

- Es gilt das gesprochene Wort -

Prof. Dr. Martin Winterkorn
Redemanuskript anlässlich der
Jahrespressekonferenz und Investorenkonferenz
am 13. März 2014

- Teil I -

Guten Morgen, meine Damen und Herren,
und auch von mir ein herzliches Willkommen hier in Berlin.

Dem Volkswagen Konzern und seiner Innovationskraft begegnen Sie in diesen Tagen regelmäßig – nicht nur wie gerade eben im Film.

- In Genf präsentieren wir die ganze Bandbreite der „grünen“ Mobilität.
- Bei der CeBIT in Hannover geben wir einen Ausblick auf das „intelligente“ Auto der Zukunft.
- Und hier in Berlin laden wir die Menschen ein, unsere neue Elektroflotte kennenzulernen. Ich hoffe, auch Sie haben diese Gelegenheit genutzt.

Diese Beispiele zeigen: Wir arbeiten mit Hochdruck an innovativen und zukunftsweisenden Fahrzeugen.

I. Bilanz 2013: Der Volkswagen Konzern hat neue Maßstäbe gesetzt

Genau das Gleiche gilt für das gesamte Unternehmen.

- Wir überzeugen mit guten Geschäftszahlen.
- Wir überzeugen aber auch in den Bereichen, die sich nicht so leicht in harten Zahlen ausdrücken lassen.

Ich nenne hier beispielhaft unsere fortschrittlichen Produktionssysteme, unsere Philosophie der Markenführung oder Schlüsselinnovationen wie den Plug-In-Hybrid.

Maßstäbe setzen – das ist unser Anspruch. Und ich meine: Diesem Anspruch sind wir auch im vergangenen Jahr gerecht geworden.

- Mit dem ersten Ein-Liter-Auto der Welt, unserem XL1.
- Mit einer beispiellosen Bandbreite an Elektrofahrzeugen – vom Kleinwagen bis zur Luxuslimousine, vom Plug-In-Hybrid bis zum reinen E-Antrieb.
- Mit sieben neuen Werken in China, Russland und Mexiko.
- Und mit dem Spitzenplatz im „Dow Jones Sustainability Index“, der unsere Kompetenz in Sachen Nachhaltigkeit untermauert.

Maßstäbe setzen – das ist uns auch in geschäftlicher Hinsicht gelungen.

Das Autojahr 2013 war gerade für die europäischen Autobauer extrem anspruchsvoll. Uns haben weder Heimatmarkt noch Wechselkurse geholfen. Ganz im Gegenteil.

Umso mehr ist es wert, dass wir heute sagen können: Der Volkswagen Konzern hat trotz allem Wort gehalten – und seine Ziele für 2013 erreicht, ja sogar übertroffen.

- Wir haben weltweit erstmals über 9,7 Mio. Fahrzeuge ausgeliefert – ein Plus von fast 5 Prozent gegenüber dem Vorjahr.
- Wir haben den Umsatz auf 197 Mrd. Euro gesteigert.
- Und wir haben auch das Operative Ergebnis auf hohem Niveau gehalten: Mit 11,7 Mrd. Euro konnten wir gegenüber dem starken Vorjahr sogar noch eine Schippe drauflegen.

Lassen Sie mich an dieser Stelle mit einem selbst unter Experten weit verbreiteten Missverständnis aufräumen: Bei den Konzern-Auslieferungen sind selbstverständlich alle Fahrzeuge enthalten, die wir in China bauen und verkaufen. Im vergangenen Jahr waren das über 3 Mio. Einheiten.

Im Umsatz und im Operativen Ergebnis des Konzerns ist das Geschäft unserer beiden Joint Ventures in China dagegen nicht enthalten.

Dies liegt an der Art und Weise der Bilanzierung: Das Geschäft unserer chinesischen Joint Venture-Gesellschaften wird seit jeher ‚at-Equity‘ im Finanzergebnis bilanziert und fließt deshalb nicht ins operative Konzernergebnis ein.

