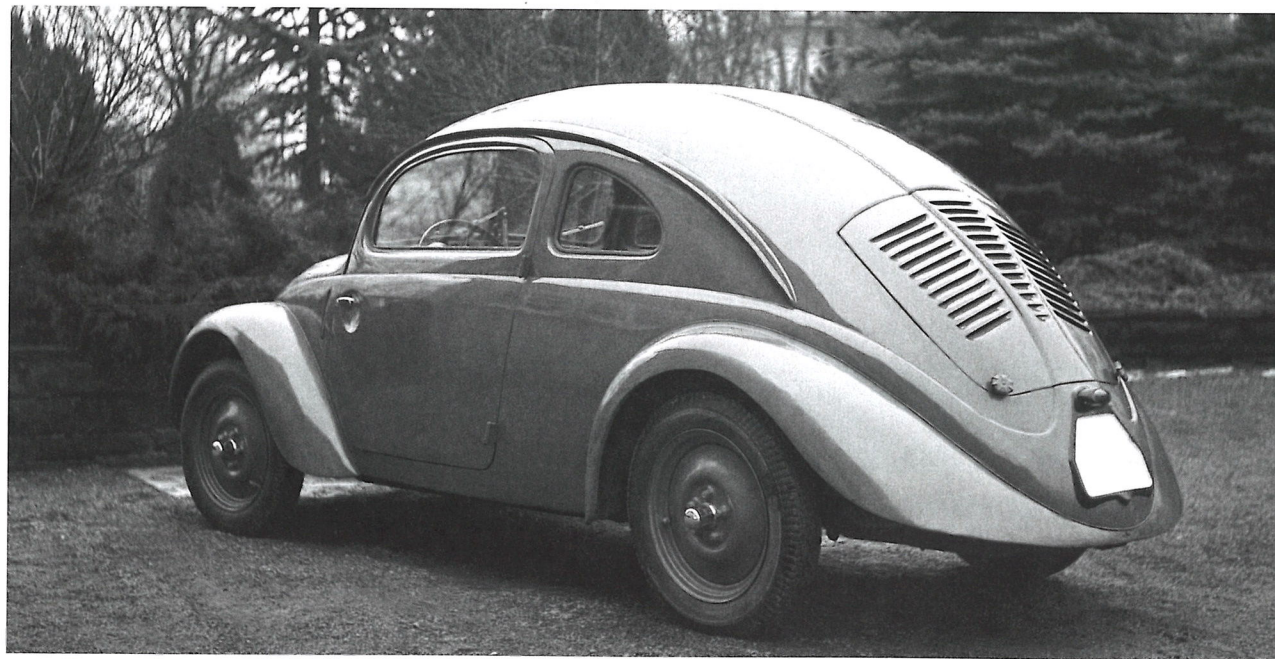


Von Wolfsburg in alle Welt – Volkswagen ist eine der erfolgreichsten Automarken der Welt

Die Geschichte des 1937 gegründeten deutschen Automobilkonzerns VW AG strotzt vor Superlativen: Vom bekanntesten Modell VW Golf wurden weltweit bereits mehr als 36 Millionen Exemplare verkauft, vom grösseren VW Passat immerhin 30 Millionen. Der Konzern produziert an über 120 Standorten in insgesamt 29 Ländern. Etwa 662.000 Mitarbeiter produzieren rund um die Uhr Fahrzeuge oder sind mit fahrzeugbezogenen Dienstleistungen beschäftigt. Im Geschäftsjahr 2021 erzielte VW einen Gesamtumsatz von 250,2 Milliarden Euro. Kurzum: Das von Wolfsburg aus geleitete Unternehmen ist aktuell das umsatzstärkste und grösste Automobilunternehmen der Welt!



Die Geschichte des heutigen Automobilriesen beginnt jedoch recht unpräzise und unter keinem guten Stern im damaligen Dritten Reich. Der Konzern wurde am 28. Mai 1937 in Berlin unter der Bezeichnung »Gesellschaft zur Vorbereitung des Volkswagens mbH« (oder kurz: »GeZuVor«) gegründet und bereits ein Jahr später in »Volkswagenwerke GmbH« umbenannt. Zunächst liess man sich im

»Vorwerk Braunschweig« nieder, bevor dann der eigentliche Bau des heute noch existierenden imposanten Volkswagenwerks Fallersleben (heute ein Stadtteil von Wolfsburg in Niedersachsen) begann.

