

Jahrespressekonferenz von ŠKODA AUTO

Mladá Boleslav, 20.03.2019

Rede Bernhard Maier

Vorstandsvorsitzender ŠKODA AUTO

Es gilt das gesprochene Wort -

Manuskript der Rede von Bernhard Maier

ŠKODA AUTO a.s., Jahrespressekonferenz 2019

20. März 2019

Bild: 'Intro'

Guten Morgen meine sehr geehrten Damen und Herren,
herzlich Willkommen zur Jahrespressekonferenz von ŠKODA hier in Mladá Boleslav!
Ich freue mich, Sie heute über die Bilanz von 2018 zu informieren und gleichzeitig
gemeinsam mit Ihnen nach vorne zu blicken: Auf das, was wir im Rahmen unserer
Strategie 2025 in den kommenden Monaten und Jahren vorhaben.

Bild: „Strategie 2025“

Für ŠKODA war 2018 ein gutes Jahr, wir haben viel erreicht und viel bewegt:

- Über 39.000 Škodianer haben eine **geschlossene Mannschaftsleistung** abgeliefert und sind mit viel Leidenschaft und hohem Einsatz ans Werk gegangen. Dafür möchte ich allen Kolleginnen und Kollegen herzlich danken!
- Unsere **Produkte** kommen weltweit hervorragend bei unseren Kunden an.
- Und wir haben zahlreiche **strategische Weichenstellungen** getroffen, die ŠKODA nachhaltig stärken.

2018 hat allerdings auch gezeigt: Der Transformationsprozess in der
Automobilindustrie gewinnt deutlich an Momentum. Dazu kommen geopolitische und
wirtschaftliche Herausforderungen wie der Handelsstreit zwischen den USA und
China oder der Brexit.

In diesem anspruchsvollen Umfeld hat sich ŠKODA dennoch stark behauptet. Bevor
ich auf die wichtigsten Kennzahlen zu sprechen komme, eine kurze Begriffserklärung:

Bild: „Gegenüberstellung ŠKODA AUTO a.s. vs. ŠKODA Group“

Der Geschäftsbericht ist für **ŠKODA AUTO a.s.** erstellt, hier auf der linken Seite illustriert. Er ist nach tschechischem IFRS bilanziert und die Werte sind in Kronen angegeben.

Die nachfolgenden Aussagen von mir beziehen sich auf die konsolidierte **ŠKODA AUTO Group** – also die Marke ŠKODA – deren Kennzahlen auch vom Volkswagen Konzern veröffentlicht werden. Hier auf der rechten Seite abgebildet.

Dort werden die wesentlichen Auslands- und Beteiligungsgesellschaften in Bilanz und GuV konsolidiert. Es gilt der Konzern-Bilanzierungsstandard nach IFRS und die Werte sind in Euro angegeben.

Bild: „Übersicht Kennzahlen“

Nun zu den **Kennzahlen**:

- Mit weltweit rund 1.253.700 Fahrzeugen hat die ŠKODA AUTO Group ihre **Auslieferungen** um 4,4% gegenüber dem Vorjahr steigern können – eine neue Bestmarke.
- Unser **Marktanteil in EU5 inkl. Tschechien** lag mit 3,8% über dem Vorjahresniveau.
- Der **Umsatz** des Unternehmens stieg um 4,4% und erzielte mit 17,29 Mrd. Euro das beste Resultat in der bisherigen Unternehmensgeschichte.
- Und das **Operative Ergebnis** liegt mit 1,377 Mrd. Euro weiterhin auf hohem Niveau.

Meine Damen und Herren,
die Zahlen zeigen: ŠKODA hat ein starkes operatives Geschäft und steht finanziell auf stabilen Füßen. Damit schaffen wir eine wichtige Voraussetzung, um die Milliardeninvestitionen in die Zukunftstechnologien wie E-Mobilität und Digitalisierung zu stemmen.

Wie haben sich im vergangenen Jahr die **Gesamtmärkte** entwickelt, in denen ŠKODA vertreten ist?

Bild: „Übersicht Gesamtmärkte“

- **In Westeuropa** gingen die Auslieferungen im Vergleich zum Vorjahr um 0,7% auf 14,25 Millionen Fahrzeuge leicht zurück.
- **In Zentraleuropa** wurden 1,18 Millionen Fahrzeuge ausgeliefert – ein Plus von 7,5%.
- **Osteuropa** wächst deutlich: Die Region verzeichnete ein Wachstum von 14,8% auf 538.000 Fahrzeuge.
- In **Russland** nahm der Gesamtmarkt um 14,1% auf 1,68 Millionen Fahrzeuge zu.
- In **China** gingen die Auslieferungen um 4,8% auf 22,7 Millionen Fahrzeuge zurück.