Für unsere finanzielle Performance heißt das: Unser erfolgreiches China-Geschäft kommt quasi „on top“ dazu. Im Jahr 2013 belief sich das anteilige Operative Ergebnis in China auf rund 4,3 Mrd. Euro. Sie sehen: Wir reden hier von einem wirklich substanziellen „On top“. Und übrigens: Wenn Sie diesen Zusammenhang berücksichtigen, läge der Gewinn pro ausgeliefertem Fahrzeug im Konzern natürlich deutlich höher.

Meine Damen und Herren,

in Summe dürfen wir heute festhalten: Der Volkswagen Konzern hat sich unter schwierigen Rahmenbedingungen in sehr guter Form präsentiert.

Ein wesentlicher Grund dafür ist unsere globale Aufstellung.

Im vergangenen Jahr konnten wir in nahezu allen Weltregionen weiter wachsen. Lediglich in Südamerika haben die Marktschwäche und die anstehende Erneuerung der Modellpalette Spuren hinterlassen.

In anderen Weltregionen wie Nordamerika haben wir dagegen Zuwächse verzeichnet bzw. konnten uns – wie in Europa – sogar gegen den Markttrend behaupten. Besonders dynamisch war die Entwicklung in Asien-Pazifik, wo wir unsere Auslieferungen um 14,7 Prozent steigern konnten.

Ähnlich erfreulich ist der Blick auf die Marken des Konzerns. Porsche, SEAT und Bentley sind zweistellig gewachsen. Auch Volkswagen Pkw und Audi haben sich trotz Gegenwinds gut behauptet.

Lediglich ŠKODA lag – vor allem durch den Wechsel beim Kernmodell Octavia – leicht unter Vorjahr, hat aber zuletzt wieder deutlich Fahrt aufgenommen.

Im Nutzfahrzeugbereich machte sich die volatile Wirtschaftslage klar bemerkbar. MAN konnte dennoch um 4,5 Prozent zulegen, Scania sogar um beachtliche 19,4 Prozent.

Damit komme ich zu Meilensteinen in den einzelnen Geschäftsbereichen.

Zunächst zu den Pkw.

- Die Marke Volkswagen Pkw hat im vergangenen Jahr weltweit fast 6 Mio. Fahrzeuge ausgeliefert. Mit Neuheiten wie dem e-up!, dem e-Golf und Golf GTE hat sie zudem ihre technologische Vorreiterrolle bekräftigt.
- ŠKODA hat die größte Modelloffensive seiner Geschichte fortgesetzt. Mit insgesamt acht Neuheiten geht die Marke voll auf Wachstumskurs.
- Auch SEAT profitiert von einer jungen, attraktiven Modellpalette. Und ist mit dem neuen LEON ST zudem in das Segment der kompakten Kombis eingestiegen.
- Ducati hat seinen Kultstatus mit neuen Modellen untermauert. Motorräder wie die Hypermotard SP oder die 899 Panigale haben 2013 für steigende Auslieferungszahlen gesorgt.

Volkswagen beherrscht wie kein zweiter Automobilkonzern die Balance von Volumen und Premium. Gemeinsam stehen Audi, Porsche, Bentley, Lamborghini und Bugatti schon heute für das Beste, was die Automobilwelt zu bieten hat.

- Audi hat das Ziel von 1,5 Mio. Auslieferungen bereits zwei Jahre vor Plan erreicht. Mit Neuheiten wie der A3 Limousine und dem Ausbau der Produktion in Győr und Foshan hat die Marke zudem starke Impulse für weiteres Wachstum gesetzt.
- Porsche wächst in jeder Hinsicht – von der Rendite über die Innovationskraft bis zur Modellpalette. Sinnbild dafür ist der neue Macan, der in Leipzig vom Band läuft: Ein echter Porsche und zudem ein deutliches Bekenntnis zum Industriestandort Deutschland.

- Lamborghini und Bentley haben erneut bewiesen, dass das Besondere immer seinen Platz in der Automobilwelt haben wird: Mit aufregenden Neuheiten wie dem Huracán und einem neuen Auslieferungsrekord bei Bentley.