Die damalige Mission von VW: ein »autobahnfestes« Fahrzeug zu bauen, welches (Dauer-)Reisegeschwindigkeiten von 100 Stundenkilometern standhielt und dabei mindestens vier Insassen

ein komfortables und spritsparendes Fahren ermöglichte. Das Endprodukt sollte jedoch nicht mehr als gerade einmal 1.000 Reichsmark (in die heutige Kaufkraft umgerechnet etwa 4.300 Euro) kosten.

Nach dem Zweiten Weltkrieg übernahm die britische Militärregierung zunächst die Zuständigkeit über das Volkswagenwerk und das Unternehmen. Obwohl etwa 20 Prozent aller Werksbau-



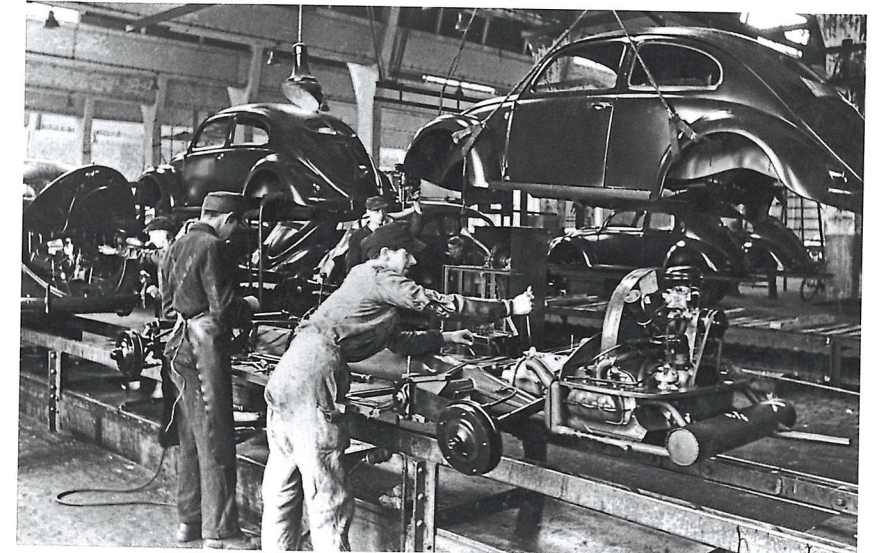
ten zerstört waren und gut 10 Prozent der Maschinenausrüstung nicht mehr zu gebrauchen waren, begann ab hier der wirkliche Aufstieg zur weltweiten Top-Marke. Massgeblich verantwortlich dafür war ein Dekret aus dem Jahr 1946, welches bescheinigte, dass die eigentlich für staatliche Zwecke produzierten Fahrzeuge von nun an auch privat gekauft werden konnten – und folglich auch ins Ausland exportiert wurden. 1960 beschloss der damalige Deutsche Bundestag dann, die Volkswagenwerk GmbH zu privatisieren, und die GmbH wurde zur Aktiengesellschaft. Der Umsatz stieg in der Folge sprunghaft auf 6,4 Milliarden D-Mark (das wären heute rund 14,4 Milliarden Euro), und der Konzern beschäftigte bereits 69.000 Mitarbeiter.

Ein Jahr später fasste Volkswagen dann in Brasilien Fuss, und 1964 kaufte das Unternehmen die damalige Auto Union GmbH – heute unter dem Namen Audi bekannt – auf. Immer neuere Modelle und Modellaufgaben bestimmten fortan das geschäftliche Treiben des Konzerns. Mit Volkswagen Nutzfahrzeuge sowie der Volkswagen Kredit Bank kamen alsbald neue Geschäftsfelder hinzu. Ab 1978 führte VW ein gemeinsames Vertriebsnetz mit seiner Tochtergesellschaft Audi AG namens V.A.G. (oder »Volkswagen Audi GmbH«), die jedoch 1992 wieder aufgelöst wurde, um beiden Marken zu einem eigenständigen Image zu verhelfen. Weitere Meilensteine waren der Kauf der britischen Luxusmarke Rolls-Royce im Jahr 1998 und die vollständige Übernahme der Marke Porsche im Jahr 2012.

