

- Es gilt das gesprochene Wort -

Prof. Dr. Martin Winterkorn
Redemanuskript anlässlich der
Hauptversammlung
am 3. Mai 2011

- Teil I -

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
meine sehr geehrten Damen und Herren,

herzlich Willkommen zur Hauptversammlung der Volkswagen Aktiengesellschaft!
Meine Kollegen und ich freuen uns, Sie hier in Hamburg zu begrüßen.

Im vergangenen Jahr hat die Automobilindustrie wieder Fahrt aufgenommen und ein glänzendes Comeback hingelegt. Nachdem Ihr Unternehmen, der Volkswagen Konzern, seine Robustheit bereits in der Krise beweisen konnte, haben wir auch im Aufschwung das Feld angeführt.

Über dem Jahr 2010 steht für Volkswagen ein stattliches Plus:

- Bei den Imagewerten von Konzern und Marken.
- Bei Absatz und Marktanteilen.
- Und nicht zuletzt beim Ergebnis und der Netto-Liquidität.

Man kann sagen: 2010 war das erfolgreichste Jahr in der Volkswagen Geschichte. Und das kommt auch auf den Finanzmärkten an.

Wie groß das Vertrauen in Volkswagen ist, hat die Kapitalerhöhung im vergangenen Frühjahr gezeigt: Mit einem Nettoemissionserlös von 4,1 Mrd. Euro war sie eine der erfolgreichsten in der Geschichte der Automobilindustrie.

Insgesamt gehörte die Volkswagen Aktie 2010 zu den stärksten DAX-Werten.

Und auch der deutlich gestiegene Dividendenvorschlag von 2,20 Euro je Stamm- und 2,26 Euro je Vorzugsaktie unterstreicht, wie Sie als Aktionärinnen und Aktionäre am Erfolg des Unternehmens teilhaben.

Chart „Wesentliche Kennzahlen“

Zu den Kennzahlen des Geschäftsjahres 2010:

- Mit 7,2 Mio. Auslieferungen hat der Volkswagen Konzern fast eine Million Fahrzeuge mehr verkauft als im Vorjahr.
- Der Umsatz stieg um 20,6 Prozent auf 126,9 Mrd. Euro.
- Das Operative Ergebnis haben wir nahezu vervierfacht – auf 7,1 Mrd. Euro.

Nicht in diesem Ergebnis enthalten ist die hervorragende Entwicklung in China, da unsere Joint Venture-Gesellschaften „At Equity“ bilanziert werden.

Um Ihnen eine Größenordnung zu geben: Unsere chinesischen Partnerunternehmen haben ein anteiliges Operatives Ergebnis für den Konzern von 1,9 Mrd. Euro erwirtschaftet. Das waren rund 1,1 Mrd. Euro mehr als im Vorjahr.

Meine Damen und Herren,

Sie sehen: Volkswagen war 2010 mit Vollgas unterwegs! Unsere 400.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter waren gefordert wie selten zuvor. Mit vollem Einsatz und großer Flexibilität haben sie dafür gesorgt, dass die bestellten Fahrzeuge zu den Kunden gekommen sind.

Der Erfolg von Volkswagen ist der Erfolg einer starken Mannschaft! Und dafür danken meine Vorstandskollegen und ich der gesamten Belegschaft auch an dieser Stelle sehr herzlich.

Bei Volkswagen gibt es eine einfache, aber wichtige Regel: Gute Leistung und gerechte Teilhabe am Erfolg gehören zusammen! Und deshalb ist es richtig, dass unsere Belegschaften auch in finanzieller Hinsicht am Erfolg partizipieren. Und zwar mit einer Erfolgsbeteiligung, die in Deutschland ihresgleichen sucht!

Chart „Auslieferungen an Kunden nach Märkten - Volkswagen Konzern“

Meine Damen und Herren,

im vergangenen Jahr sind viele Automobilmärkte aus dem Tal herausgefahren. Der Volkswagen Konzern konnte bei den Auslieferungen um 13,7 Prozent zulegen. Damit haben wir erneut besser abgeschnitten als der Markt.

In Europa lagen wir trotz schwierigem Umfeld leicht im Plus. In Deutschland standen 16,7 Prozent weniger Auslieferungen in den Büchern. Der Gesamtmarkt gab dagegen – bedingt durch den Wegfall der Umweltprämie – um über 23 Prozent nach.

Sehr erfreuliche Zuwächse hatten wir in Südamerika und den USA zu verzeichnen.