Das Nutzfahrzeuggeschäft wird mehr und mehr zur zweiten, starken Säule des Konzerns.

- Volkswagen Nutzfahrzeuge treibt seine Internationalisierung erfolgreich voran: In Nord- und Südamerika sowie in Asien verzeichnete die Marke deutliche Zugewinne.
- Scania bleibt trotz Gegenwinds hochprofitabel. Zudem hat sich die Marke für die Einführung der EURO-6-Norm gut gerüstet: Mit insgesamt 15 EURO-6-Motoren gehört Scania hier zu den Technologieführern.
- Auch MAN setzt auf Innovationen. Die Marke hat 2013 in allen Baureihen neue EURO-6-Motoren eingeführt. Und selbst das größte Solarthermie-Kraftwerk der Welt in Abu Dhabi setzt auf Technologie „made by MAN“.

Die dritte starke Säule des Volkswagen Konzerns sind die Finanzdienstleistungen.

Sie unterstützen unsere Konzernmarken nicht nur dabei, überall auf der Welt neue Kunden zu gewinnen und langfristig zu binden. Sie bleiben auch ein wichtiger Ergebnisbringer.

- Volkswagen Financial Services hat im vergangenen Jahr insgesamt 4,3 Mio. Neuverträge für Leasing, Finanzierung und Service abgeschlossen – ein Plus von mehr als 13 Prozent.
- Das Operative Ergebnis wuchs sogar um 14,6 Prozent auf den neuen Rekordwert von 1,6 Mrd. Euro.

Zudem begleiten unsere Financial Services die Einführung alternativer Technologien mit spannenden, neuen Dienstleistungen. So bietet die Volkswagen Bank in Kooperation mit deutschen Energieversorgern regenerativ erzeugten Ökostrom für die Elektro-Modelle des Konzerns an.

Meine Damen und Herren,

sie sehen: 2013 war für den Volkswagen Konzern ein erfolgreiches, ein gutes Jahr.

Mein herzlicher Dank geht an dieser Stelle an unsere mehr als 570.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weltweit. Ihr Können, ihre Ideen und ihre Hingabe sind die treibende Kraft unseres Erfolgs.

Gute Arbeit muss sich bezahlt machen – in jeder Hinsicht. Zu diesem Grundsatz steht Volkswagen. Für die Beschäftigten der Volkswagen AG in Deutschland heißt das zum Beispiel: Sie erhalten für die Leistung des vergangenen Geschäftsjahrs erneut eine hohe Erfolgsbeteiligung von 6.200 Euro.

II. Strategie 2018: Wir legen unseren Fokus auf qualitatives Wachstum

Meine Damen und Herren,

damit zum Blick nach vorn: Was können Sie in den kommenden Jahren von uns erwarten? Der Volkswagen Konzern wird seinen Weg an die Spitze der Automobilindustrie konsequent fortsetzen.

Unsere Ausgangslage ist dabei ebenso solide wie vielversprechend:

- Wir haben zwölf faszinierende Marken und mehr als 310 Modelle, die nahezu alle Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden abdecken.
- Wir sind weltweit präsent und übernehmen in vielen Schlüsselregionen eine Führungsrolle.
- Wir können auf die technologische Innovationskraft von mehr als 40.000 Entwicklern bauen.
- Wir haben die nötige finanzielle Substanz und Solidität – und eine überzeugende Strategie für die Zukunft.

Kurz: Der Volkswagen Konzern hat alles, um seine ehrgeizigen Ziele zu erreichen.

Sie erinnern sich: Wir haben uns vorgenommen, bis 2018 mindestens 10 Mio. Fahrzeuge pro Jahr auszuliefern. Aber das ist nur ein Baustein unserer Strategie. Wir wollen auch die zufriedensten Kunden, die motiviertesten Mitarbeiter und eine starke Vorsteuerrendite von mindestens 8 Prozent erreichen.

Was das Volumenziel anbelangt, so stehen die Chancen gut, dass wir die Marke von 10 Mio. sogar schon in diesem Jahr übertreffen – vier Jahre früher als ursprünglich geplant.

