

- Es gilt das gesprochene Wort -

Prof. Dr. Martin Winterkorn
Redemanuskript anlässlich der
Hauptversammlung am 19. April 2007

- Teil I -

Sehr geehrte Damen und Herren,
sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

herzlich willkommen zur diesjährigen Hauptversammlung der Volkswagen AG im Congress Center Hamburg. Ich freue mich, Sie zum ersten Mal in meiner neuen Funktion als Vorstandsvorsitzender des Volkswagen Konzerns zu begrüßen.

Zu Beginn möchte ich das vergangene Jahr mit den wichtigsten Ereignissen und Zahlen Revue passieren lassen. Hinter dem Volkswagen Konzern liegen ereignisreiche zwölf Monate. Das Jahr 2006 stand ganz im Zeichen der Veränderung: Insbesondere der neue Tarifabschluss und die umfangreichen Maßnahmen zur Restrukturierung der Marke Volkswagen haben uns im vergangenen Jahr beschäftigt. Unsere Ziele waren und sind ehrgeizig definiert. Und wir haben sie erreicht: durch Senkung der Kosten, durch Steigerung der Produktivität und Qualität und nicht zuletzt durch ein Feuerwerk an neuen Modellen.

Lassen Sie mich zuerst auf einige Kennzahlen eingehen:

Chart "Wesentliche Kennzahlen"

1. Unsere Umsatzerlöse konnten wir im letzten Jahr um 11,6 Prozent auf rund 105 Milliarden € steigern.
2. Der Volkswagen Konzern hat 2006 mit weltweit 5,7 Millionen Fahrzeugen mehr verkauft als jemals zuvor in seiner langen Geschichte. Zu diesem

hervorragenden Ergebnis, das einer Steigerung von 9,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr entspricht, haben alle Marken des Konzerns beigetragen.

3. Besonders stolz macht uns das Operative Ergebnis vor Sondereinflüssen unseres Konzerns. Dieses konnte um 51,7 Prozent auf 4,4 Milliarden € gesteigert werden.

Diese Erfolge zeigen, dass sich der Volkswagen Konzern auf einem guten Weg befindet. Dank unserer breit gefächerten Palette an neuen, attraktiven Modellen konnte der Volkswagen Konzern von der positiven Entwicklung des Wachstums der Weltwirtschaft und des gestiegenen Bedarfs auf dem globalen Automobilmarkt überproportional profitieren.

Chart "Auslieferungen an Kunden nach Märkten – Konzern"

Werfen wir einen Blick auf die Auslieferungen an Kunden, die wir auf den Weltmärkten erreicht haben. Eines wird hier ganz deutlich: Wir konnten uns mit allen Marken in allen relevanten Regionen verbessern.

In Deutschland haben wir einen Zuwachs von 7,3 Prozent bei den Auslieferungen an Kunden verzeichnet. In einem insgesamt nur leicht gewachsenen Gesamtmarkt in Westeuropa ist es dem Konzern 2006 gelungen, sich mit rund 6 Prozent zu verbessern. Sehr erfreuliche Wachstumsraten bei den Auslieferungen wiesen vor allem die Märkte China mit plus 24,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr und die Region Südamerika/Südafrika mit plus 14,9 Prozent auf. Über dem Vorjahr – aber deutlich schlechter als unsere Erwartungen – haben sich die Auslieferungen in Nordamerika insbesondere bei der Marke Volkswagen entwickelt. Hier haben wir noch einiges zu tun, um auf einen erfolgreichen Kurs zurückzukehren. Insgesamt dürfen wir eines nicht vergessen: Wir sehen uns nach wie vor mit einem harten Wettbewerb und einem enormen Preisdruck konfrontiert. Hinzu kommen hohe Energie- und Rohstoffpreise sowie ein starker Euro. Wir dürfen auch in Zukunft nicht nachlassen, dem Wettbewerb mit innovativen Modellen und kundenorientierten Angeboten zu begegnen. Die erreichten Ergebnisse sind gut – aber sie müssen noch besser werden.