- **Indien** wächst um 7,5% auf 3,3 Millionen Fahrzeuge.

Wie hat **ŠKODA** in diesen Absatzregionen performt? Ein Blick auf die einzelnen Märkte:

Bild: „Übersicht Entwicklung SKODA“

- In **Westeuropa** steigerten wir unsere Auslieferungen an Kunden gegen den Trend um 1,8% auf 486.400 Fahrzeuge. Deutschland ist nach wie vor zweitstärkster Einzelmarkt für ŠKODA. Mit 176.600 ausgelieferten Fahrzeugen legten wir dort um 1,9% zu. Wir sind damit erneut Importmarke Nummer eins und festigen unsere Position unter den renommierten Volumenmarken. In zahlreichen westeuropäischen Ländern ist ŠKODA zweistellig gewachsen: In Frankreich mit 17,5%, in Spanien mit 11,5%, in den Niederlanden mit 11,6% und in Griechenland mit 17,6%.
- In **Zentraleuropa** legte ŠKODA um 2,8% auf 212.900 Fahrzeuge zu. Im Heimatmarkt Tschechien lieferten wir insgesamt 93.600 Fahrzeuge aus, ein leichter Rückgang um 1,5%. Dennoch konnten wir unseren Marktanteil im Vergleich zum Vorjahr verbessern. In Polen haben wir um 6,7% zugelegt. Stark entwickelt haben sich auch die Slowakei, Ungarn, Slowenien und Kroatien.
- In **Osteuropa** ohne Russland verzeichneten wir im Gesamtjahr ebenfalls ein kräftiges Plus von 11,5 Prozent auf 46.100 Fahrzeuge. Besonders positiv entwickelten sich Rumänien, Bulgarien, Bosnien und Kasachstan.
- In Russland legten wir deutlich zu: 81.500 Auslieferungen entsprechen einem Zuwachs von 30,7%.
- In **China** steigerten wir – trotz des rückläufigen Gesamtmarkts – die Auslieferungen auf 341.000 Fahrzeuge, ein Plus von 4,9%. Damit bleibt der Markt die stärkste Absatzregion für ŠKODA. Für uns ein besonderer Erfolg, da SKODA seine Markenwahrnehmung in China erst seit Ende 2016 deutlich steigern konnten, indem wir als eigenständige Marke auftreten konnten.
- In **Indien** legten wir leicht zu und übertreffen mit 17.200 ausgelieferten Fahrzeugen den Erfolg des Vorjahres.

Jetzt der Blick auf die **ŠKODA Modelle**:

Bild: „CITIGO“

- Der **CITIGO** legte entgegen des typischen Lebenszyklus-Trends im vergangenen Jahr zu. Die Auslieferungen stiegen um 5,5% auf 39.200 Fahrzeuge. In diesem Jahr stellen wir die vollelektrische Version des CITIGO vor – das perfekte E-Auto für die Stadt mit alltagstauglichen 300 Kilometern Reichweite.

Bild: „FABIA“

- Im März 2018 präsentierten wir auf dem Genfer Autosalon den neuen **FABIA**. Aufgrund des Modellwechsels gingen die Auslieferungen auf das Gesamtjahr gesehen um 7,6% auf 190.000 Fahrzeuge zurück.

Bild: „RAPID“

- Vom **RAPID** haben wir erwartungsgemäß weniger Fahrzeuge ausgeliefert. Ende der Produktion in Europa war im Dezember letzten Jahres. Auf Basis unserer Produktstrategie läuft das Fahrzeug in China und Russland unverändert weiter.

Bild: „SCALA“

- Vom neuen **SCALA** haben wir 2018 zwar noch keine Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert, dennoch ist er für uns eines der wichtigsten Modelle, die wir im vergangenen Jahr vorgestellt haben. Anfang Dezember fand die Weltpremiere in Tel Aviv statt, die Fahrpräsentation startet in wenigen Tagen in Kroatien. Das Auto ist eine komplette Neuentwicklung, ein echter Meilenstein für uns. Er setzt in dieser Klasse Maßstäbe in Sachen Design, Konnektivität und Sicherheit.

Bild: „OCTAVIA“

- Der **OCTAVIA** ist und bleibt die meistverkaufte Modellreihe von ŠKODA. 2018 lieferten wir 388.200 Einheiten aus. Damit bewegt sich der OCTAVIA auch in seinem siebten Jahr nach Markteinführung auf hohem Niveau. Pünktlich zu seinem 60. Geburtstag haben wir mit der Ikone der Marke in diesem Jahr noch einiges vor.