Ein Konglomerat aus vielen Top-Marken

Volkswagen besteht heute aus insgesamt zehn verschiedenen Top-Marken aus fünf europäischen Ländern:

- ŠKODA (1991 übernommen)



- SEAT (1986 übernommen)
- CUPRA (2018 von VW geschaffen)
- Audi (1962 übernommen)
- Volkswagen Nutzfahrzeuge (2002 von VW geschaffen)
- Volkswagen (1938 gegründet)
- Lamborghini (1998 übernommen)
- Bentley (1998 übernommen)
- Porsche (2012 übernommen)
- Ducati (2012 übernommen)

Darüber hinaus bedient der Konzern noch ein breites Spektrum an weiteren Marken und Geschäftsbereichen, darunter Finanzdienstleistungen, Händler- und Kundenfinanzierungen, Leasing sowie Bank- und Versicherungsgeschäfte ebenso wie das Flottenmanagement.

Mit seinem Zukunftsprogramm will VW ausserdem bis 2030 das neue Konzept »NEW AUTO – Mobility for Generations to Come« umsetzen. Dabei handelt es sich um die Neuausrichtung des Konzerns hin zur Elektromobilität. Insbesondere will VW diesbezüglich bis 2025 mehr als 30 neue elektrobetriebene Modelle auf den Markt bringen. Zudem sollen der Ausbau der Batterietechnologie und das autonome Fahren vorangetrieben und die neuen Kernkompetenzen des Konzerns werden.

Die erfolgreichsten VW-Modelle aller Zeiten

Noch in den Wirren der frühen Nachkriegszeit, nämlich am 27. Dezember 1945, beginnt im VW-Werk Wolfsburg die Serienproduktion der bis zum 17. Februar 1972 meistproduzierten Serienlimousine der Welt: des VW Käfer. Allein von dieser Modellvariante wurden bis dahin insgesamt 15.007.034 Exemplare hergestellt – ein Weltrekord! Geschick löste man damit den bis dahin geltenden Rekord der von Ford zwischen 1908 und 1927 produzierten Tin Lizzy ab, von der insgesamt 15.007.033 Stück vom Band liefen. Volkswagens eigener Rekord sollte bis 2002 Bestand haben – dann übertraf VW diesen selbst mit seinem legendären VW Golf. Weit über 35 Millionen Exemplare wurden von diesem bislang gebaut. Seit Dezember 2019 wird der VW Golf in seiner bereits achten (Modell-)Generation gebaut. Im Mittelklassensegment ist der VW Passat seit 1972 das Mass aller Dinge. Auch dieser befindet sich aktuell in der achten Generation, und es wurden weit mehr als 30 Millionen Exemplare produziert. Im Kleinwagensegment gilt der VW Polo als ausgesprochen erfolgreich. Dieser wird bereits seit 1975 gefertigt, befindet sich aktuell in der sechsten Generation und lief bisweilen





mehr als 20 Millionen Mal vom Band. Im Sportsegment wiederum gilt der VW Scirocco als eines der beliebtesten VW-Modelle aller Zeiten. Dieser wurde wiederum zwischen 1974 und 2017 in drei Generationen gefertigt. Mehr als 1 Million Stück wurden vom VW Scirocco insgesamt hergestellt.