Der Wachstumsmotor blieb unverändert Asien-Pazifik – und hier speziell China. Für Volkswagen zählt es sich immer mehr aus, dass wir dort seit über einem Vierteljahrhundert zu Hause sind. Mit fast zwei Mio. Auslieferungen haben wir unsere Position als Nummer 1 weiter gestärkt.

Chart „Auslieferungen an Kunden nach Marken - Volkswagen Konzern“

Die Mehrmarkenstrategie bleibt unser großer Wettbewerbsvorteil. Gerade im Aufschwung zählt sich diese breite Aufstellung aus. Fast alle Marken lagen 2010 im Plus – teilweise deutlich zweistellig. Unseren Pkw-Weltmarktanteil konnten wir so auf 11,4 Prozent ausbauen.

Kommen wir nun zu den einzelnen Marken.

Chart „Auslieferungen an Kunden nach Märkten - Volkswagen Pkw“

Die Marke Volkswagen ist mit hohem Drehmoment unterwegs. Ihre dynamische Entwicklung gibt dem gesamten Unternehmen Rückenwind.

Im Geschäftsjahr 2010 hat die Marke Volkswagen erstmals über 4,5 Mio. Pkw ausgeliefert. Fast 14 Prozent mehr als im Vorjahr. Besonders stark entwickelte sich das Geschäft in Russland, China und den USA.

Chart „Volkswagen Passat“

Wer heute in ein Volkswagen Autohaus kommt, findet dort Fahrzeuge in einer Qualität, Technik und Design, wie nie zuvor in der Geschichte dieser Marke. Das Produkt-Highlight 2010 war sicherlich die siebte Generation des Passat, der Oberklasse-Innovationen für alle zugänglich macht.

Chart „Auslieferungen an Kunden nach Märkten - Audi“

Audi kommt auf dem Weg an die Premium-Spitze mit großen Schritten voran. 2010 war mit nahezu 1,1 Mio. Fahrzeugen das verkaufsstärkste und zudem profitabelste Jahr der Audi Geschichte.

Chart „Audi A1“

Mit Neuheiten wie dem A7 und dem A8 Nachfolger hat Audi erneut Trends für die gesamte Branche gesetzt. Der A1 steht dafür, dass Premium nicht gleich Größe sein muss. Und zeigt dabei, wie die Marke ihr Portfolio klug ausbaut und neue Segmente erobert.

Chart „Auslieferungen an Kunden nach Märkten - Škoda“

Škoda hat in diesen Tagen 20 Jahre im Volkswagen Konzern gefeiert. In dieser Zeit haben sich die Auslieferungen mehr als vervierfacht. Und Škoda greift weiter an: Im Geschäftsjahr 2010 hat die Marke den achten Auslieferungsrekord in Folge gestemmt. Und dabei ihre Stellung auf Zukunftsmärkten, wie China, Indien und Russland, weiter ausgebaut.

Chart „Škoda Fabia GreenLine“

Škoda steht für gute, praktische und preiswerte Autos. Dieses Profil schärfen die Kollegen in Mladá Boleslav mit großer Konsequenz. Denn in diesem Segment warten weltweit viele Millionen Kunden auf die richtigen Lösungen aus dem Volkswagen Konzern. Dazu gehören auch Umweltchampions wie der Fabia GreenLine, mit einem Verbrauch von nur 3,4 Litern auf 100 Kilometer.

Chart „Auslieferungen an Kunden nach Märkten - SEAT“

Bei SEAT weist der Trend wieder nach oben. Weltweit konnte die Marke rund 340.000 Fahrzeuge an ihre Kunden ausliefern. Und in Spanien hat SEAT nach 31 Jahren die Marktführerschaft zurückerobert.

Chart „SEAT Ibiza ST“

Ob mit neuen Modellen wie dem Ibiza ST, mit der Neuausrichtung des Vertriebs oder bei der Markenpositionierung: SEAT legt nach! Ein weiterer wichtiger Schritt wird der Produktionsstart des Audi Q3 Mitte des Jahres in Martorell sein. Das zeigt, wie wir vorhandene Kapazitäten markenübergreifend nutzen. In Summe sind wir überzeugt: SEAT ist auf einem guten Weg und wird in naher Zukunft wieder zum finanziellen Erfolg des Konzerns beitragen!

Chart „Auslieferungen an Kunden nach Märkten - Bentley“

Das Luxussegment hat Zukunft – ganz besonders in Märkten wie China und Indien. Entsprechend aussichtsreich sind die Perspektiven für Bentley. Nach dem konjunkturellen Zwischentief hat die Marke 2010 wieder Tempo aufgenommen und ihre Auslieferungen um rund 11 Prozent gesteigert.

