

„Faszination Nachhaltigkeit – Mit Tempo in die Zukunft“

**Rede von Herrn Dr. Bernd Pischetsrieder
beim VW-Konzernabend in Genf
am 27. Februar 2006**

Es gilt das gesprochene Wort

Wesentliche Zitate Dr. Pischetsrieder:

- „Zu ökonomischer Nachhaltigkeit gehört für uns deshalb eine langfristige Planung, sowohl auf der Kosten- als auch bei der Leistungsseite.“
- „Ein großer Konzern, der nicht in umweltverträgliche Verfahren und Produkte oder in die Aus- und Weiterbildung seiner Mitarbeiter investiert, wird auf Dauer an Börsenwert verlieren.“
- „Weniger Energieverbrauch und mehr Fahrspaß – für uns sind das keine Gegensätze, sondern die zwei Seiten derselben Medaille!“
- „Auch wenn das Erdöl auf absehbare Zeit wichtigster Energieträger bleibt, so mehren sich doch die Anzeichen, dass das Zeitalter der fossilen Kraftstoffe seinen Höhepunkt überschritten hat.“
- „Zu unserer Strategie gehören aber nicht nur die Entwicklung und der Bau besonders sparsamer Modelle – wir engagieren uns stark für die Entwicklung von Biokraftstoffen der zweiten Generation.“
- „Unser Konzept für eine nachhaltige Energiepolitik heißt vor allem: Kraftstoffe aus nachwachsenden Rohstoffen.“

- „Eine „hire and fire“-Politik wird es bei Volkswagen nicht geben. Auch das ist Teil unserer Strategie: Das Wissenskapital unserer Mitarbeiter bleibt unsere wichtigste Ressource – eine wesentliche Grundlage unseres Erfolgs heute und morgen.“

Drei-Punkte-Programm:

1. Wir werden in Zukunft jedes Modell im Volkswagen-Konzern so entwickeln, dass es weniger Kraftstoff verbraucht als sein Vorgänger
2. Wir haben weiter das Ziel , das Drei-Liter-Auto zu popularisieren. Das aktuelle Ergebnis, den Drei-Liter-Polo, können Sie auf dieser Messe besichtigen
3. Schon heute sind alle unsere Motoren auf eine Beimischung von 10% Bioethanol oder SunFuel ausgelegt. Wir werden bis zum Ende dieses Jahrzehnts alle unsere Aggregate so entwickeln, dass sie sowohl mit den traditionellen fossilen Kraftstoffen laufen können als auch mit erneuerbaren Kraftstoffen, die beispielsweise aus Biomasse gewonnen werden

Willkommen hier bei uns in Genf!

Gestatten Sie mir zum Auftakt einen kurzen Rückblick. Als wir uns vor einem Jahr hier trafen, lag der Rohölpreis um 45 Dollar pro Barrel. „Was für idyllische Zeiten!“, möchte man da ausrufen. Heute ist die Situation dramatisch verändert. Aktuell kostet das Barrel rund 60 Dollar, Tendenz steigend – und gleichzeitig sind auch die anderen Rohstoffe, vor allem Stahl, deutlich teurer geworden.

Keine Frage, wir leben in spannenden Zeiten. Doch wir lassen uns durch die Schlagzeilen des Tages nicht davon abbringen, eine nachhaltige Konzernstrategie zu verfolgen.

Für uns hat Nachhaltigkeit drei Dimensionen:

- Es geht um dauerhaften wirtschaftlichen Erfolg.
- Es geht um die Schonung der Umwelt.
- Und es geht – last but not least – um die Pflege unserer kostbarsten Ressource. Damit meine ich das Wissen und Können unserer Mitarbeiter – ihre Erfahrung, ihren Ideenreichtum, ihre Bereitschaft zu innovativen Lösungen.

„Kreativität“ war das große Thema des Weltwirtschaftsforums in Davos Ende Januar – anders formuliert: Die Philosophie des „Weiter so!“ hat ausgedient.

Als einer der weltweit führenden Automobilproduzenten sind wir natürlich keine philanthropische Stiftung. Wir wollen im globalen Wettbewerb erfolgreich mithalten – mehr noch: ganz vorne mitmischen. Priorität hat für uns deshalb die Herstellung erstklassiger, attraktiver Produkte, die sich mit Gewinn auf dem Weltmarkt absetzen lassen.