Dies wäre ein wichtiger Etappenerfolg – und ein zusätzlicher Motivationsschub auf unserem Weg nach 2018. Natürlich haken wir das Thema „Volumenwachstum“ damit nicht einfach ab. Wir wollen und werden unsere Auslieferungen weiter steigern.

Aber: Wir legen unseren Fokus jetzt noch stärker auf die qualitativen Ziele der Strategie 2018. Unser Anspruch, der Anspruch des Volkswagen Konzerns, lautet jetzt mehr denn je: „Qualitatives Wachstum“. Und damit verbinden wir den Ehrgeiz, auf dem Weg zum besten Autobauer der Welt nochmal deutlich an Tempo zuzulegen. Was bedeutet das konkret?

Sie kennen Volkswagen: Das Thema Qualität hat für uns und für mich ganz persönlich einen herausragenden Stellenwert.

- Die bedingungslose Hinwendung zu unseren Produkten.
- Die Präzision in jedem einzelnen Detail.
- Unsere Null-Fehler-Toleranz – das alles ist Teil der DNA dieses Konzerns.

Dieses Qualitätsverständnis leben wir bei unseren Fahrzeugen. Und genau dieses Qualitätsverständnis übertragen wir jetzt auf alle Bereiche des Unternehmens. Dazu haben wir eine große unternehmerische Qualitätsoffensive im Konzern gestartet. Drei Stoßrichtungen möchte ich heute kurz beleuchten:

- Erstens: Die Ergebnisqualität.
- Zweitens: Die Entwicklungsqualität.
- Und drittens: Die Personalqualität.

Zunächst zu Stoßrichtung Nr. 1: Der Ergebnisqualität. Mit unseren Modularen Baukästen haben wir den Schlüssel für eine nachhaltige Stärkung unserer Ertragskraft bereits in den Händen. Denn: Wenn wir die Baukastenstrategie über die kommenden Jahre konzernweit implementiert haben, dann wird das ein in der Automobilindustrie einmaliger Erfolg – technologisch und finanziell.

Daran arbeiten wir – mit ganzer Kraft und auch mit der nötigen Geduld.

- 2013 haben wir rund 1 Mio. Fahrzeuge auf MQB-Basis ausgeliefert – mit ersten positiven Effekten.
- Im laufenden Jahr werden es bereits rund 2 Mio. Fahrzeuge sein.
- Und 2016 wird die Zahl der MQB-Fahrzeuge in Richtung 4 Mio. steigen.

Dann werden wir weltweit mehr als 20 MQB-Werke in 12 Ländern betreiben – von Deutschland bis China, von Mexiko bis Brasilien. Und Sie können sicher sein: Mit steigendem Volumen und neuen Modellen werden wir auch zunehmend positive Ergebnis-Effekte sehen.

Auch darüber hinaus erschließen wir Schritt für Schritt das Synergie-Potenzial unseres Konzernverbunds – sowohl im Pkw- als auch im Nutzfahrzeuggeschäft.

- Beispiel Porsche: Die Zusammenarbeit in Entwicklung, Einkauf, Produktion, Finanzen und Vertrieb entwickelt sich äußerst positiv. Wir werden deutlich höhere Synergien erzielen als bislang angenommen. Statt 700 Mio. Euro rechnen wir im Konzern mittelfristig mit mehr als 1 Mrd. Euro jährlich.
- Beispiel Nutzfahrzeuge: Mit dem angestrebten vollständigen Erwerb von Scania machen wir den nächsten, logischen Schritt auf dem Weg zum Integrierten Nutzfahrzeugkonzern von Scania, MAN und Volkswagen Nutzfahrzeuge. Damit können wir die Leistungsfähigkeit, Effizienz und Flexibilität unseres Nutzfahrzeuggeschäfts weiter verbessern, etwa durch eine eigene Modulare Baukastenstrategie.