Chart „Bentley Continental GT“

Das liegt vor allem an überzeugenden neuen Automobilen wie dem Continental GT. Der Nachfolger des meistverkauften Bentley-Modells steht wie die Marke selbst für zeitgemäßen, modernen Luxus.

Chart „Auslieferungen an Kunden nach Märkten - Lamborghini“

Für Lamborghini war 2010 ein Jahr des Übergangs. Mit 1.300 Auslieferungen blieb die Marke unter Vorjahr. Aufgrund der anziehenden Nachfrage bei exklusiven Sportwagen und in wichtigen Lamborghini Kernmärkten sehen wir die weitere Entwicklung aber zuversichtlich.

Chart „Lamborghini Gallardo LP 570-4 Superleggera“

Extreme Fahrzeuge mit mehr Leistung, aber weniger Gewicht: Dafür steht Lamborghini! Und dafür steht der Gallardo Superleggera! Mit diesem Ausnahmefahrzeug hat sich Lamborghini erneut als Pionier für Leichtbau und Carbonfasern im Automobilbau positioniert.

Chart „Auslieferungen an Kunden nach Märkten - Volkswagen Nutzfahrzeuge“

Die Volkswagen Nutzfahrzeuge fahren wieder einen klaren Expansionskurs. Weltweit, aber auch in Europa sehen wir in diesem Segment großes Potenzial für Volkswagen. 2010 stiegen die Auslieferungen mit 436.000 Fahrzeugen um über 20 Prozent. Vor allem in Südamerika hat das Geschäft geboomt.

Chart „Volkswagen Amarok“

Der Amarok ist ein schönes Beispiel, wie Volkswagen mit neuen Baureihen Kunden und Segmente erobert. Der sparsamste Pickup seiner Klasse wurde in Südamerika und Europa erfolgreich im Markt positioniert.

Ab 2012 wird er auch im Werk Hannover vom Band laufen, um die große Nachfrage zu befriedigen.

Chart „Auslieferungen an Kunden nach Märkten - Scania“

Nach dem Einbruch im Lkw-Geschäft war Scania 2010 mit einem Auslieferungsplus von fast 47 Prozent wieder auf der Überholspur unterwegs. Und auch mit einer Umsatzrendite von fast 16 Prozent bereitet uns die Beteiligung an Scania viel Freude.

Chart „Scania V8“

Der Erfolg der Scania Fahrzeuge beruht vor allem auf einer hohen Wirtschaftlichkeit und effizienten Antrieben. Mit dem neuen V8 verfügt die Marke bereits heute über die technischen Lösungen, um die Ende 2013 in Kraft tretende Euro-6-Abgasnorm zu erfüllen.

Chart „Kooperation von Scania und MAN“

Der Volkswagen Konzern hat es sich zum Ziel gesetzt, der weltweit führende Mobilitätskonzern zu werden! Daher ist für uns auch das Segment der schweren Lkw und Busse ein hochinteressantes, strategisches Geschäftsfeld.

Sie wissen, dass Scania und MAN intensive Gespräche über eine engere Zusammenarbeit führen, um so substanzielle Synergien in Entwicklung, Einkauf und Produktion zu erschließen. Dabei hat sich gezeigt, dass die volle Realisierung des gesamten Synergiepotenzials auch Auswirkungen auf die Beteiligungsstruktur haben kann.

Wir sehen in einer Partnerschaft auf Augenhöhe große Chancen – für beide Unternehmen, ihre Kunden und Mitarbeiter! Dabei steht fest: Alle Geschäftsfelder und die markenspezifischen Eigenschaften von Scania und MAN sind und bleiben

unantastbar! Denn das ist das Fundament für den Erfolg. Und der Kern der Mehrmarkenstrategie!

Chart „Volkswagen Finanzdienstleistungen“

2010 war auch für die Volkswagen Finanzdienstleistungen ein gutes Jahr. Jedes dritte Konzernfahrzeug rollte mit einem Finanzierungs- oder Leasingvertrag unserer Financial Services auf die Straße. Unser Ziel ist es, die gesamte automobilen Wertschöpfungskette noch konsequenter zu nutzen. Und insbesondere die Finanzdienstleistungen bieten hier viel Potenzial.

In China beispielsweise werden heute nur etwa 10 Prozent aller Neufahrzeuge per Kredit finanziert. Die Volkswagen Financial Services AG stellt sich daher immer internationaler auf. Unter anderem mit einer neuen Tochtergesellschaft in Südkorea, mit einer Banklizenz für Russland und mit einer Finanzdienstleistungslizenz für Indien, die wir vor kurzem erhalten haben.