VW führt seit vielen Jahren die Rekordlisten an

Im Rekordjahr 2020 verkaufte der Konzern insgesamt mehr als 10,71 Millionen Fahrzeuge und damit sogar mehr als beispielsweise BMW (2,52 Millionen), Daimler (2,82 Millionen) und Honda (5,05 Millionen) zusammen! Volkswagen ist damit seit Jahren ein fester Garant im oberen Bereich der weltweiten Rekordverkaufslisten von Fahrzeugen. Noch im selben Jahr sicherte sich VW mit circa 140.000 verkauften Elektrofahrzeugen einen ersten Stand. Im Jahr darauf liefen bei VW bereits 400.000 E-Fahrzeuge vom Band. Bis zum Jahr 2025 plant der

Konzern die Erhöhung von Produktion und Verkauf von voll elektrisierten Fahrzeugen auf satte 2,70 Millionen Fahrzeuge pro Jahr. Ein kleiner Seitenblick: Erz-Elektro-Rivale Tesla konnte 2021 insgesamt 936.172 Fahrzeuge ausliefern. Im Rahmen seiner Konzernstrategie plant VW bis 2035 jedoch einen bahnbrechenden Paradigmenwechsel, denn dann soll Schluss sein mit dem Verbrennermotor. Die aktuellen Produktions- und Verkaufszahlen sollen dann durch nachhaltige Antriebe kompensiert werden. VW hält damit an seinen ehrgeizigen Zielen fest.

Eine Geschichte voller Helden

Einen Grossteil zur Erfolgsgeschichte von VW trugen die bisweilen neun Vorstandsvorsitzenden bei. Zwischen 1960 und 1968 war dies zunächst Heinrich Nordhoff, der den Weg zur Aktiengesellschaft ebnete. Zwischen 1971 und 1975 setzte Rudolf Leiding die Entwicklung neuer Modelle – unter anderem auch des Golfs und des

Polos – durch und sorgte damit für den Durchbruch der Marke VW, deren Erfolg sich jedoch erst nach dem Ausscheiden Leidings einstellen sollte. Toni Schmücker machte VW zwischen 1975 und 1982 enorm profitabel. Ferdinand Piëch leitete die Geschicke des Konzerns zwischen 1993 und 2002 und sorgte für die Etablierung eigenständiger Images seiner Tochtergesellschaften Audi und Co. Martin Winterkorn sorgte dann zwischen 2007 und 2015 für einen deutlichen Qualitätsanstieg der Fahrzeuge, und der jetzige, seit 2018 amtierende Vorstandsvorsitzende Herbert Diess möchte den Konzern in den kommenden Jahren fit für das Elektromobilitätszeitalter machen. Jeder Akteur der VW-Geschichte für sich brachte gewaltige Fortschritte. Immer war man ausserdem gezwungen, mit den Entwicklungen der jeweiligen Ära Schritt zu halten. Angefangen bei den Nachkriegswirren über die Ölkrise der 1970er-Jahre, weiter zur Neuausrichtung der einzelnen, zu VW gehörenden



Marken bis hin zur Weiterentwicklung des Konzerns in Richtung Elektromobilität schaffte VW bisweilen sämtliche Hürden mit Bravour.

Die Erfolgsprinzipien von Volkswagen

In puncto Absatzzahlen, Mitarbeiter sowie hinsichtlich der Anzahl seiner Produktionsstandorte hält VW bis heute diverse Rekorde. Den Aufstieg zu einem der heute erfolgreichsten Autokonzerne der Welt verdankte Volkswagen dabei zahlreichen glücklichen Umständen, harter Arbeit sowie strategisch richtigem Management. Nicht zuletzt handelt es sich bei VW heute um einen extrem vielseitigen Konzern, der Kunden aus aller Welt – im privaten wie im gewerblichen Bereich – anspricht. VW unterhält zudem zahlreiche Kooperationen mit öffentlichen Trägern und staatlichen Institutionen wie zum Beispiel der Polizei und gilt nicht zuletzt deswegen als eine der beliebtesten Fahrzeugflottenmarke Deutschlands. Wir haben im Folgenden einmal alle wichtigen Erfolgsprinzipien zusammengestellt, die das Unternehmen im Lauf der letzten Jahrzehnte zu dem gemacht haben, was es heute ist, und die auch in Zukunft für nachhaltigen Erfolg garantieren wird.