Meine Damen und Herren,

das Jahr 2006 hat wichtige Veränderungen in der Aktionärsstruktur mit sich gebracht. Wie Sie wissen, war die Porsche AG bereits 2005 als Aktionär bei Volkswagen vertreten. Am 28. März hat die Porsche AG eine Beteiligung von 30,93 Prozent an den stimmberechtigten Aktien an der Volkswagen AG bekannt gegeben und somit ein Pflichtangebot ausgelöst. Diese erhöhte Beteiligung dient auch der weiteren Absicherung der Kooperation zwischen Volkswagen und Porsche auf Basis des bestehenden Grundlagenvertrags. Wie auch Sie, meine Damen und Herren, vertraut Porsche auf das Potenzial von Volkswagen. Sobald uns die Angebotsunterlagen vorliegen, werden wir dazu eine begründete Stellungnahme abgeben. Wir freuen uns über das Engagement von Porsche und sind uns sicher, dass wir die langjährige Zusammenarbeit unserer Unternehmen bei der Entwicklung und Fertigung von Fahrzeugen erfolgreich fortsetzen können. Ein Beispiel für eine gelungene Kooperation ist die gemeinsame Fertigung der Modelle Volkswagen Touareg, Audi Q7 und Porsche Cayenne, die wir ab Ende 2008 um entsprechende Hybridvarianten erweitern werden. Ein weiteres gutes Beispiel ist die Fertigung der Karosserie des neuen Porsche Panamera, die Volkswagen übernehmen wird. Der Auftrag von Porsche zeigt, dass beide Unternehmen von einer engen Zusammenarbeit profitieren: Wir sind produktiv, flexibel und arbeiten qualitätsorientiert. Das hat die Porsche AG davon überzeugt, uns den Auftrag für die Fertigung ihres hochwertigen Premium Sport-Coupés zu geben. Im Gegenzug können wir allein mit diesem Auftrag 500 Arbeitsplätze in unserem Konzern sichern.

Lassen Sie mich an dieser Stelle einen kurzen Hinweis auf die Arbeit des Ausschusses für Geschäftsbeziehungen mit Aktionären geben, der unter dem Vorsitz von Herrn Oetker regelmäßig tagt. Wir als Vorstand berichten diesem Ausschuss umfassend über die Verträge, die im Konzern mit Aktionären geschlossen werden, die mindestens 5 Prozent der Stimmrechte halten. Daher beschäftigt sich der Ausschuss natürlich auch mit dem Panamera-Projekt. Mit dieser Regelung sorgen wir für besondere Transparenz. Gleichzeitig wird so sichergestellt, dass sämtliche Vertragsbeziehungen zwischen Aktionären und Volkswagen zu marktüblichen Bedingungen wie unter fremden Dritten abgewickelt werden.

Ein weiteres Thema, das uns bereits im letzten Jahr intensiv beschäftigt hat, sind die Verhandlungen mit den Unternehmen Scania und MAN. Der Volkswagen Konzern hält 20,03 Prozent des gezeichneten Kapitals an Scania. Das entspricht einem Stimmrechtsanteil von 36,4 Prozent. Seit Ende Februar 2007 ist Volkswagen auch bei MAN mit 29,9 Prozent größter Anteilseigner. Mit diesen Beteiligungen wollen wir unser strategisches Interesse am Nutzfahrzeuggeschäft sichern. Zusammen mit dem brasilianischen Nutzfahrzeuggeschäft von Volkswagen ergeben sich hohe Synergiepotenziale, die wir zukünftig nutzen wollen.

Sehr geehrte Damen und Herren,

wie ich bereits eingangs erwähnt habe, war das Jahr 2006 charakterisiert von Veränderungen – Veränderungen, die notwendig waren, um den Konzern und insbesondere die Marke Volkswagen wieder wettbewerbsfähiger zu machen. Hohe Wettbewerbsfähigkeit erreichen wir dann am schnellsten, wenn die Produktivität steigt und gleichzeitig die Kosten auf ein niedrigeres Niveau gebracht werden. Der Tarifabschluss im Oktober und die Rückkehr zur 5-Tage-Woche haben uns einen großen Schritt zu wettbewerbsfähigeren Arbeitskosten, einer höheren Auslastung und sicheren Arbeitsplätzen vorangebracht.

Parallel zum neuen Tarifabschluss haben wir auch im Bereich der Arbeits- und Prozessorganisation erhebliche Fortschritte gemacht. Vorstand und Gesamtbetriebsrat haben Mitte des letzten Jahres die „Betriebsvereinbarung zum Volkswagen Weg“ unterzeichnet. Ein Teil dieser Vereinbarung beinhaltet die Schaffung eines einheitlichen Produktionssystems für die deutschen Standorte der Marke Volkswagen. So setzen wir allen Standorten verbindliche Ziele und Standards. Arbeitsabläufe und Strukturen werden konsequent überprüft und optimiert. Wir wollen die Organisationsentwicklung und den kontinuierlichen Verbesserungsprozess in allen direkten und indirekten Bereichen unseres Konzerns vorantreiben. Und das nicht nur in der Produktion, sondern auch in der Entwicklung und bis zum Vertrieb. Damit schaffen wir insgesamt auch mehr Effizienz und eine höhere Zufriedenheit bei unseren Mitarbeitern.