Zu ökonomischer Nachhaltigkeit gehört für uns deshalb eine langfristige Planung, sowohl auf der Kosten- als auch bei der Leistungsseite. Unser ForMotion Programm hat hier in den vergangenen 24 Monaten seine volle Kraft entfaltet. Mit der Restrukturierung bei der Marke VW setzen wir diesen Weg jetzt konsequent fort. Wir wissen, dass der Weg zum Erfolg - und damit auch der zu sicheren Arbeitsplätzen -

nur über neue Produkte führt, die unsere Kunden begeistern. Dem entsprechend setzen wir unsere Modelloffensive im Konzern weiter ungebremst fort. Allein in 2006 und 2007 werden wir mit allen Marken 28 Neuheiten auf den Markt bringen.

Aber wir wissen auch: Wirtschaftlicher Erfolg ist auf Dauer nicht zu haben, wenn man immer nur auf den aktuellen Börsenkurs des eigenen Unternehmens schaut. Ein großer Konzern, der nicht in umweltverträgliche Verfahren und Produkte oder in die Aus- und Weiterbildung seiner Mitarbeiter investiert, wird auf Dauer an Börsenwert verlieren. Von nichts kommt nichts.

Theodor Heuss, der erste deutsche Bundespräsident, hat einmal gesagt: „Der einzige Mist, auf dem nichts wächst, ist der Pessimist.“ Wir bei Volkswagen sind keine Pessimisten. Wir sind der Meinung: Probleme sind da, um gelöst zu werden.

Wer jetzt die Weichen richtig stellt, wer sich jetzt neue Ziele setzt, der hat die Nase vorn. Und er hat – da bin ich sicher – hervorragende Chancen. Genau das ist die Nachhaltigkeits-Philosophie des Volkswagen-Konzerns: nach vorn denken.

Weniger Energieverbrauch und mehr Fahrspaß – für uns sind das keine Gegensätze, sondern die zwei Seiten derselben Medaille!

Auf dem Boden dieser optimistischen Philosophie wächst und gedeiht ein Menge – Sie können es morgen auf der Messe besichtigen. Dazu lade ich Sie herzlich ein!

I. Thema „Herausforderungen“

Wir leben – ich sagte es schon – in spannenden Zeiten. Schauen wir uns die heutigen Rahmenbedingungen für Automobilbauer einmal genauer an:

Die Ressourcen, auf die wir angewiesen sind, haben die Grenzen ihrer – scheinbar unbegrenzten – Verfügbarkeit erreicht. Bei den nicht erneuerbaren Energien neigen sich die Vorräte langsam dem Ende entgegen, bei anderen Rohstoffen ebenfalls.

Wichtiger noch: Die Belastung der Umwelt darf nicht weiter zunehmen. Keine Angst, Sie sind noch immer beim Konzernabend der Volkswagen AG und nicht etwa bei einem Treffen der Naturfreunde Wolfsburg e.V.! Mich brauchen Sie nicht davon zu überzeugen, dass Umweltbelastungen keineswegs allein vom Automobil ausgehen.

Aber wir können die Augen vor den Zeichen der Zeit nicht verschließen: Auch wenn das Erdöl auf absehbare Zeit wichtigster Energieträger bleibt, so mehren sich doch die Anzeichen, dass das Zeitalter der fossilen Kraftstoffe seinen Höhepunkt überschritten hat.

Man könnte daraus schließen: Keine schönen Zeiten für global ausgerichtete Automobilkonzerne! Nun, ich sehe das völlig anders: Volkswagen ist bestens aufgestellt, um diese Herausforderungen zu meistern. Wir entwickeln Lösungen, bei denen Fahrspaß, Faszination und Emotion weiterhin die zentrale Rolle spielen.

II. Thema „Kraftstoffe“

Der Volkswagen Konzern – das muss ich in diesem Kreis nicht weiter vertiefen – ist Pionier auf dem Gebiet der fortschrittlichen Dieselsechnologie. Wir stellen mit einiger Genugtuung fest, dass sich diese Technik auch außerhalb Europas durchzusetzen beginnt.

So hat sich zum Beispiel der Dieselanteil beim Jetta in den USA von 10% im Jahr 2004 auf mehr als 17% im vergangenen Jahr erhöht. Übrigens liegt der Absatz von Dieselmotoren in den USA noch deutlich vor dem von Hybrid-Automobilen. Mit unseren TDI-Motoren zeigen wir zudem, dass Wirtschaftlichkeit und Fahrvergnügen hervorragend zusammenpassen. Sparen macht Spaß – auf jeden Fall bei unseren Modellen!

