



28. Juli 2017

## Erfolgreiche Geschäftsentwicklung bei Volkswagen

---

- **Umsatzanstieg und Ergebnisverbesserung bei der Kernmarke des Konzerns im ersten Halbjahr**
  - **Kosten trotz Produktoffensive leicht gesunken**
  - **Strategie TRANSFORM 2025+ weiter konsequent vorangetrieben**
  - **Größte Modelloffensive in der Geschichte der Marke – Erneuerung der Modellpalette bis 2020**
  - **Vorbereitung innovativer e-Fahrzeuge läuft auf Hochtouren**
  - **Markenchef Diess: „Die Neuausrichtung der Marke kommt gut voran“**
- 

Wolfsburg – Die Marke Volkswagen hat im zweiten Quartal an ihren guten Jahresauftakt angeknüpft und ihre positive Geschäftsentwicklung fortgesetzt. Für das erste Halbjahr 2017 stehen ein Umsatzanstieg und eine Ergebnissteigerung zu Buche. Die Erlöse legten per Ende Juni in der seit Jahresbeginn gültigen neuen Abgrenzung zwischen Marke und Konzern gegenüber dem Vorjahr um rund 8 Prozent auf 39,9 Milliarden Euro zu. Das operative Ergebnis konnte auf vergleichbarer Basis verdoppelt werden: Es erreichte im ersten Halbjahr 1,8 (0,9) Milliarden Euro. Nach dem positiven Abschneiden der Marke in den ersten sechs Monaten bekräftigt Volkswagen seine Renditeprognose für das Gesamtjahr. Der Markenvorstand erwartet eine operative Umsatzrendite am oberen Ende der Spanne 2,5 bis 3,5 Prozent.

„Die Marke Volkswagen ist auf einem guten Weg. Unsere Automobile sind weltweit stark gefragt und unsere strategische Neuausrichtung zeigt positive Effekte im operativen Geschäft“, erklärte der Vorsitzende des Markenvorstands, Herbert Diess. „Der Aufbruch in eine neue Phase unseres Unternehmens ist geglückt. Unser Ziel ist es, Volkswagen voll und ganz zukunftsfähig aufzustellen, um auch in der Automobilwelt von morgen eine führende Rolle einzunehmen“, so Diess.

In der ersten Jahreshälfte 2017 hat sich Volkswagen auf seinen Absatzmärkten unter nach wie vor herausfordernden Bedingungen gut behauptet. Die Absatzentwicklung hat sich dabei zuletzt beschleunigt: So waren die Auslieferungen der Marke in den Monaten Mai und Juni um 3,5 bzw. 4,0 Prozent gestiegen. Insgesamt hat Volkswagen im ersten Halbjahr weltweit gut 2,9 Millionen Fahrzeuge an Kunden übergeben. Die

### Pressekontakt

Volkswagen Kommunikation  
Christoph Adomat  
Leiter Unternehmenskommunikation  
Tel: +49 5361 9-86266  
[christoph.adomat@volkswagen.de](mailto:christoph.adomat@volkswagen.de)

### Volkswagen Investor Relations

Thomas Küter  
Investor Relations Manager  
Tel: +49 5361 9-40765  
[thomas.kueter@volkswagen.de](mailto:thomas.kueter@volkswagen.de)



### Mehr unter

[volkswagen-media-services.com](http://volkswagen-media-services.com)



Auslieferungen lagen damit um 0,3 Prozent über Vorjahr. Überproportional stark fiel der Anstieg unter anderem in den USA (plus 8,2 Prozent) aus, wo die Marke Volkswagen Marktanteile gewonnen hat, außerdem auf dem südamerikanischen Teilkontinent (plus 12,2 Prozent) und in Russland (plus 17,9 Prozent). Im wichtigsten Markt China konnte ein Zuwachs von 0,2 Prozent erreicht werden.

„Wir verzeichnen in einigen Kernregionen zuletzt wieder ein deutliches Wachstum, auch infolge unserer breiten Modelloffensive, die auf den Märkten sehr gut ankommt. Die neuen Modelle wie Polo, Arteon und Tiguan Allspace stimmen uns positiv für die zweite Jahreshälfte“, sagt Jürgen Stackmann, Vertriebsvorstand der Marke.