Meine Damen und Herren,

wenn wir mit unserem Angebot erfolgreich sind, erwarten wir im Durchschnitt ein langfristiges Synergiepotenzial von mindestens 650 Mio. Euro Operativem Ergebnis pro Jahr – und zwar zusätzlich zu den bereits kommunizierten Synergien von mehr als 200 Mio. Euro, die wir bis Ende 2014 heben werden.

Bei alledem gilt eines unverändert: Scania bleibt Scania!

- Wir stehen voll und ganz zur Belegschaft und den Arbeitsplätzen bei Scania.
- Wir stehen zu den Werken und den Entwicklungszentren von Scania.
- Wir stehen zum Hauptsitz von Scania in Södertälje.
- Und wir stehen auch zur besonderen Unternehmenskultur von Scania, die diese Marke so stark macht.

Scania wird seinen erfolgreichen Weg unter der Führung von Martin Lundstedt uneingeschränkt fortsetzen.

Ich meine: Der Volkswagen Konzern hat vielfach bewiesen, wie man starke Marken erfolgreich integriert – und ihnen gleichzeitig die nötige Freiheit und Eigenständigkeit belässt. Ich erinnere hier nur an Porsche. Deshalb bin ich überzeugt: Vom Integrierten Nutzfahrzeugkonzern werden alle Beteiligten profitieren – allen voran die Marke Scania, ihre Beschäftigten und ihre Kunden.

Zurück zur Ergebnisqualität. Wir sorgen natürlich unverändert für eine hohe Kosten- und Investitionsdisziplin. Dabei halten wir allerdings wenig von aktionistischen Sparprogrammen. Disziplin bei Investitionen und Kosten war, ist und bleibt bei Volkswagen Daueraufgabe. Im Fokus stehen dabei:

- Noch mehr Synergien im weltweiten Konzernverbund.
- Noch schlankere interne Prozesse.
- Und der klare Anspruch, dass wir nur solche Fahrzeugprojekte realisieren, die die jeweiligen Renditeansprüche erfüllen.

Natürlich sind auch wir Teil dieser Welt. Und in den kommenden Jahren wird für unsere Branche manches davon abhängen, wie sich Konjunktur und Märkte entwickeln. Aber ich bin überzeugt: Die beschriebenen Maßnahmen werden sich dauerhaft positiv auf unsere Ergebnisqualität auswirken.

Wir haben jedenfalls alle Weichen gestellt, um unser Renditeziel von über 8 Prozent bis spätestens 2018 zu erreichen.

Damit zu Stoßrichtung Nr. 2: Der Entwicklungs- und Innovationsqualität. Der Volkswagen Konzern ist heute schon Innovationsmotor für die gesamte Automobilbranche.

- Die Ideenfabrik Volkswagen läuft auf Hochtouren – alleine 2013 haben wir rund 6.000 Patente angemeldet.
- Kein anderer Hersteller wendet mehr Geld für Forschung und Entwicklung auf. Im vergangenen Jahr waren es erstmals mehr als 10 Mrd. Euro.
- Und kein anderer Hersteller arbeitet so konsequent am Thema Nachhaltigkeit. Schon heute bieten wir die größte Effizienzflotte der Welt, mit allein 54 Modellvarianten unter 100 Gramm CO₂/km.

In Zukunft werden wir diesen Innovationsmotor noch ein Stück höher drehen: Mit einer Vielzahl an technologischen Neuheiten und Ideen, die wir noch schneller in noch mehr Marken und Modelle bringen.

Zur zentralen Innovationsdrehzscheibe werden dabei unsere Baukästen:

- Durch sie können wir Modellvarianten, Technologien und Innovationen zügig und flexibel in die Großserie bringen.
- Und durch sie können wir unsere Fahrzeuge noch flexibler und passgenauer auf die Wünsche unserer Kunden überall auf der Welt zuschneiden.

So werden wir zum Beispiel mehr und mehr Modelle mit der gesamten Bandbreite modernster Antriebe anbieten:

- Von hocheffizienten Diesel- und Benzinmotoren,
- über den Erdgasantrieb
- bis zum reinen Elektrofahrzeug und Plug-In-Hybrid.

