



5. November 2021

Volkswagen investiert bis 2026 rund eine Milliarde Euro – Region Südamerika soll nachhaltig profitabel aufgestellt werden

- Nach Restrukturierungsprogramm und Portfolioerneuerung positives Ergebnis in Lateinamerika für laufendes Jahr erwartet
- Weiteres Wachstumspotenzial durch neue Familie von Kompaktwagen im Einstiegssegment – Polo Track auf MQB Basis macht 2023 den Anfang
- Erschließung digitaler Geschäftsmodelle und Ausweitung der Bio-Fuel Forschung beschleunigt Wandel zum softwareorientierten Anbieter nachhaltiger Mobilität
- Volkswagen CEO Ralf Brandstätter: „In Lateinamerika haben wir bewiesen, dass wir trotz eines niedrigen Gesamtmarktes und herausfordernden Rahmenbedingungen profitabel sein können. Wir investieren jetzt weiter gezielt in Projekte, die die nachhaltige Profitabilität von Volkswagen zukünftig sichern.“

São Bernardo do Campo/Wolfsburg – Trotz der anhaltenden Herausforderungen durch die Corona-Pandemie und die weltweite Unterversorgung mit Halbleitern erwartet Volkswagen in Lateinamerika zum ersten Mal seit 2013 ein positives Ergebnis. In den kommenden fünf Jahren investiert Volkswagen rund eine Milliarde Euro, um seine Wettbewerbssituation auf diesem wichtigen Markt weiter zu stärken und sich nachhaltig profitabel aufzustellen. Neben weiteren lokalen Fahrzeugprojekten sollen insbesondere die Digitalisierung und Dekarbonisierung in Südamerika einen zusätzlichen Schub erhalten. Dazu zählt auch der weitere Betrieb eines Forschungszentrums für Bio-Fuels als marktspezifische Brückentechnologie in Ergänzung zur globalen Elektrifizierungsoffensive von Volkswagen.



Der Polo Track soll im brasilianischen Werk in Taubaté produziert werden.

„Lateinamerika ist ein wichtiger Zukunftsmarkt für Volkswagen. Durch ein sehr konsequentes Restrukturierungsprogramm haben wir uns dort in den vergangenen zwei Jahren eine sehr gute Ausgangssituation erarbeitet. Mit einem großen Investitionsprogramm treiben wir nun die Umsetzung unserer Strategie ACCELERATE voran, stärken unsere Wettbewerbssituation der Region und werden so nachhaltig profitabel.“, sagte Ralf Brandstätter, CEO von Volkswagen.

Bemerkenswertes Comeback: Positives Ergebnis für 2021 erwartet

Nach der einschneidenden Rezession im Jahr 2013 feiert Volkswagen mit der erwarteten Rückkehr in die Gewinnzone im Geschäftsjahr 2021 ein bemerkenswertes Comeback auf dem lateinamerikanischen Markt. Zu dem Erfolg haben konsequente Fixkosten-Reduzierungen wie auch Kapazitäts-Anpassungen in den sechs Werken der Region im Rahmen eines ambitionierten Restrukturierungsprogramms beigetragen.

Medienkontakt

Dr. Christoph Ludewig
Corporate Communications
(Stellv. Leitung)
Tel: +49 5361 9-87575
christoph.ludewig@volkswagen.de

Imprensa Corporativa

Fernando Campoi | Gerente
fernando.campoi@volkswagen.com.br

Priscilla Cortezze | Diretora de Comunicação
Priscilla.cortezze@volkswagen.com.br



More at
volkswagen-newsroom.com

ACCELERATE
DIGITAL: ENERGIZED



Gleichzeitig hatte Volkswagen 2017 eine umfassende Modelloffensive gestartet und so das bisherige Produktportfolio radikal überarbeitet: In vier Jahren liefen 20 neue, für den Bedarf auf dem südamerikanischen Markt ausgerichtete Modelle an, die Mehrzahl davon wird in den brasilianischen Volkswagen Werken lokal gefertigt.

