



30 oktober 2015
V15/38N

Matthias Müller stelt zijn volgende stappen voor de Volkswagen-groep voor

- Ondersteuning van klanten blijft opperste prioriteit
- Volkswagen kijkt verder dan de huidige crisis
- Nieuwe strategie moet in 2016 voorgesteld worden

De voorzitter van Volkswagen AG, Matthias Müller, heeft de vijf belangrijkste stappen in de heroriëntatie van de groep aangekondigd. *“Wij moeten verder kijken dan de actuele situatie en de voorwaarden creëren voor de succesvolle verdere ontwikkeling van Volkswagen”*, verklaarde Müller bij de voorstelling van zijn ‘vijfpuntenplan’. Dat moet de Volkswagen-groep helpen om ook in de toekomst tot de beste autoconstructeurs ter wereld te behoren. Müller toonde zich optimistisch: *“Volkswagen zal sterker uit de huidige situatie komen.”* Hij kondigde aan om volgend jaar de hoekstenen van een ‘Strategie 2025’ voor te stellen.

De voorzitter van de raad van bestuur verklaarde dat de ondersteuning van klanten die door de dieselproblematiek getroffen zijn, voor hem opperste prioriteit heeft. *“Onze klanten zijn het hart van al wat onze 600.000 medewerkers wereldwijd realiseren”*, zei hij. Volkswagen werkt intensief aan effectieve technische oplossingen. De implementatie daarvan zou in overleg met de Duitse controle-instantie KBA in januari 2016 van start gaan.

De tweede prioriteit zijn de voortzetting en voltooiing van het onderzoek om de gebeurtenissen resoluut uit te klaren. *“Wij moeten de waarheid blootleggen en eruit leren”*, verklaarde Müller. Volkswagen gaat bij de analyse zeer zorgvuldig te werk. Daarom werd aanvullend op de reeds bekende stappen accountancy- en adviesbureau Deloitte aangesteld. De verantwoordelijken voor de gebeurtenissen moeten volgens Müller met zware gevolgen rekening houden.

Derde prioriteit is de invoering van nieuwe structuren in de Volkswagen-groep. *“Het voornaamste punt daarin is een meer decentraal bestuur van onze groep in de toekomst”*, zei Müller. Merken en regio’s moeten daarbij meer autonomie krijgen. De raad van bestuur zou zich onder andere gaan bezighouden met merkoverschrijdende strategieën, het benutten van synergieën en de effectieve inzet van resources van de groep. *“We zullen ons actuele portfolio van meer dan 300 modellen nauwgezet bekijken en de bijdrage van ieder afzonderlijk model in onze resultaten minutieus onderzoeken.”*



Matthias Müller noemde als vierde prioriteit de heroriëntatie van de bedrijfscultuur en van de houding van het management. "Het streven naar perfectie, de bereidheid van onze medewerkers om zich in te zetten en de sociale verantwoordelijkheid binnen de Volkswagen-groep moeten behouden blijven. Er zijn echter veranderingen nodig in de manier van communiceren en de omgang met fouten. Wij hebben nood aan een cultuur van openheid en samenwerking." Müller vraagt in de omgang met collega's bovendien meer moed, meer creativiteit en meer ondernemerszin.

Als vijfde prioriteit kondigde Müller een evolutie van de 'Strategie 2018' naar een 'Strategie 2025' aan. "Velen buiten maar deels ook binnen de organisatie hebben niet correct begrepen dat het bij de 'Strategie 2018' om veel meer gaat dan om productieaantallen. Heel wat zaken werden ondergeschikt gemaakt aan het principe van 'hoger, sneller, groter', vooral de omzet. Het gaat er niet om 100.000 wagens meer of minder te verkopen dan een grote concurrent, het gaat veel meer om een kwalitatieve groei", zei Müller. In de komende maanden wordt aan de hoekstenen van een 'Strategie 2025' gewerkt, die de groep midden volgend jaar zou voorstellen.

De Volkswagen-groep

De Volkswagen-groep, waarvan de hoofdzetel in Wolfsburg gevestigd is, is een van de leidende autofabrikanten wereldwijd en de grootste autoconstructeur van Europa. In 2014 verhoogde de Groep het aantal geleverde voertuigen tot 10,137 miljoen exemplaren (2013: 9,731 miljoen), wat overeenkomt met een marktaandeel van 12,9% op de wereldwijde personenwagenmarkt.

Meer dan één kwart van alle nieuwe wagens in West-Europa (25,1%) is afkomstig van de Volkswagen-groep. In 2014 bedroeg de totale omzet van de Groep 203 miljard euro (2013: 197 miljard). In het boekjaar 2014 bedroeg de winst na belasting 11,1 miljard euro (2013: 9,1 miljard).

De Groep telt twaalf merken uit zeven Europese landen: Volkswagen, Audi, SEAT, ŠKODA, Bentley, Bugatti, Lamborghini, Porsche, Ducati, Volkswagen Nutzfahrzeuge (bedrijfsvoertuigen), Scania en MAN.

Ieder merk heeft zijn eigen karakter en opereert als een onafhankelijke speler op de markt. Het productspectrum gaat van motorfietsen over zuinige kleine auto's tot uiterst luxueuze wagens. In de sector van de bedrijfsvoertuigen reikt het gamma van pick-ups tot bussen en zware vrachtwagens.

De Volkswagen-groep is ook actief in andere bedrijfssectoren, met de productie van grote dieselmotoren voor maritieme en stationaire toepassingen (kant-en-klare krachtcentrales), turboladers, turbomachines (stoom- en gasturbines), compressoren en chemische reactoren. Daarnaast produceert de groep ook speciale transmissie-systemen voor voertuigen en turbines.

Daarnaast biedt de Volkswagen-groep een brede waaier aan financiële diensten aan, waaronder financiering voor handelaars en consumenten, leasing, bank- en verzekeringsdiensten en vlootbeheer.

De Groep exploiteert 119 productiesites (5/2015) in 20 Europese landen en in 11 landen in Amerika, Azië en Afrika. Wereldwijd staan 592.586 werknemers in voor de productie van ca. 41.000 voertuigen per dag, voor voertuigge-relateerde diensten of diensten in andere bedrijfsdomeinen. De Volkswagen-groep verkoopt zijn voertuigen in 153 landen.

Het doel van de Groep is om aantrekkelijke, veilige en milieuvriendelijke wagens aan te bieden die in een steeds meer veeleisende markt kunnen concurreren en wereldwijd de norm bepalen in hun respectievelijke klasse.