Das heißt: Wir lassen unseren Kunden die freie Wahl, welches Modell mit welchem Antrieb sie fahren wollen. Erstmals bieten wir dieses 100-Prozent-Paket im laufenden Jahr beim Golf an. Viele weitere Modelle werden folgen.

Dank der Baukästen sind wir auch in der Lage, jederzeit flexibel und schnell auf Markttrends oder Verschiebungen der Nachfrage zu reagieren. In der Entwicklung genauso wie in der Produktion. So laufen bei uns Elektroautos nicht in eigenen, gesonderten Werken vom Band, sondern Stoßstange an Stoßstange mit Diesel- oder Benzinvarianten.

Meine Damen und Herren,

ich bin überzeugt: Der große Gewinner dieser Innovationsoffensive wird der Kunde sein.

- Beispiel Plug-In Hybrid: Mit dieser Technologie erfüllen wir gleich drei zentrale Kundenwünsche – emissionsfreie Elektromobilität, volle Reichweite für die Langstrecke und nicht zuletzt volle Dynamik und Fahrspaß.
- Beispiel Digitalisierung: Wir forschen nicht nur an Zukunftstechnologien wie dem automatischen Fahren oder der umfassenden Vernetzung des Autos, sondern bereiten heute schon den Weg in die Großserie vor. So kann der Kunde beim e-up! bereits viele Funktionen per Smartphone-App überwachen und steuern – von der Batterieaufladung über die Parkposition bis zur Klimaanlage.

- Beispiel regionale Modelle: Wir werden dieses bewährte Volkswagen-Prinzip konsequent ausbauen und so noch gezielter auf die unterschiedlichen regionalen Kundenwünsche eingehen. In diesen Tagen kommt beispielsweise der up! speziell für Brasilien in den Handel. In den USA verstärken wir unsere Modellpalette mit einem neuen Midsize-SUV auf MQB-Basis. Außerdem arbeiten wir u.a. an einem sportlichen Coupé und einer großen Limousine für den chinesischen Markt.

Sie sehen: Wir stellen unsere Innovationskraft voll und ganz in den Dienst des Kunden. Genau das ist der Kern unserer Qualitätsoffensive in der Entwicklung.

Dass wir darüber hinaus noch weiter in die Zukunft blicken, zeigt die „Future-Tracks“-Initiative, die wir vor wenigen Tagen in Genf gestartet haben.

Ich bin überzeugt: Unsere Branche steht in den kommenden Jahren vor einem der größten Umbrüche seit Bestehen des Automobils.

- Die Erwartungen der Menschen an Mobilität wandeln sich fundamental.
- Die Wünsche an das eigene Automobil verändern sich weltweit immer schneller.
- Und insbesondere die Digitalisierung wird revolutionäre Folgen haben – für das Automobil und die Branche als Ganzes.

Unser Anspruch, der Anspruch des Volkswagen Konzerns ist es, Motor dieses Wandels zu sein.

Wir wollen die Zukunft unserer Branche aus eigener Kraft gestalten und mutig vorantreiben. Auch das verstehen wir unter qualitativem Wachstum. Und genau deshalb müssen wir jetzt intensiv darüber nachdenken, wie die Automobilwelt von Übermorgen aussehen wird: Wie wir unsere Fahrzeuge dann entwickeln, planen und fertigen werden.

- Wie können wir die bisherigen Modellzyklen verkürzen und im Sinne unserer Kunden deutlich flexibler gestalten?
- Wie schaffen wir – unabhängig von neuen Modellen – regelmäßig zusätzlichen Mehrwert für unsere Kunden?
- Wie bieten wir unseren Kunden noch mehr Auswahl durch ganz neue Konzepte, Karosserievarianten oder zusätzliche Möglichkeiten der Individualisierung?
- Wie nutzen wir das technologische Potenzial unserer Baukästen noch intensiver, damit das Automobil auch in den Großstädten dieser Welt attraktiv und faszinierend bleibt?

