

15.07.2014 - 20:50 Uhr

Da scheppert's, Kommentar zu Volkswagen von Peter Olsen

Frankfurt (ots) -

Au Backe, das hat gesessen! Immer wieder hat sich der VW-Konzernvorstand vorhalten müssen, dass die Kernmarke Volkswagen im Wettbewerbsvergleich zu wenig verdient. Immer wieder hieß es dann aus Wolfsburg, die Marke müsse halt auch die Hauptlast der Zukunftsinvestitionen, ob für neue Werke oder Forschungsleistungen, im Konzernverbund tragen. Richtig gerechnet sei man also gar nicht so schlecht - und die Milliardengewinne aus China würden ja separat ausgewiesen. Und jetzt fordert Konzernlenker Martin Winterkorn für die Marke Volkswagen eine wettbewerbsfähige operative Rendite.

2013 hatte die Marke gerade einmal 2,9% verdient, im ersten Quartal 2014 waren es nur noch 1,8%. Im Rahmen der Strategie 2018 aber sind als Mindestziel 6% vorgegeben. Mehr als 1000 Managern und 52 weltweit zugeschalteten Standorten machte Winterkorn jetzt klar, dass es so wie bisher nicht weitergeht. Dabei müsse selbstkritisch festgestellt werden, dass es nicht nur das schwieriger werdende Umfeld sei, das Volkswagen zu schaffen mache, sondern auch hausgemachte Probleme.

Und Winterkorns Aufzählung lässt keine Fragen offen: Die Entwicklungskosten sind aus dem Ruder gelaufen, der hochgelobte module Querbaukasten, der die Produktionskosten um ein Fünftel senken soll, ist jetzt "ein echter Kraftakt", die Fertigungstiefe bei Komponenten ist zu hoch, im Materialeinkauf sind noch nicht alle Synergien ausgeschöpft, die Produktivität liegt gegenüber wichtigen Wettbewerbern zurück, neue Werke würden zu groß, komplex und zu teuer geplant, die Qualität beim Anlauf neuer Modelle haut nicht hin, neue Produkte sind nicht rechtzeitig verfügbar - und hat man überhaupt die richtigen Produkte zum richtigen Zeitpunkt?

Diese Themen sind nicht neu; dass sie jetzt in der Prioritätenliste nach oben schießen, signalisiert aber dringenden Handlungsbedarf. "Hier geht es darum, vieles grundlegend in Frage zu stellen", so Winterkorn. Diese Frage müssen sich Vorstand und Aufsichtsrat auch an sich selbst stellen, denn die mit schwächelnden Märkten in Schwellenländern wie Brasilien, Russland und Indien hochkommenden Risiken sind weder neu noch überraschend. Der schwache Auftritt am zweitwichtigsten Automarkt USA wird den eigenen, hochgesteckten Ansprüchen bei weitem nicht gerecht.

2017 will Winterkorn mit den nun anstehenden Maßnahmen einen nachhaltigen Ergebniseffekt von rund 5 Mrd. Euro jährlich für die Kernmarke erreichen. Was heißt das für den Ertrag bis dahin? Ohne Frage: in Wolfsburg scheppert's.

Kontakt:

Börsen-Zeitung
Redaktion

Telefon: 069--2732-0
www.boersen-zeitung.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100014783/100759039> abgerufen werden.