## **Finanzkennzahlen deutlich verbessert, Prognose bekräftigt**

Die sichtbaren Markterfolge haben auch zur positiven Umsatzentwicklung im ersten Halbjahr beigetragen. Volumen-, Mix- und Margeneffekte beeinflussten das operative Ergebnis positiv. Dessen Sprung nach oben geht auch auf die weiter verbesserte Kostensituation zurück. Im ersten Halbjahr konnten die Produktkosten optimiert werden. Die Fixkosten konnten trotz fortgesetzter Produktoffensive auf dem Vorjahresniveau gehalten werden. Hinzu kommt, dass der im vergangenen Herbst vereinbarte Zukunftspakt zunehmend Wirkung zeigt. Darüber hinaus erzielte die Marke Fortschritte auf dem Weg zum Turnaround der Regionen.

„Wir kommen dank strikter Kostendisziplin und einer kontinuierlichen Steigerung der Produktivität auf dem Weg zu wettbewerbsfähigen Kostenstrukturen planmäßig voran. So schaffen wir die Voraussetzungen dafür, dass Volkswagen mittel- bis langfristig die Renditen erwirtschaftet, die wir für eine zukunftsfähige Aufstellung in der neuen Automobilwelt brauchen“, erklärte Finanzchef Arno Antlitz.

Für den weiteren Jahresverlauf erwartet der Markenvorstand eine Fortsetzung der positiven Geschäftsentwicklung des ersten Halbjahres. Der Umsatz soll im Gesamtjahr 2017 auf vergleichbarer Basis gegenüber dem Vorjahr um rund 10 Prozent steigen. Die operative Umsatzrendite wird am oberen Ende der Spanne 2,5 bis 3,5 % erwartet. An seinen mittel- und langfristigen Zielen für die Umsatzrendite von mindestens 4 Prozent bis 2020 und 6 Prozent bis 2025 hält Volkswagen unverändert fest. „Wir werden die finanzielle Wettbewerbsfähigkeit der Marke Volkswagen in den kommenden Jahren Schritt für Schritt verbessern. Dazu wird der Zukunftspakt ebenso beitragen wie die konsequente Umsetzung unserer Strategie TRANSFORM 2025+“, so Antlitz.



## Modelloffensive wird forciert

Der strategische Fokus wird im restlichen Jahresverlauf neben der weiteren Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit und der Fortsetzung des Turnarounds in einigen Regionen vor allem auf der Fortsetzung der größten Modelloffensive in der Geschichte der Marke liegen. Ein klarer Schwerpunkt dabei ist weiterhin das wachstums- und renditestarke SUV-Segment, in dem Volkswagen sein Angebot deutlich ausweiten wird. Von ursprünglich zwei Modellen wird die Palette bis 2020 auf 19 Modelle erweitert. Insgesamt wird die Modellpalette bis 2020 umfassend erneuert und in wesentlichen Segmenten ausgebaut. Ab 2020 startet die Marke dann ihre Offensive mit innovativen Elektrofahrzeugen.

„Wir wollen mit neuen, attraktiven und emotionalen Fahrzeugen Marktanteile gewinnen und gleichzeitig unsere Wettbewerbsfähigkeit weiter verbessern. Das positive Momentum, das wir überall im Unternehmen, aber auch draußen im Markt spüren, nutzen wir jetzt, um sowohl beim Markenumbau als auch im operativen Geschäft Tempo zu machen. Die Marke Volkswagen geht wieder in die Offensive“, resümierte Vorstandschef Diess.

---

### Über die Marke Volkswagen: Wir bringen die Zukunft in Serie.

Die Marke Volkswagen Pkw ist weltweit in mehr als 150 Märkten präsent und produziert Fahrzeuge an mehr als 50 Standorten in 14 Ländern. Im Jahr 2016 hat Volkswagen rund 5,99 Millionen Fahrzeuge gefertigt, hierzu gehören Bestseller wie Golf, Tiguan, Jetta oder Passat. Derzeit arbeiten weltweit 196.000 Menschen bei Volkswagen. Hinzu kommen mehr als 7.700 Handelsbetriebe mit 74.000 Mitarbeitern. Volkswagen treibt die Weiterentwicklung des Automobilbaus konsequent voran. Elektromobilität, Smart Mobility und die digitale Transformation der Marke sind die strategischen Kernthemen der Zukunft.

---