Eine möglichst breite Palette an Marken und Modellen

Der Aufkauf zahlreicher Marken liess VW innerhalb der vergangenen Jahrzehnte immer erfolgreicher werden. Mit Audi gelang VW der Einstieg ins Segment der oberen Mittelklasse beziehungsweise Oberklasse. Volkswagen Nutzfahrzeuge sorgte dafür, dass VW im gewerblichen Bereich sowie im öffentlichen Dienst verstärkt Zulauf erfuhr. Mit ŠKODA und SEAT erweiterte VW sein Angebot im niedrigeren Preissegment und mit Lamborghini sowie Bentley jenes im Luxussegment.

VW bietet daher heute für jeden Anspruch und Geldbeutel die passenden Fahrzeuge und bedient damit ein sehr breit gefächertes Kundenfeld. Perspektivisch soll vor allem der Bereich E-Mobilität weitere Kundenbedürfnisse befriedigen. Dadurch verspricht sich der Konzern, seine ohnehin schon gigantische Zielgruppe noch weiter auszubauen.

Volkswagen trifft immer den Nerv der Zeit

Die Zeiten ändern sich, und ein erfolgreicher Autokonzern muss sich daran anpassen! Entsprechend blieb VW immer konstant »am Ball« und richtete sich strategisch immer an den wirtschaftlichen und sozialen Gegebenheiten aus. In der Nachkriegszeit wurde vor allem ein günstiger, zuverlässiger und in grosser Stückzahl produzierter Personenkraftwagen benötigt – mit dem VW Käfer lieferte man schnell ein mehr als adäquates Vehikel. Als Wohlstand und Nachfrage nach immer vielseitigeren Modellen stiegen, reagierte man rasch mit neuen Modellen für vielseitige Zielgruppen wie zum Beispiel dem VW Golf, dem VW Polo und dem VW Passat. Auch aktuell ruht sich VW nicht auf seinen Lorbeeren aus, sondern versucht, im Bereich E-Mobilität Fuss zu fassen. VW ist sich niemals zu schade oder zu unflexibel, um sich strategisch immer wieder neu zu erfinden.

Günstige, aber zuverlässige und robuste Technik

Fahrzeuge von VW gelten seit jeher als zuverlässige, robuste und langlebige Fahrzeuge. Ebenfalls wichtig war den Entwicklern von VW zudem, dass die Autos in der Unterhaltung kostengünstig waren. Nicht zuletzt deswegen machte man sich im breiten Volk sowie in Gewerbe und im öffentlichen Dienst einen guten Namen. Und auch heute

noch sind Modelle wie zum Beispiel VW Polo, VW Passat und Co. günstiger im Unterhalt als vergleichbare Modelle von konkurrierenden Automarken.

Produktionsstätten auf der ganzen Welt

Mit seinen insgesamt über 120 Produktionsstandorten ist VW in Europa, Nord- und Südamerika, Asien sowie Afrika vertreten. Seine Fahrzeuge richtet VW zudem an den Bedürfnissen des jeweiligen Marktes aus, was für noch mehr Kundenzulauf sorgt. Beispielsweise gibt es eine US-amerikanische Version des VW Passat, der in den USA produziert wird und über spezielle, für US-Käufer relevantere Features verfügt. Dieser Plan geht auf, da Kunden sich so deutlich besser mit dem Fahrzeug identifizieren können. Auch hilft die Produktion vor Ort dem Konzern, Kosten einzusparen und auf die jeweiligen Änderungen der Märkte vor Ort reagieren zu können.

Schwellenländer im Fokus

Anstatt sich mit seiner Verkaufsstrategie nur auf Industrienationen zu konzentrieren, nimmt VW seit jeher vor allem auch Schwellenländer in den Fokus – und zwar sowohl produktions- als auch verkaufstechnisch. Etwa 80 Prozent aller Menschen leben heute in Schwellenländern wie zum Beispiel China, Indien oder Brasilien. VW hat dieses enorme Potenzial frühzeitig erkannt und produziert bereits seit 1953 in Brasilien, seit 1964 in Mexiko und seit 1984 in China. Aktuell baut VW zudem eine spezielle Export-Drehzscheibe in Indien auf, über die Fahrzeuge für den Schwellenländermarkt vertrieben werden sollen.

Autor: Thomas Ludwig
(redaktion@noch-erfolgreicher.com)