Zu unserer Strategie gehören aber nicht nur die Entwicklung und der Bau besonders sparsamer Modelle – wir engagieren uns stark für die Entwicklung von Biokraftstoffen der zweiten Generation. Gemeinsam mit *Shell* und der *logen Corporation* prüfen wir zurzeit die Machbarkeit der Produktion von Zellulose-Ethanol in Deutschland.

logen hat in den vergangenen 25 Jahren ein Herstellungsverfahren für Zellulose-Ethanol entwickelt, das aus landwirtschaftlichen Abfallprodukten erzeugt wird. Dieser Kraftstoff reduziert auf äußerst kostengünstige Weise den Ausstoß von Treibhausgasen. Im Vergleich zu herkömmlichen Treibstoffen verringert sich die CO₂-Emission um mehr als 90 Prozent!

Das ist eine hervorragende ökologische Bilanz. Von solchen Zahlen ist zum Beispiel die viel gepriesene Technik der Brennstoffzelle noch meilenweit entfernt. Sicher, Sie können in der Wüste preiswert und ohne Ausstoß von Treibhausgasen Wasserstoff gewinnen. Aber dann beginnen die ökologischen Probleme doch erst:

- Sie müssen das Gas herunterkühlen, bis es flüssig wird
- Dann müssen Sie es in diesem Zustand über Tausende von Kilometern transportieren

Beides bedeutet einen erheblichen Aufwand an Energie. Wenn Sie dabei Erdgas oder einen anderen fossilen Energieträger einsetzen, verliert die Wasserstofftechnologie unterm Strich ihre ökologischen Vorteile. Und am Ende haben Sie die CO₂-Emission vielleicht nur um 10 oder 20 Prozent reduziert. Ein mageres Ergebnis!

Unser Konzept für eine nachhaltige Energiepolitik heißt vor allem: Kraftstoffe aus nachwachsenden Rohstoffen. Wir setzen hier mittel- und langfristig auf eine Diversifikation der Energiequellen. Dazu gehören neben SunFuel-Kraftstoffen aus Biomasse auch synthetische Treibstoffe aus Kohle oder Erdgas. Ich bin sehr dafür, die verschiedenen Treibstoffe zur Qualitätssicherung den konventionellen Kraftstoffen beizumischen und über die bestehende Tankstelleninfrastruktur zu verteilen.

Die stärkere Nutzung von Biomasse für die Kraftstoffherstellung hat übrigens einen Vorteil, der die Politik eigentlich elektrisieren müsste: So ließe sich das Problem der Überproduktion im Agrarbereich wenigstens zum Teil in den Griff bekommen. Inzwischen beobachten wir denn auch bei der Politik ein neues Interesse an der

Energieforschung. Uns ist dieser politische Trend als Rückenwind höchst willkommen.

III. Thema „Innovation“

Im Mittelpunkt all unserer Überlegungen stehen natürlich unsere Kunden. Bei ihnen stellen wir einen deutlichen Wertewandel fest:

- Sie haben eine neue Sensibilität für Umweltschutz entwickelt – und verlangen verstärkt nach besonders sparsamen und umweltschonenden Modellen
- Gleichzeitig wollen sie aber keine Abstriche am gewohnten Standard unserer Automobile: Umweltschutz ja, Sparsamkeit erst recht – aber bitte mit Sahne, also ohne Verzicht auf Dynamik, Komfort und Fahrvergnügen

Das ist die Hausaufgabe, die wir von unseren Kunden gestellt bekommen. Sie konfrontiert unsere Entwickler mit ganz neuen Herausforderungen. Doch auch da befinden wir uns auf einem guten Weg.

Bestes Beispiel ist unser TSI-Motor. Dieses Konzept steht für: Maximale Kraft bei minimalem Verbrauch. Ein konsequenter Schritt des Downsizing, also der Verkleinerung des Motors zum Zweck der Kraftstoffeinsparung. Gleichzeitig wird nicht auf Fahrspaß verzichtet, die Kombination von Kompressor und Turbolader sorgt für optimale Leistung in jedem Drehzahlbereich.

Wie ich schon sagte: Für uns sind Sparsamkeit und Fahrfreude keine Gegensätze!

Das Umdenken der Verbraucher bestärkt uns, dass wir mit unseren innovativen Entwicklungen auf dem richtigen Weg sind. Dazu gehören neben dem TSI-Motor auch unsere ultra-effizienten TDI-Aggregate und unser DSG-Getriebe. Der Faszination für neue Technologien erschließen wir damit ganz neue Dimensionen.