Bild: „SUPERB“

- Von unserem Flaggschiff **SUPERB** lieferten wir 138.100 Einheiten aus – das entspricht einem Rückgang von 8,5%. Das gesamte Segment ist rückläufig, da auch hier der Trend in Richtung SUVs geht. Der Rückgang bei uns ist allerdings weniger stark als im Gesamt-Segment. Und wir steuern aktiv entgegen und bringen noch in diesem Jahr die Modellpflege auf den Markt. Zusätzlich elektrifizieren wir die Baureihe und machen den SUPERB zu unserem ersten Plug-in-Hybrid, den wir im weiteren Jahresverlauf vorstellen.

Jetzt zu den **SUVs**: Weltweit wachsen diese Segmente nach wie vor mit hoher Dynamik. Wir sind relativ spät auf diesen Zug aufgesprungen und haben mit unserer SUV-Offensive offensichtlich einen Volltreffer gelandet.

Bild: „KODIAQ“

- Unser großes SUV, der **KODIAQ**, ist stark unterwegs. Innerhalb von nur zwei Jahren haben wir mehr als eine Viertelmillion Exemplare produziert. Im vergangenen Jahr steigerten wir die Auslieferungen nochmals um rund 50% im Vergleich zum Vorjahr – auch deshalb, weil wir die Modellreihe innerhalb kürzester Zeit zu einer ganzen Produktfamilie ausgebaut und in China sogar ein weiteres Derivat mit dem KODIAQ GT an den Start gebracht haben.

Bild: „KAROQ“

- Der **KAROQ** übertrifft unsere Erwartungen. Er hat das Jahr mit 115.700 ausgelieferten Einheiten erfolgreich abgeschlossen. Weltpremiere war im Mai 2017, die Markteinführung im Oktober. Bei der internationalen Fachpresse kommt der KAROQ hervorragend an: Er wurde mit Preisen wie dem Goldenen Lenkrad, Car of the Year und bei der Leserwahl Best Cars ausgezeichnet. Mittlerweile vervollständigen SPORTLINE und SCOUT die Modellreihe.

Bild: „KAMIQ China“

- Mit der chinesischen Variante des **KAMIQ** haben wir im vergangenen April auf der Motorshow in Peking unser neues Kompakt-SUV „made in China, for China“ vorgestellt. Mit ihm setzen wir unsere Modelloffensive in unserem größten Einzelmarkt fort. Der KAMIQ kommt bei unseren Kunden in China sehr gut an, wir haben bereits 27.900 Einheiten ausgeliefert, nun startet er in sein erstes volles Jahr.

Bild: „KAMIQ Europa“

- Der Name KAMIQ passt auch sehr gut für unser neues Crossover-Modell in Europa, das wir auf dem Genfer Autosalon vorgestellt haben. Mit ihm runden wir unser SUV-Angebot nach unten ab. Wir schaffen damit eine eindeutige Hierarchie in unserem SUV-Programm mit einer klaren Marken- und Produktidentität. Und damit markiert der KAMIQ für ŠKODA den nächsten Schritt in unserer SUV-Offensive.

Bild: „Collage Modellneuheiten“

Meine Damen und Herren,
mit insgesamt sieben Modellneuheiten haben wir im vergangenen Jahr unsere Produktoffensive erfolgreich fortgeführt. Die anhaltend hohe Nachfrage – bei entsprechenden Kapazitäten hätten wir 2018 sogar rund 100.000 Einheiten mehr absetzen können, das positive internationale Presse-Echo und zahlreiche Auszeichnungen zeigen: Wir treffen den Geschmack unserer Kunden.

Das liegt auch daran, dass unsere Produktneuheiten alle ŠKODA-typischen Eigenschaften mit sich bringen:

- Das überlegene Raumangebot.
- Das Höchstmaß an Funktionalität.
- Das überzeugende Preis-Wert-Verhältnis.
- Die vielen Simply Clever Ideen.
- Und das klare, charaktervolle und zukunftsweisende Design.

All das fassen wir unter dem Begriff **Smart Understatement** zusammen. Und diesen Wertekanon schätzen unsere Kunden auf der ganzen Welt.

Neben unseren Produktneuheiten begeisterten 2018 zwei **Concept Cars** das Publikum:

Bild: „VISION X“

- In Genf präsentierten wir in 2018 mit dem **VISION X** die seriennahe Version des KAMIQ, den ich vorhin bereits erwähnt habe. Mit ihm steigen wir in das schnell wachsende Segment der kleinen SUVs ein. Er ist eine komplette Neuentwicklung und hat das Zeug dazu, eine noch breitere Kundenschicht anzusprechen.

