



30. Oktober 2017

Volkswagen setzt Erfolgskurs fort

- **Kernmarke des Konzerns steigert Umsatz und operatives Ergebnis vor Sondereinflüssen auch im dritten Quartal**
- **Strategie „Transform 2025+“ zeigt nachhaltige Ergebnisse**
- **Kostenentwicklung trotz größter Produktoffensive in der Geschichte der Marke weiter im Griff**
- **Turnaround-Programm in Nordamerika greift**
- **Umsatzrendite vor Sondereinflüssen wird im Gesamtjahr 2017 moderat über der bisher prognostizierten Spanne von 2,5 bis 3,5 Prozent erwartet**
- **Markenchef Diess: „Wir sind auf einem sehr guten Weg, unsere zentralen strategischen Ziele zu erreichen“**

Wolfsburg – Die Marke Volkswagen hat ihre erfolgreiche Geschäftsentwicklung im dritten Quartal 2017 fortgesetzt. Von Januar bis September stiegen die Umsatzerlöse in der seit Jahresbeginn gültigen neuen Abgrenzung zwischen Marke und Konzern um 8,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr auf 58,9 Milliarden Euro. Das operative Ergebnis vor Sondereinflüssen konnte Volkswagen in den ersten neun Monaten mehr als verdoppeln auf 2,5 (1,2) Milliarden Euro. Dem steht, etwa in gleicher Höhe, die vom Konzern bereits angekündigte und in der Marke im dritten Quartal verbuchte zusätzliche Vorsorge für das Rückkauf-/Nachrüstprogramm von 2,0l-TDI-Fahrzeugen in Nordamerika gegenüber. Um diesen Sondereinfluss bereinigt, hat die Marke nach neun Monaten ihre operative Marge auf 4,3 (1,6) Prozent verbessert. Angesichts der guten Entwicklung hat Volkswagen die Prognose für das Gesamtjahr 2017 leicht angehoben. Der Markenvorstand rechnet mit einer moderaten Überschreitung der bisher prognostizierten Spanne von 2,5 bis 3,5 Prozent operativer Umsatzrendite (vor Sondereinflüssen).

„Die Marke Volkswagen setzt die Strategie Transform 2025+ konsequent um. Unsere Modelloffensive zahlt sich zunehmend aus, die Turnaround-Programme in den Märkten greifen, insgesamt zeigt die strategische Neuausrichtung der Marke gute Ergebnisse. Dabei haben wir unsere operative Ertragskraft schneller als erwartet verbessert und wir sind auf einem guten Weg, unsere zentralen strategischen Ziele zu erreichen: Volkswagen wettbewerbsfähig für die Mobilität von morgen aufzustellen“, erklärte der Vorsitzende des Markenvorstands, Dr. Herbert Diess.

Pressekontakt

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

Volkswagen Investor Relations
Thomas Küter
Investor Relations Manager
Tel: +49 5361 9-40765
thomas.kueter@volkswagen.de



Mehr unter
volkswagen-media-services.com



Die positive Entwicklung der Marke Volkswagen in den ersten neun Monaten spiegelt sich entsprechend in den Auslieferungszahlen wider. Bis Ende September wurden weltweit 4,49 Millionen Fahrzeuge an Kunden übergeben, das entspricht einem Plus von 2,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Dabei haben die Auslieferungen im Jahresverlauf deutlich an Schwung gewonnen. Vor allem die Verkäufe in der Region Südamerika konnten in den ersten neun Monaten deutlich zulegen (+24,0 Prozent). Auch im Heimatmarkt Deutschland, wo die Auslieferungen im Jahresverlauf durch die Debatte über die Zukunft des Dieselantriebs beeinträchtigt wurde, zeichnet sich eine Erholung ab.

„Volkswagen hat mit neuen Modellen und der damit verbundenen Entwicklung der Auslieferungen im bisherigen Jahresverlauf starke Zeichen gesetzt. Wir wachsen wieder in allen Regionen – und haben allen Grund, zuversichtlich nach vorn zu blicken“, so Jürgen Stackmann, Vertriebsvorstand der Marke.

Finanzkennzahlen weiter verbessert, Renditeprognose angehoben

Die sichtbaren Markterfolge haben maßgeblich zur positiven Umsatzentwicklung im bisherigen Jahresverlauf beigetragen. Volumen-, Mix- und Margeneffekte haben das operative Ergebnis vor Sondereinflüssen positiv beeinflusst. Dessen Verbesserung geht auch auf die weiter verbesserte Kostensituation zurück, unter anderem durch die erfolgreiche Umsetzung des vor Jahresfrist vereinbarten Zukunftspakts. Die Fixkosten konnten trotz fortgesetzter Produktoffensive auf dem Vorjahresniveau gehalten werden. Zur Verbesserung der Margensituation haben darüber hinaus auch die anhaltenden Fortschritte auf dem Weg zum Turnaround in Nordamerika und Russland beigetragen.

Für den restlichen Jahresverlauf erwartet der Markenvorstand eine Fortsetzung der positiven Geschäftsentwicklung der ersten drei Quartale. Der Umsatz soll im Gesamtjahr 2017 auf vergleichbarer Basis gegenüber dem Vorjahr unverändert um rund 10 Prozent steigen. Die operative Umsatzrendite vor Sondereinflüssen soll nun moderat oberhalb der Spanne von 2,5 bis 3,5 Prozent liegen. Angesichts der für die kommenden Jahre erwarteten Zukunftsinvestitionen hält Volkswagen an seinen mittel- und langfristigen Zielen für die Umsatzrendite unverändert fest: Sie soll bis 2020 auf mindestens 4 Prozent und bis 2025 auf 6 Prozent steigen.

Finanzvorstand Dr. Arno Antlitz: „Wir werden in den kommenden Jahren Schritt für Schritt unsere Ertragskraft nachhaltig verbessern. Der Fokus liegt dabei auf der weiteren Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit, der



konsequenter Umsetzung der Turnarounds in den Regionen sowie der Fortsetzung der größten Modelloffensive in der Geschichte der Marke.“ Zudem werden die Vorbereitungen für die ab 2020 geplante Offensive von Volkswagen mit innovativen Elektrofahrzeugen forciert.

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.