Diesen und vielen weiteren drängenden Zukunftsfragen stellen wir uns. Mit der Future-Tracks-Initiative bringen wir die besten Experten und Vordenker des Volkswagen Konzerns zusammen, um Antworten auf all diese Fragen zu geben. Die ersten Projekttreffen werden in Kürze in Wolfsburg stattfinden.

Im Kern geht es uns dabei um noch mehr Flexibilität, noch mehr Innovationsgeist und vor allem noch mehr Nähe zu unseren Kunden. Ich bin überzeugt: Das ist die Entwicklungsqualität, die wir in der Automobilindustrie brauchen.

Schließlich zu Stoßrichtung Nr. 3: Die Personalqualität. Der Volkswagen Konzern und seine Marken ziehen seit Jahren die besten Köpfe der Branche an. Mit Andreas Renschler kommt nun ein weiterer exzellenter Mann nach Wolfsburg. Er wird wesentlich dazu beitragen, die erfolgreiche Arbeit von Leif Östling fortzusetzen und unser Nutzfahrzeuggeschäft an die Spitze der Branche zu führen.

Auch in allen anderen Bereichen bereiten wir uns personell auf das weitere quantitative und qualitative Wachstum vor.

- Alleine im vergangenen Jahr haben wir 23.000 neue Arbeitsplätze geschaffen. Darunter sind rund 5.300 Leiharbeiter, die an den deutschen Standorten in eine feste Beschäftigung übernommen wurden.
- Und bis 2018 wird die Zahl der Arbeitsplätze weiter wachsen – vor allem in China, aber auch hier in Deutschland.

In Summe werden wir dann ein Unternehmen mit voraussichtlich mehr als 600.000 hochqualifizierten, engagierten Beschäftigten sein. Das Know-how und das Wissen all dieser Menschen ist unser wertvollster Schatz. Und diesen Schatz wollen wir bewahren, ausbauen und vor allem an die nächste Generation weitergeben.

Mehr Personalqualität heißt für uns deshalb vor allem: mehr Wissenstransfer. Dazu werden wir unter anderem die Duale Ausbildung ausbauen und weiter internationalisieren. Schon heute bildet unser Konzern weltweit über 20.000 junge Männer und Frauen aus, darunter mehr als 7.000 außerhalb Deutschlands.

Mir ist natürlich klar, dass „Wissenstransfer“ ein recht abstraktes und wenig schlagzeilentaugliches Thema ist. Dennoch ist es für mich ein Kernthema – und zwar weit über unser eigenes Unternehmen hinaus. Ich will unser Vorgehen deshalb anhand von drei Beispielen erläutern.

- Erstens: Die Volkswagen Group Academy. Wir haben in den vergangenen Jahren ein neuartiges, konzernweites Bildungssystem aufgebaut. Das Ganze funktioniert quasi wie eine riesige Lernfabrik, vom Vertrieb über die Produktion bis zur Beschaffung hat jeder Bereich seine eigene Fakultät. Mit jährlich rund 90.000 Teilnehmern sind wir inzwischen die wohl größte „Automobil-Universität“ der Welt.
- Zweitens: Das Top-X-Programm. Mit diesem Programm stellen wir unseren Top-Talenten jeweils einen Mentor aus dem Management zur Seite. Im Tandem werden über ein ganzes Jahr hinweg Fachkompetenz und Know-how systematisch weitergegeben. Wir haben mit diesem Programm in den vergangenen Jahren bereits so gute Erfahrungen gemacht, dass wir es jetzt deutlich ausweiten.

- Drittens: Der Austausch mit Universitäten und Forschungsinstituten. Wir forcieren nicht nur den Wissenstransfer im Unternehmen, sondern auch jenseits der Werkstore, beispielsweise zu Themen wie der Batterieforschung oder dem automatischen Fahren. Schon heute kooperiert der Volkswagen Konzern weltweit mit mehr als 280 Hochschulen und Forschungsinstituten – Tendenz steigend.