Alexander Seitz, CFO von Volkswagen: „Robuste und profitable Regionen sind ein wesentliche Erfolgsfaktor unserer ACCELERATE Strategie, denn wir müssen uns unsere Transformation verdienen. Das erwartete Erreichen der Gewinnschwelle in Lateinamerika ist ein sehr wichtiger Meilenstein auf dem Weg zu einer nachhaltig wettbewerbsfähigen Profitabilität von Volkswagen.“

Neue Kompaktwagenfamilie erschließt wachsendes Einstiegssegment

Die erfolgreiche Strategie eines klar auf die Bedürfnisse der Region zugeschnittenen Produktportfolios setzt Volkswagen in Lateinamerika mit der Markteinführung der neuen Kompaktwagen-Familie für das Einstiegssegment ab 2023 fort. Das erste Modell ist der Polo Track, der auf der MQB-Plattform basiert. Damit kann Volkswagen do Brasil ein stark wachsendes Marktsegment effizient und auf hohem technischen Niveau erschließen. Durch die Nutzung der MQB Plattform werden gleichzeitig Entwicklungskosten eingespart. Der Polo Track soll im brasilianischen Werk in Taubaté produziert werden.

„Die hohen Zukunftsinvestitionen in unsere Region zeigen, wie zentral der lateinamerikanische Markt für Volkswagen ist. Die Grundlage dafür sind drei wesentliche Erfolgsfaktoren: Die ausgezeichnete Produktivität in unseren Werken, die wir durch Vereinbarungen mit den Gewerkschaften erreicht haben, die hervorragende Leistung des gesamten Teams, sowie unsere starke Ausrichtung auf die Wünsche der lateinamerikanischen Kunden“, unterstrich Pablo di Si, Präsident and CEO von Volkswagen Lateinamerika.

Auf die Region abgestimmt: Lokale Wege bei der Dekarbonisierung

Neben der Erweiterung der Produktpalette beschleunigt Volkswagen mit den zusätzlichen Investitionen in Lateinamerika vor allem die Transformation zum softwareorientierten Anbieter nachhaltiger Mobilität. Dabei richtet sich Volkswagen ebenfalls an den spezifischen Bedingungen des Marktes aus. Deshalb investiert Volkswagen in Lateinamerika weiter in das bestehende Forschungs- und Entwicklungs-Zentrum für den Einsatz von Bio-Fuels. Gerade in Regionen mit großen Distanzen, wenig ausgebauten Ladenetzen und fehlenden regenerativen Energiequellen können Biokraftstoffe mit positiver CO₂ Bilanz eine Brücke ins E-Zeitalter bauen. Bis 2050 sollen Flotte und Unternehmen CO₂-neutral werden. Der Fahrplan dahin, der Way To Zero, ist Kernelement der ACCELERATE Strategie. Kern- und Leittechnologie für die Dekarbonisierung des Verkehrs ist die Elektromobilität. Das gilt langfristig auch für Lateinamerika.

„Mit dem WayToZero setzen wir uns für nachhaltige Mobilität für alle ein. Bioethanol ist regional eine sinnvolle Ergänzung zu unserer Elektro-Strategie, da es die Kohlenstoffemissionen im Vergleich zu Benzin um bis zu 90 % reduziert. Es ist ein hervorragendes Beispiel für 'global denken, lokal handeln'“, so Pablo di Si.

¹⁾ Das Fahrzeug wird in Europa nicht zum Verkauf angeboten.



Die Marke Volkswagen Pkw ist weltweit in mehr als in 150 Märkten präsent und produziert Fahrzeuge an mehr als 30 Standorten in 13 Ländern. Im Jahr 2020 hat Volkswagen rund 5,3 Millionen Fahrzeuge ausgeliefert. Hierzu gehören Bestseller wie Golf, Tiguan, Jetta oder Passat sowie die vollelektrischen Erfolgsmodelle ID.3 und ID.4. Derzeit arbeiten weltweit rund 184.000 Menschen bei Volkswagen. Hinzu kommen mehr als 10.000 Handelsbetriebe und Servicepartner mit 86.000 Mitarbeitern. Mit seiner Strategie ACCELERATE treibt Volkswagen seine Weiterentwicklung zum softwareorientierten Mobilitätsanbieter konsequent voran.