IV. Thema „Wettbewerbsfähigkeit“

Mit solchen Produkten festigen und steigern wir unsere Wettbewerbsfähigkeit. Um es in einem Bild auszudrücken: Wir bleiben wetterfest in stürmischer Zeit. So sichern wir die Zukunft von Volkswagen – und damit auch Zehntausende von Arbeitsplätzen in Deutschland.

Ich betone das ausdrücklich, weil wir – wie andere auch – im Interesse unserer Wettbewerbsfähigkeit zu Einsparungen im Personalbereich bereit sein müssen.

Lassen Sie mich genauso deutlich aber auch dies sagen: Eine „hire and fire“-Politik wird es bei Volkswagen nicht geben. Auch das ist Teil unserer Strategie: Das Wissenskapital unserer Mitarbeiter bleibt unsere wichtigste Ressource – eine wesentliche Grundlage unseres Erfolgs heute und morgen.

Gerade auch diese Ressource will nachhaltig gepflegt sein. Sie lässt sich nicht auf Knopfdruck herstellen, sondern wächst im Laufe von vielen Jahren. Wir werden deshalb auch in Zukunft erhebliche Mittel in die Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter investieren.

Wir wissen: Dauerhaften Erfolg werden wir nur dann haben, wenn wir nicht von der Hand in den Mund leben, wenn wir konsequent über den Tag hinaus planen und die immer knapperen Ressourcen intelligent einsetzen.

Und durch diesen Erfolg werden wir auch unserer Verantwortung gerecht. Wir schaffen eben nicht ausschließlich ökonomische Werte. Unser Erfolg bedeutet immer auch ökologische und gesellschaftliche Wertschöpfung. Damit meine ich:

- den schonenden Umgang mit nicht erneuerbaren Energiequellen
- die Entlastung der Umwelt
- erschwingliche Spitzentechnologie für jedermann (und natürlich für jede Frau)
- mehr Sicherheit im Straßenverkehr und – nicht zuletzt –
- zukunftssichere Arbeitsplätze

Wenn es uns auf diese Weise gelingt, unseren Kunden Produkte zu bieten, die einfach Fahrfreude bereiten, dann geht die Rechnung für alle auf.

V. Thema „Nachhaltigkeit“

Unser großes Ziel als Automobilkonzern lässt sich in einem Satz definieren:

Wir wollen Mobilität nachhaltig sichern.

Darin haben wir Erfahrung. Schließlich haben wir mit dem Käfer vielen Menschen zum ersten Mal die Möglichkeit einer individuellen Mobilität ermöglicht – mehr als 21 Millionen Mal. Und das, wie Sie wissen, sehr nachhaltig.

Ich weiß: Wer sich auf seinen Lorbeeren ausruht, trägt sie an der falschen Stelle. Also wagen wir einen Blick in die Zukunft. Das Volkswagen-Konzept der „nachhaltigen Mobilität“ lässt sich in einem Drei-Punkte-Programm zusammenfassen:

1. Wir werden in Zukunft jedes Modell im Volkswagen-Konzern so entwickeln, dass es weniger Kraftstoff verbraucht als sein Vorgänger
2. Wir haben weiter das Ziel , das Drei-Liter-Auto zu popularisieren. Das aktuelle Ergebnis, den Drei-Liter-Polo, können Sie auf dieser Messe besichtigen
3. Schon heute sind alle unsere Motoren auf eine Beimischung von 10% Bioethanol oder SunFuel ausgelegt. Wir werden bis zum Ende dieses Jahrzehnts alle unsere Aggregate so entwickeln, dass sie sowohl mit den traditionellen fossilen Kraftstoffen laufen können als auch mit erneuerbaren Kraftstoffen, die beispielsweise aus Biomasse gewonnen werden

Meine Damen und Herren,

vielleicht hat sich der eine oder andere von Ihnen darüber gewundert, dass wir hier in Genf das Thema „Nachhaltigkeit“ in den Vordergrund rücken. „Nachhaltigkeit“ – das klingt für viele wie „Bedenkenträgerei“ oder „Fortschrittsbremse“.

Ich hoffe, ich konnte Sie davon überzeugen, dass das Gegenteil stimmt: „Nachhaltigkeit“ und „Automobil“ – beides passt hervorragend zusammen.

Mehr noch: Nachhaltigkeit – richtig verstanden – ist der Motor von Innovation, Wettbewerbsfähigkeit und Erfolg. Sie ist damit ein Garant für sichere Arbeitsplätze.

Und: Nachhaltigkeit kann faszinieren. Sie sind herzlich eingeladen, sich hier in Genf persönlich davon zu überzeugen!