



Volkswagen

---

• presse • news • prensa • tisk • imprensa • prasa • stampa • pers •

---

## TRANSFORM 2025+: Volkswagen presenteert strategie voor komende 10 jaar

28 november 2016  
V16/38N

- **Merkdirecteur Diess: wij willen een nieuw Volkswagen creëren**
- **Consequente herstructurering en herpositionering**
- **Terugkeer naar duurzame rendabele groei; stijging van operationele winstmarge met 6 % tegen 2025**
- **Miljardeninvestering: Volkswagen wordt marktleider e-mobiliteit tegen 2025 en zal het sterkste digitale ecosysteem binnen de sector ontwikkelen**
- **Turnaround-plannen voor de regio's**

Volkswagen gaat zich grondig herpositioneren. Het bestuur van het merk heeft daartoe de strategie 'TRANSFORM 2025+' voorgesteld, die de koers aangeeft voor de volgende 10 jaar en daarna. De strategie legt de nadruk op de marktpositionering over regio's en segmenten heen, ondersteund door een duidelijke verhoging van de efficiëntie en productiviteit. Tegelijk zal het merk stevig investeren in elektromobiliteit en connectiviteit. Enthousiaste klanten, stabiele rentabiliteit, duurzame mobiliteit en een nieuwe bedrijfscultuur vormen de basis voor de toekomst van het merk Volkswagen. De nieuwe internationale visie luidt 'Volkswagen: Moving People Forward'.

De voorzitter van de raad van bestuur van het merk, Herbert Diess, zei daarover in Wolfsburg: "Onze verwachtingen zijn hoog, onze strategie is zeer ambitieus. Wij willen voordeel halen uit de verandering en Volkswagen resoluut naar de top van de nieuwe automobiellindustrie voeren. Volkswagen zal in de komende jaren grondig veranderen en slechts enkele dingen zullen blijven zoals ze zijn. De nieuwe strategie is uiteindelijk een groot transformatieprogramma."

### Reorganisatie in drie fasen

De reorganisatie van het merk gebeurt in drie fasen. In fase 1 wil Volkswagen tegen 2020 zijn kernactiviteiten herstructureren en daarnaast een fundamentele reorganisatie doorvoeren in de hele waardeketen. Gelijktijdig ontwikkelt de onderneming nieuwe competenties. In fase 2, tegen 2025, wil Volkswagen op basis van zijn herwonnen kracht als toonaangevende en winstgevende volumeconstructeur de sprong naar de leidersplaats op het vlak van elektromobiliteit wagen. De strategie focust daarbij op een verbreding van de inkomstenbasis, bijvoorbeeld door nieuwe mobiliteitsdiensten. Volkswagen wil



s.a. D'leteren n.v.  
Press relations  
Maliestraat 50, Rue du Mail  
1050 Brussel/Bruxelles  
BTW/TVA BE0403.448.140  
RPR Brussel / RPM Bruxelles

**Contact**  
T. : 02/536.50.72  
[jean-marc.ponteville@dieteren.be](mailto:jean-marc.ponteville@dieteren.be)  
[www.volkswagen-press.be](http://www.volkswagen-press.be)

ook actief mee vorm geven aan de grote transformatie van de sector die na 2025 verwacht wordt. Het doel is om tegen 2030 de leiderspositie in de nieuwe wereld van de automobilititeit in te nemen.

### **Wereldwijd streven naar 'Top of Volume'**

Een sleutelement in de strategie is de positionering van het merk aan de top van het volumesegment, dicht bij de premiumconcurrenten. Tot nu toe is Volkswagen enkel in China en Europa 'Top of Volume'. Wereldwijd moet die positionering onder andere door een nieuwe uitwerking van de productstrategie, met een SUV-offensief in de eerste en een elektrificatiegolf in de tweede fase, bereikt worden. Een ander element is de creatie van een wereldwijd uniform merkimago met een nieuw designconcept.

### **Elektromobilititeit-offensief**

Elektromobilititeit zal tot de kern van Volkswagen behoren. "Vanaf 2020 starten wij met ons grote elektro-offensief. Als autoconstructeur willen wij een cruciale bijdrage leveren aan de doorbraak van de elektrische auto: wij mikken niet op nicheproducten, maar op het hart van de automarkt. Tegen 2025 willen wij een miljoen elektrische auto's per jaar verkopen en wereldmarktleider zijn op het vlak van elektromobilititeit. Onze toekomstige elektrische auto's worden het nieuwe handelsmerk van Volkswagen", aldus de voorzitter van het merk.