Zusätzlich haben wir durch unsere Produktklausuren die Qualität und Prozesse der Entwicklung, der Beschaffung und der Fertigung unserer Fahrzeuge systematisch verbessert. Die Foren zu Produktqualität, Materialkosten und Innovation haben dazu geführt, dass wir im vergangenen Jahr Kosten senken und gleichzeitig Abläufe optimieren konnten.

In der Golfproduktion in Wolfsburg und an anderen Standorten planen wir für dieses Jahr Sonderschichten. Es wird auch im Jahr 2007 eine der Hauptaufgaben von Volkswagen sein, Auslastung und Produktivität weiter zu steigern.

Erhebliche Fortschritte haben wir bei einem weiteren, wichtigen Teil unseres Restrukturierungsplans gemacht: nämlich der langfristigen sozialverträglichen Reduzierung der Belegschaft der Volkswagen AG. Das erreichten wir mit guten Abfindungskonditionen und der Weiterführung des Altersteilzeitprogramms. Dadurch wurde die Anzahl der Mitarbeiter der Volkswagen AG um 7 Prozent auf rund 94.000 Beschäftigte gesenkt.

Meine Damen und Herren,

Sie sehen, wir sind mit den umgesetzten Restrukturierungsmaßnahmen unserem Ziel bereits einen großen Schritt näher gekommen. Hauptaufgabe eines globalen Automobilherstellers ist und bleibt jedoch die Produktion innovativer Fahrzeuge. Dank unserer Produktinitiative hatten wir im letzten Jahr weltweit insgesamt 129 verschiedene Pkw- und Nutzfahrzeugmodelle in unserem Angebot. Mit 38 neuen Modellen und Produktaufwertungen konnten wir unseren Kunden ein wahres Feuerwerk an interessanten Neuheiten bieten. Da ist es nicht verwunderlich, dass wir es im letzten Jahr geschafft haben, mit der Marke Volkswagen in Deutschland bei einem Marktanteil von 19,9 Prozent eine neue Spitzenposition einzunehmen. Das Resultat: Jedes fünfte in Deutschland verkaufte Fahrzeug war ein Volkswagen.

Für die Marke Audi war das vergangene Jahr das erfolgreichste in der Geschichte – mit einer Steigerung von 9,2 Prozent haben wir zum elften Mal in Folge einen Auslieferungsrekord erzielt. Die größten Wachstumsraten hatten dabei unsere

Modelle Audi A3 Sportback, der Audi A6 allroad quattro, die A6 Limousine und das A4 Cabriolet. Und auch der vor einem Jahr in den Markt eingeführte Audi Q7 ist von den Kunden außerordentlich gut angenommen worden.

Chart "Auslieferungen an Kunden nach Marken – Konzern"

Ich möchte die großartigen Leistungen des letzten Jahres noch einmal hervorheben: 2006 hat der Konzern weltweit mehr Autos an Kunden ausgeliefert als je zuvor. Dies gilt für alle wichtigen Märkte und Marken des Volkswagen Konzerns. Wir sind besonders stolz, dass es uns gelungen ist, bei fast allen Marken die Verkäufe im zweistelligen Bereich zu erhöhen.

Bevor ich das Wort an Herrn Pötsch übergebe, möchte ich Ihnen die wichtigsten Neuheiten aus unserem Produktangebot des vergangenen Jahres noch einmal ins Gedächtnis rufen.

Chart "Auslieferungen an Kunden nach Märkten – Marke Volkswagen"

Chart "Volkswagen Eos"

Insgesamt haben wir mit der Marke Volkswagen unsere Auslieferungen an Kunden deutlich um 10 Prozent auf 3,4 Millionen Fahrzeuge gesteigert. Mit dem Eos haben wir im letzten Jahr unser erfolgreichstes Cabrio aller Zeiten auf den Markt gebracht. Nach seiner Markteinführung im Mai war bereits im Juni jedes zehnte neu zugelassene Cabrio auf deutschen Straßen ein Eos. Mit dem weltweit ersten viersitzigen Cabriolet mit fünfteiligem Stahldach konnten wir nicht nur die Kunden, sondern auch die Experten überzeugen: So war der Eos Sieger des „Goldenen Lenkrads“ der Bild am Sonntag.

Chart "Volkswagen Polo BlueMotion"

Der Polo BlueMotion stellt einen Meilenstein in unserer Produktpalette dar. Er ist Sinnbild für die Innovationskraft von Volkswagen und hat im letzten Jahr den Startschuss für unsere BlueMotion-Baureihe gegeben. Der Erfolg gibt uns Recht: Die Nachfrage nach Europas sparsamstem Fünfsitzer hat sich seit der Markteinführung im Juli mehr als verdreifacht. Kürzlich war er als Shuttlefahrzeug bei der Echo-Verleihung in Berlin unterwegs und hat so in den Medien für eine breite positive Aufmerksamkeit gesorgt. Nach seinem Erfolg als ökologisch bester Diesel und bestes deutsches Auto im Umwelt-Ranking des Verkehrsclubs Deutschland hat der Polo BlueMotion außerdem das Auto-Umwelt-Zertifikat des Instituts für Umweltforschung „ÖKO-TREND“ gewonnen.