Das Teilen von Wissen führt zu neuem, zusätzlichem Wissen – diese sehr zeitgemäße Idee wird mehr und mehr zum Markenzeichen von Volkswagen. Denn so sichern wir unsere Technologieführerschaft und unseren wirtschaftlichen Erfolg auch für die Zukunft ab.

III.Ausblick: Der Volkswagen Konzern bietet exzellente Perspektiven

Meine Damen und Herren,

noch mehr Ergebnisqualität, noch mehr Entwicklungsqualität und noch mehr Personalqualität – das ist unser Fahrplan für die kommenden Jahre.

Dafür wenden wir viel Kraft, Know-how und auch Geld auf: Bis 2018 investiert der Volkswagen Konzern im Automobilbereich rund 84 Mrd. Euro in seine Werke, Produkte und Technologien. Hinzu kommen über 18 Mrd. Euro durch unsere Joint Ventures in China – finanziert aus dem eigenen Cash-Flow.

Dieses 100-Milliarden-Programm setzt ein deutliches Signal: Wir treiben die Strategie 2018 mit ganzer Konsequenz voran!

Für Mitarbeiter und Geschäftspartner, für Aktionäre und Investoren, und vor allem für unsere Kunden heißt das: Der Volkswagen Konzern bietet weiterhin exzellente Perspektiven. Wir wollen und wir werden unsere Ziele bis spätestens 2018 erreichen.

Das Jahr 2014 wird auf diesem Weg sicherlich zu den besonders anspruchsvollen Etappen gehören.

- Die anhaltend hohen Risiken für die Weltwirtschaft.
- Die erwartete schwächere Dynamik auf dem Weltautomobilmarkt.
- Der sich abzeichnende, aber bislang noch moderate Aufwärtstrend auf dem europäischen Automobilmarkt.
- Und der zunehmende Gegenwind in einigen Schwellenländern – das alles wird die Automobilindustrie fordern.

Wachstumsmotor bleibt dagegen China – für uns und für die gesamte Branche.

Angesichts der beschriebenen Unsicherheiten fällt unsere Prognose für 2014 vergleichsweise vorsichtig aus.

- Wir rechnen damit, dass wir die Auslieferungen moderat steigern werden.
- Wir gehen davon aus, dass sich die Umsatzerlöse des Konzerns in einer Bandbreite von drei Prozent um den Vorjahreswert bewegen werden.
- Und wir erwarten eine Operative Rendite im Konzern zwischen 5,5 und 6,5 Prozent.

Eines ist mir an dieser Stelle wichtig: Der Volkswagen Konzern hat sich noch nie damit begnügt, nur das Minimalergebnis zu erreichen.

Ein Beleg dafür ist unsere anstehende Produkt-Offensive. In diesem und im nächsten Jahr bringen wir mehr als 100 neue Modelle, Nachfolger und Produktaufwertungen auf die Straße. Darunter so wichtige Modelle wie:

- Der neue Passat.
- Der Audi A4 und der Q7.
- Der Porsche Macan und der Cayenne mit Plug-In Hybrid.
- Der ŠKODA Fabia und der Superb.
- Sowie der neue SEAT Ibiza.

Sie sehen: Der Volkswagen Konzern und seine Marken machen weiter Tempo. Technologisch und auch wirtschaftlich.

Das unterstreichen auch die aktuellen Auslieferungszahlen: Wir haben einen ordentlichen Start ins Jahr 2014 hingelegt.

- Im Januar und Februar hat der Volkswagen Konzern weltweit fast 1,5 Mio. Pkw und leichte Nutzfahrzeuge ausgeliefert.
- Und mit einem Plus von 4,7 Prozent haben wir erneut kräftig zugelegt.

Meine Damen und Herren,

wir wollen und wir werden in den kommenden Jahren weiter wachsen – auch und vor allem in qualitativer Hinsicht. Und ich bin überzeugt, dass wir schon in einem Jahr an dieser Stelle sagen können: Der Volkswagen Konzern ist erneut ein ganzes Stück stärker und vor allem besser geworden.

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!

Und nun wird Ihnen Herr Pötsch die Einzelheiten unserer Bilanz erläutern.