Het elektrische offensief zal onder andere gefinancierd worden door het schrappen van conventionele modellen en varianten met weinig volume of winst. Daardoor zal een bedrag van meer dan 2,5 miljard euro vrijkomen.

### **Leidersrol in connectiviteit**

Het merk zal een eigen digitaal platform ontwikkelen. Daarmee beweegt Volkswagen enerzijds dicht naar zijn klanten toe. Anderzijds maakt de onderneming ook nieuw winstpotentieel mogelijk met een omvangrijke reeks diensten. Tegen 2025 verwacht Volkswagen wereldwijd 80 miljoen actieve gebruikers. Het eigen digitale ecosysteem geeft daarmee de toon aan in de automobielsector. Volkswagen schat de eigen omzet op jaarbasis met de diensten rondom het geconnecteerde voertuig tegen 2025 op zo'n één miljard euro en verwacht daaruit een tastbare bijdrage aan het resultaat.

### **Turnaround voor regio's**

Volkswagen wil zich in Noord-Amerika ontwikkelen van een nicheaanbieder tot een relevante en winstgevende autoproducent. Diess: "Wij zullen ons engagement in de VS duidelijk versterken. We leggen de nadruk op de kernsegmenten daar, dus op de grote SUV's en sedans. Daarin zullen we ons aanbod sterk uitbreiden. In een tweede golf zullen we dan ook onze nieuwe elektrische auto's in Noord-Amerika introduceren. In de komende jaren zullen we er aanzienlijk in de elektrische infrastructuur investeren. "Vanaf 2021 start de lokale productie van voertuigen op het MEB-platform.

In China moet de reeds bereikte positie van 'Top of Volume' versterkt worden. Dat lukt door een SUV-offensief en een snelle verhoging van het aantal elektrische voertuigen. In China wil Volkswagen bovendien ook voordeel halen uit het

potentieel van het sterk groeiende Economy-segment. De ontwikkeling van modellen voor dat segment is reeds begonnen. Ook in andere grote markten zoals India, Zuid-Amerika of Rusland wil Volkswagen zijn intrede maken in het Economy-segment.

### **Bedrijfscultuur en organisatie in verandering**

Het strategische offensief wordt ondersteund door een grondige organisatorische herstructurering. De heroriëntatie richt zich op een grotere wendbaarheid, meer ondernemerschap, een open cultuur met ruimte voor debat, een vlakkere organisatiestructuur en meer flexibele arbeidsmodellen. Dit zal worden ondersteund door een nieuwe bedrijfsvisie en concrete doelen op het vlak van rentabiliteit, duurzaamheid en aantrekkelijkheid als werkgever. Daarbij komen nog een nieuw bestuursmodel en een brede integriteitscampagne.

### **Winstgevende groei door meer omzet en minder kosten**

Het bestuur van Volkswagen verwacht voor de komende tien jaar een beduidende omzetstijging dankzij de consistente implementatie van het 'TRANSFORM 2025+'-programma. Gelijktijdig zal de rentabiliteit van het merk duidelijk verbeteren. De operationele winstmarge moet ten slotte van twee procent in 2015 verdubbelen naar vier procent tegen 2020. Tegen 2025 moet ze verder stijgen tot zes procent. Na 2025 moet de operationele winstmarge nog verder verhoogd worden.

Een belangrijke stap op weg naar rentabiliteit die de toekomst moet veiligstellen, is het toekomstpact dat op 18 november werd voorgesteld. Concreet moet dat tegen 2020 tot een winst van 3,7 miljard euro per jaar leiden, waarvan 3,0 miljard euro van de Duitse sites zal komen.

Het merk Volkswagen zal zijn investeringen de komende jaren stabiel houden op 4,5 miljard euro. Samen met de verbeterde operationele winst zal dat op middellange termijn tot een duidelijke positieve netto cashflow leiden.

---

#### **De Volkswagen-groep**

[www.volkswagenag.com](http://www.volkswagenag.com)

#### **D'Ieteren**

[www.dieteren.com/nl](http://www.dieteren.com/nl)