In Summe kann man festhalten:

- Die Volkswagen Finanzdienstleistungen bleiben ein Absatzmotor für unsere Marken.
- Und mit einem Beitrag von 932 Mio. Euro zum Konzernergebnis eine tragende Säule des Erfolgs.

Chart „Partnerschaft Suzuki“

Meine Damen und Herren,
die Automobilindustrie formiert sich neu. Allianzen und Kooperationen sind ein wichtiges Instrument, um die wachsenden Herausforderungen zu meistern. Vor diesem Hintergrund hat Volkswagen eine strategische Partnerschaft mit Suzuki geschlossen. Obwohl bestimmte Aspekte der Zusammenarbeit mit Suzuki sich langsamer entwickeln als ursprünglich erwartet, hat sich eine ganze Reihe interessanter Kooperationsmöglichkeiten, beispielsweise im Einkauf, ergeben.

Bei den Fahrzeugprojekten haben wir vor allem das Kleinwagensegment in Indien ins Visier genommen. Auch bei effizienten Aggregaten und alternativen Antriebstechnologien können wir uns eine Zusammenarbeit vorstellen. Konkrete Projekte werden mit den Kollegen von Suzuki weiterhin diskutiert.

Generell lässt sich festhalten: Unsere Beteiligung an Suzuki zahlt sich aus. Nicht zuletzt, weil Suzuki ein hervorragend geführtes Unternehmen ist und gutes Geld verdient!

Chart „Integrierter Automobilkonzern mit Porsche“

Meine Damen und Herren,
auch der integrierte Automobilkonzern von Volkswagen und Porsche nimmt immer klarere Konturen an.

Die Porsche AG ist operativ auf einem hervorragenden Kurs und greift wieder voll an!

Ein weiterer Meilenstein war die Aufnahme der Porsche Holding Salzburg in den Volkswagen Konzern zum 1. März 2011.

- Die Porsche Holding ist eine der effizientesten und profitabelsten Handelsorganisationen der Automobilwelt.
- Im vergangenen Jahr hat sie über 560.000 Fahrzeuge in 20 Ländern Europas und in China verkauft.

Salzburg und Wolfsburg arbeiten seit über 60 Jahren partnerschaftlich und sehr erfolgreich zusammen. Unter unserem Dach wird die Porsche Holding ihr bewährtes Geschäftsmodell daher unverändert fortführen. Wir sind uns sicher: Mit ihrer Professionalität und Kundenorientierung, mit ihrer Schnelligkeit und Schlagkraft kann die Porsche Holding eine Speerspitze für den Volkswagen Vertrieb und ein Motor für die Strategie 2018 werden!

Als nächster in der Grundlagenvereinbarung vorgesehener Schritt wurde die Kapitalerhöhung bei der Porsche SE Mitte April sehr erfolgreich abgeschlossen. Der

Nettoemissionserlös von 4,9 Mrd. Euro wird zur weitgehenden Entschuldung der Porsche SE verwendet.

Damit ist eine weitere, wesentliche Voraussetzung für die Verschmelzung von Volkswagen und Porsche zum integrierten Konzern geschaffen.

Allerdings liegen nach wie vor einige nicht unerhebliche steuerliche und juristische Hürden vor uns.

Unabhängig von allen formalen Fragen möchte ich aber eines festhalten: Der integrierte Konzern von Volkswagen und Porsche wird auf jeden Fall kommen! Deshalb treiben wir die operative Zusammenarbeit mit aller Kraft voran.

Und unsere Synergie-Teams leisten dabei ganze Arbeit: Vom gemeinsamen Ziel, das Operative Ergebnis langfristig um 700 Mio. Euro pro Jahr zu steigern, sind bereits heute über 60 Prozent mit konkreten Projekten unterlegt.

Und hier sind die großen Fahrzeug- und Baukastenvorhaben noch gar nicht mit eingerechnet. Klar ist allerdings auch, dass ein großer Teil des Synergiepotenzials erst mit Schaffung des integrierten Konzerns gehoben werden kann.

Meine Damen und Herren,

auch die Personalien der vergangenen Monate zeigen sehr deutlich: Volkswagen und Porsche wachsen schnell und zielgerichtet zusammen!

- Der Wille zum Miteinander ist überall spürbar!
- Und der Mannschaftsgeist stimmt!

Ich bin mir sicher: Das Team aus Volkswagen und Porsche, das jetzt die Reihen schließt, kann und wird dauerhaft an der Tabellenspitze stehen!

Meine Damen und Herren, soviel zum Rückblick auf das Jahr 2010.

Herr Pötsch wird Sie jetzt im Detail durch unsere Kennzahlen führen.

Vielen Dank!