Chart "Auslieferungen an Kunden nach Märkten – Volkswagen Nutzfahrzeuge"

Chart "Volkswagen Crafter"

Die Geschäftssparte Nutzfahrzeuge hat ihren positiven Trend aus dem Vorjahr fortgesetzt und konnte ihre Auslieferungen noch einmal um 10 Prozent auf rund 442.000 Einheiten steigern. Insbesondere die Modelle Caddy und Caddy Life, Multivan und Transporter erfreuten sich großer Beliebtheit bei unseren Kunden. Auch der neue Crafter, das Nachfolgemodell des LT, wurde seit seiner Einführung im März sehr gut vom Markt angenommen.

Chart "Auslieferungen an Kunden nach Märkten – Škoda"

Chart "Škoda Roomster"

Mit ihrer Strategie, „einfach clevere Fahrzeuge“ zu bauen, hat die Marke Škoda auch im letzten Jahr wieder ins Schwarze getroffen. Mit einer Steigerung von 11,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr erreichte Škoda als einer der traditionsreichsten Automobilhersteller der Welt den Spitzenwert von 550.000 ausgelieferten

Fahrzeugen. Neben dem Škoda Octavia, Fabia und Superb leistete auch der neue Škoda Roomster einen wesentlichen Beitrag zu dieser positiven Entwicklung.

Chart "Auslieferungen an Kunden nach Märkten – Bentley"

Chart "Bentley Continental GTC"

Bentley konnte mit 9.400 ausgelieferten Fahrzeugen das Niveau des Vorjahres um 8,8 Prozent steigern. Im Jahr 2006 erregten vor allem die Bentley Modelle Azure und Continental GTC großes Aufsehen. Unsere britische Oberklassenmarke hat es damit wieder einmal geschafft, mit ihren luxuriösen Modellen ihrem Anspruch vom perfekten Automobil gerecht zu werden.

Chart "Auslieferungen an Kunden nach Märkten – Audi"

Chart "Audi R8"

Wie ich bereits erwähnt habe, konnten wir mit der Marke Audi im letzten Jahr wieder ein Rekordergebnis feiern. Mit über 900.000 Fahrzeugen haben wir hier die Auslieferungen an Kunden noch einmal um 9,2 Prozent gesteigert – ein großartiger Erfolg. Die neuen, sportlich ausgelegten Modelle S3, RS4, S6 und S8, der Audi Q7, das neue Audi TT Coupé und allen voran der neue Audi R8 – sie alle zeichnen sich durch attraktives Design, Komfort und Sportlichkeit aus. Wie die sehr guten Auslieferungszahlen zeigen, hat das auch unsere Kunden überzeugt.

Chart "Auslieferungen an Kunden nach Märkten – SEAT"

Chart "SEAT Leon Cupra"

Die Marke SEAT konnte ihre Auslieferungen im Vergleich zu 2005 im vergangenen Jahr wieder um 1,9 Prozent auf gut 430.000 Fahrzeuge steigern. Dies ist ein Schritt in die richtige Richtung. Insbesondere für den SEAT Leon Cupra konnten wir eine starke Nachfrage verzeichnen. Auch der neue SEAT Altea XL ist „auto emoción“ pur

und reiht sich damit perfekt in die dynamische und sportliche Modellpalette von SEAT ein.

Chart "Auslieferungen an Kunden nach Märkten – Lamborghini"

Chart "Lamborghini Gallardo Spyder"

Lamborghini konnte im vergangenen Jahr ausgezeichnete Ergebnisse erzielen. Mit unserer italienischen Sportwagenmarke verzeichneten wir eine deutliche Steigerung der Auslieferungen an Kunden von 30,4 Prozent auf 2.100 Einheiten. Besonders stolz sind wir auf den Lamborghini Gallardo Spyder, der sich mit seinen 520 PS und einer Beschleunigung von 3,9 Sekunden von null auf hundert direkt in die Herzen seiner Fans katapultiert hat.

Soweit der Bericht zu den wichtigsten Zahlen und Fakten der Marken und ihrer Produkte. Ich bedanke mich bei meinen Zuhörern für ihre Aufmerksamkeit und gebe nun das Wort an meinen Vorstandskollegen Herrn Pötsch, der Ihnen die Kennzahlen des Jahres 2006 im Detail erläutern wird.