Die Marken des Konzerns agieren unabhängiger

Mit einem verbesserten Produktmix bei besserer Preisgestaltung, Kostendisziplin und Ausschöpfen der Flexibilität, die sich aus der globalen Aufstellung der Gruppe ergibt, erzielte der Volkswagen-Konzern gute Ergebnisse. So konnte Volkswagen die negativen Folgen der weltweiten Versorgungsengpässe bei Halbleitern und Kabelbäumen durch die Umverteilung abfedern. Dies führte zu Umsatzerlösen in Höhe von 62,7 Milliarden Euro (+0,6 Prozent) und einem operativen Ergebnis in Höhe von 8,5 Milliarden Euro.

Auch ohne die positiven Effekte vor allem aus Rohstoffsicherungsgeschäften liegt das bereinigte operative Ergebnis mit rund 5 Mrd. Euro deutlich über dem Vorjahr. Auf der Grundlage dieser Zahlen und des erwarteten besseren Halbleiterangebots in der zweiten Jahreshälfte bestätigt der Konzern seinen Ausblick für 2022, nicht ohne auf die jüngsten Entwicklungen im Russland-Ukraine-Konflikt oder die Auswirkungen der Covid-19-Pandemie hinzuweisen.

Der Volkswagen Konzern wird seine Aktivitäten in den globalen Wachstumsmärkten weiter ausbauen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf Nordamerika, besonders auf den USA, wo bis 2030 ein Marktanteil von 10 Prozent erreicht werden soll. Vollelektrische Fahrzeuge (BEV) werden das zentrale Element dieser Strategie sein. Das BEV-Produktportfolio des Konzerns wird bis zum Ende des Jahrzehnts auf mehr als 25 Modelle anwachsen. Außerdem plant der Konzern eine eigene Batteriezellenfertigung in den USA.

In seinem größten Einzelmarkt China beschleunigt Volkswagen die Digitalisierung und Elektrifizierung. Volkswagen Anhui wird zum neuen E-Mobilitäts-Hub, an dem ab 2023 Modelle auf MEB-Basis gefertigt werden. Im nächsten Jahr wird dort auch ein Batteriesystemwerk die Produktion aufnehmen.

Cariad, die Automotive-Software-Tochter, hat dem Betrieb in Peking mit bereits 600 Mitarbeitern aufgenommen. Es ist geplant, ein landesweit verteiltes F&E-Netzwerk aufzubauen, in dem Beijing, Shanghai, Chengdu und Hefei als erste Hub-Standorte vorgesehen sind.

Im Konzernbereich Automobile stiegen die Ausgaben für Forschung & Entwicklung aufgrund umfangreicher Entwicklungsaktivitäten für zukünftige vollelektrische Modelle und Technologien um 10,0 Prozent auf 4,4 Mrd. Euro. Die F&E-Quote lag bei 8,5 Prozent (Q1 2021: 7,7 Prozent). Gleichzeitig hat der Konzern seine Investitionsaufwendungen um 11,5 Prozent auf 1,7 Mrd. Euro gesenkt. Damit sank die Investitionsquote auf 3,3 Prozent (gegenüber 3,7 Prozent im Vorjahresquartal).

Volkswagen sieht die neue Organisationsstruktur als entscheidend für die Entwicklung von einem klassischen Autohersteller hin zu einem vertikal integrierten Mobilitätsunternehmen. Dabei sollen die Marken unabhängiger von Volkswagen werden, wobei sich der Konzern auf die Gesamtstrategie und Synergien konzentriert. Die Technologieplattformen werden ebenfalls mehr Autonomie erhalten. Die neue Struktur spiegelt sich auch im finanziellen Steuerungsmodell des Konzerns wider. Ab dem 1. Quartal 2022 berichtet der Konzern über seine Markengruppen Volumen, Premium und Sport. Darüber hinaus wird Cariad als eigenständige Einheit sichtbar. Dies gilt auch für Traton, über die ohne gesonderte Angabe von Scania, MAN und Navistar berichtet wird.

Die Markengruppe Volumen war am stärksten von den gegenwärtigen negativen Auswirkungen des Krieges in der Ukraine, der anhaltenden Covid-19-Pandemie und der Versorgungsengpässe bei Halbleitern betroffen. Trotz dieser widrigen Bedingungen ist der Konzern ordentlich in das Jahr gestartet. Alle Marken der Markengruppe Volumen steigerten ihre durchschnittlichen Verkaufspreise, wenngleich der Absatz teilweise im

zweistelligen Prozentbereich zurückging. Die Marken VW, Seat und VWN erzielten höhere Margen. Lediglich Skoda verzeichnete einen Rückgang, da das Unternehmen das Russlandgeschäft konsolidiert. Die Markengruppe Volumen erzielte einen Umsatz von 24,4 Mrd. Euro (27,4 Milliarden Euro) und ein operatives Ergebnis vor Sondereinflüssen von 0,9 Mrd. Euro (1,4 Mrd. Euro).

Die Markengruppe Premium (einschließlich Bentley) lag mit Umsatzerlösen von 14,4 Mrd. Euro auf dem Niveau des Vorjahreszeitraums. Das Operative Ergebnis vor Sondereinflüssen hat sich trotz des Volumenrückgangs auf 3,5 Mrd. Euro (1,5 Mrd. Euro) mehr als verdoppelt. Ausschlaggebend dafür waren die anhaltend hohe Nachfrage nach gut ausgestatteten Premiumfahrzeugen, der positive Effekt aus der Bewertung von Rohstoffsicherungsgeschäften und niedrigere Fixkosten.

Die Markengruppe Sport & Luxury verzeichnete eine starke Nachfrage nach den Modellen 911, Panamera und Cayenne. Der Umsatz stieg auf 7,3 (7,0) Mrd. Euro. Vor allem höhere Ergebnisbeiträge führten dazu, dass das operative Ergebnis auf 1,4 Mrd. Euro (1,2 Mrd. Euro) gestiegen ist. Die operative Umsatzrendite lag bei 18,6 Prozent.

Der Umsatz von Traton lag im ersten Quartal 2022 mit 8,4 Milliarden Euro um 29,7 Prozent höher als im Vorjahresquartal, in dem die Aktivitäten von Navistar nicht enthalten waren. Das operative Ergebnis war mehr als dreimal so hoch wie im Vorjahresquartal, das durch Restrukturierungsmaßnahmen bei MAN Nutzfahrzeuge in Europa belastet war. Zudem wirkten sich Mix- und Wechselkurseffekte positiv aus.

Cariad steigerte den Umsatz im Zeitraum Januar bis März dieses Jahres auf 110 (75) Millionen Euro. Der operative Verlust erhöhte sich aufgrund höherer Vorabinvestitionen in unsere Software-Stacks. (aum)

Bilder zum Artikel

Volkswagen.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Volkswagen