



3. Mai 2019

Marke Volkswagen steigert Umsatz und Ergebnis

- **Umsatz steigt im ersten Quartal um 7,1 Prozent auf 21,5 Mrd. Euro im Vergleich zum Vorjahr**
 - **Operatives Ergebnis vor Sondereinflüssen wächst um 4,8 Prozent auf 921 Mio. Euro**
 - **Marke hält an operativem Renditeziel von 4 bis 5 Prozent für Gesamtjahr fest**
 - **Finanzvorstand Dr. Arno Antlitz: „Neue SUV's bereichern unser Produktangebot. Fokus auf Effizienz und Kostendisziplin zeigt Wirkung. Gleichzeitig investiert die Marke kraftvoll in Zukunftstechnologien.“**
-

Wolfsburg – Die Marke Volkswagen Pkw hat sich im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres 2019 in einem herausfordernden Marktumfeld solide entwickelt. Die Leitmarke des Volkswagen Konzerns konnte Umsatz und operatives Ergebnis nach den ersten drei Monaten bei leicht rückläufigen Auslieferungen steigern. Getrieben von einem verbesserten Produkt-Mix konnte die Marke Volkswagen beim Umsatz um 7,1 Prozent auf 21,5 Milliarden Euro wachsen. Das Operative Ergebnis vor Sondereinflüssen lag nach drei Monaten mit 921 Mio. Euro 4,8% über dem Vorjahresniveau. Hier profitierte Volkswagen ebenfalls von einem verbesserten Produkt-Mix, einer positiv wirkenden Entwicklung bei den Produktkosten und verbesserten Fixkosten. Die operative Rendite lag im ersten Quartal mit 4,3 Prozent in etwa auf Vorjahresniveau. Aus Rechtsrisiken resultierten im Berichtszeitraum Sondereinflüsse aus der Dieselaufarbeitung in Höhe von 0,4 Milliarden Euro.

„Die Marke Volkswagen ist solide ins neue Geschäftsjahr gestartet. Die Zahlen der ersten drei Monate zeigen: Unser konsequenter Fokus auf die Steigerung von Effizienz und Produktivität im Unternehmen ist richtig und er zeigt Wirkung. Den eingeschlagenen Weg müssen wir diszipliniert weiterverfolgen, um die Ertragskraft von Volkswagen weiter nachhaltig zu steigern. Gleichzeitig investieren wir kraftvoll in Zukunftstechnologien, wie den MEB, die Digitalisierung unserer Produkte und die Umsetzung unserer Produktoffensive“, sagt Finanzvorstand Dr. Arno Antlitz.

Die Marke konnte im ersten Quartal Marktanteile hinzugewinnen. Dennoch gingen die Auslieferungen der Marke aufgrund des schwachen Gesamtmarkts um 4,5 Prozent auf 1.456.400 Fahrzeuge zurück. Ihre Produktoffensive setzt die Marke Volkswagen im laufenden Jahr fort und erweitert ihr Portfolio vor allem um SUV-Modelle, etwa den neuen T-Cross.

Pressekontakt

Volkswagen Kommunikation
Dr. Marc Langendorf
Leiter Unternehmenskommunikation
Tel: +49 5361 9-34474
marc.langendorf@volkswagen.de

Volkswagen Investor Relations

Thomas Küter
Investor Relations Manager
Tel: +49 5361 9-126735
thomas.kueter@volkswagen.de



Mehr unter

volkswagen-newsroom.com



Diese Modellvarianten sind segmentübergreifend in vielen Regionen unverändert stark nachgefragt.

Bei den Fixkosten verbesserte sich die Marke Volkswagen im ersten Quartal um rund 200 Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahresquartal. Die Verbesserung war vorwiegend auf die konsequente Umsetzung der im Zukunftspakt definierten Maßnahmen zurückzuführen. „Im weiteren Verlauf des Geschäftsjahrs sind jedoch weitere Anstrengungen notwendig, um Risiken aus den Märkten abzufedern“, so Antlitz.

Darüber hinaus arbeitet die Marke Volkswagen an der Steigerung der Produktivität ihrer weltweiten Werke. Bis 2025 will die Marke die Produktivität ihrer Werke um 30 Prozent steigern. Neben konsequenter Investitionsdisziplin und der marken- und modellübergreifenden Auslastung verspricht sich Volkswagen auch vom Einsatz neuer Technologien für seine Standorte, zum Beispiel durch die Volkswagen Industrial Cloud, in Zukunft erhebliche Effizienzen.

Der operative Netto-Cash Flow belief sich vor Auszahlungen aus der Dieselthematik in den ersten drei Monaten auf rund 0,6 Mrd. Euro.

Prognosen für Umsatz- und Renditeziele bestätigt

Im laufenden Geschäftsjahr geht die Marke Volkswagen weiterhin davon aus, beim operativen Ergebnis im Zielkorridor von 4 bis 5 Prozent zu landen. Für die zweite Stufe der Umstellung auf den Prüfzyklus WLTP rechnet die Marke im laufenden Geschäftsjahr nicht mit signifikanten finanziellen Auswirkungen.

Der Markenvorstand Volkswagen hat sich ein Renditeziel von mindestens sechs Prozent bis 2022 gesetzt, um alle notwendigen Zukunftsinvestitionen für Elektromobilität und Digitalisierung aus eigener Kraft stemmen zu können und die Transformation der Industrie zu gestalten.

Die Quartalszahlen der Marke Volkswagen im Überblick:

	Q1 2019	Q1 2018	Veränd. in %
Auslieferungen (inkl. China)	1.456.400	1.525.300	-4,5%
Absatz	910.100	912.200	-0,2%
Umsatzerlöse (in Mio.)	21.538	20.115	+7,1%
Operatives Ergebnis (in Mio.)*	921	879	+4,8%
Operative Rendite*	4,3%	4,4%	

* vor Sondereinflüssen



Über die Marke Volkswagen:

Die Marke Volkswagen Pkw ist weltweit in mehr als in 150 Märkten präsent und produziert Fahrzeuge an mehr als 50 Standorten in 14 Ländern. Im Jahr 2018 hat Volkswagen rund 6,24 Millionen Fahrzeuge ausgeliefert, hierzu gehören Bestseller wie Golf, Tiguan, Jetta oder Passat. Derzeit arbeiten weltweit 195.878 Menschen bei Volkswagen. Hinzu kommen mehr als 10.000 Handelsbetriebe mit 86.000 Mitarbeitern. Volkswagen treibt die Weiterentwicklung des Automobilbaus konsequent voran. Elektromobilität, Smart Mobility und die digitale Transformation der Marke sind die strategischen Kernthemen der Zukunft.