Bild: „VISION RS“

- Und in Paris sorgte der **VISION RS** für einen ordentlichen „Buzz“. Er kombiniert dank seines Plug-in-Hybrids Performance mit Nachhaltigkeit und zeigt, wie wir die RS-Idee in die Zukunft übertragen. Gleichzeitig gab er einen konkreten Ausblick auf den SCALA, den ich Ihnen bereits vorhin vorgestellt habe.

Von den Produkten zu den **strategischen Kernthemen** des vergangenen Jahres:

Wir haben ŠKODA in allen Bereichen gezielt weiterentwickelt, um gestärkt aus dem Transformationsprozess hervorzugehen.

Bild: „Collage“

Bestes Beispiel: Der **digitale Wandel**. Wir treiben ihn im gesamten Unternehmen mit Hochdruck voran:

Wir nutzen autonome **Drohnen**, vollautonome **Roboter**, kooperierende Roboter und Handling-Roboter und arbeiten damit nach den Prinzipien der Industrie 4.0.

Und mit unserem neuen **Datenzentrum** unternehmen wir einen entscheidenden Schritt auf dem Weg zur Digital Company.

Produktseitig machen wir das Auto in den kommenden Jahren zum „**perfect third place**“ – neben Büro und Zuhause. Der neue SCALA macht mit seiner state-of-the-art Connectivity und „over-the-air“-Updates schon einen großen Schritt in diese Richtung.

Und wir denken übers Auto hinaus – wie zum Beispiel mit dem **KLEMENT**: Unserem Smart Mobility Device, das wir Ihnen heute mitgebracht haben.

Der KLEMENT ist

- vollelektrisch mit einer Reichweite von über 60 Kilometern,
- vollvernetzt dank nahtloser Smartphone-Integration mit induktivem Laden und over-the-air-updates.
- Und – natürlich – vollgepackt mit vielen Simply Clever Ideen wie Tempomat, Hill-hold-Funktion oder mit beheizbarem Sitz.

Und damit steht er genau dafür, was ŠKODA im Herzen hat: 'Driven by inventiveness – clever ideas since 1895'.

Logos: „HoppyGo“, „CareDriver“, „Uniqway“ + „Trunk-Delivery“

Unserem Markenkern folgend bieten wir unseren Kunden ein ganzes Bündel an innovativen **Mobility-und Vehicle-on-Demand-Lösungen** wie HoppyGo, CareDriver oder Uniqway an, die alle in unserem DigiLab entstanden sind. Oder ganz neu und vor allem praktisch: Der Trunk Delivery Service, mit dem Pakete direkt in den Kofferraum unserer Kunden geliefert werden. Die Testphase ist bereits angelaufen.

Logo: „mySKODA“

Uns ist wichtig, dass wir das mobile Leben unserer Kunden so einfach, bequem und komfortabel wie möglich machen. Deshalb arbeiten intensiv daran, alle ŠKODA Services unter dem Namen **myŠKODA** zu bündeln.

Meine Damen und Herren,
was beim Ausbau des digitalen Geschäfts immer wichtiger wird, sind Kooperationen. Unser Leitsatz lautet deshalb: **Partnering is key!**

Und das tun wir auf verschiedene Art und Weise:

Wir kooperieren aktuell mit über zehn vielversprechenden Start-ups aus Israel in Bereichen wie Big Data und Künstliche Intelligenz.

Bild: „Stadtbild Prag“

Gleichzeitig arbeiten wir eng mit Städten zum Thema Smart City zusammen. Wir haben im Oktober ein **MoU** mit der Stadt **Prag** unterzeichnet.

Es geht darum,

- Verkehrsströme zu optimieren (30% des Verkehrs in Prag entfallen auf die Parkplatzsuche),
- das Angebot an Mobilitätsdienstleistungen wie Car Sharing oder Ride Hailing deutlich auszubauen,
- den intermodalen Verkehr intelligent miteinander zu verknüpfen und
- dadurch die Sicherheit und Komfort für die Menschen zu erhöhen sowie
- die Umweltbelastung zu senken.

Bild: "Aktuelles Pressefoto"

Zum Thema Smart City und anderen wichtigen Zukunftsthemen haben wir uns gemeinsam mit der tschechischen Regierung und Wirtschaftsvertretern im Rahmen des **zweiten Kolloquiums** ausgetauscht. Sie erinnern sich: Das erste Treffen fand Anfang 2017 statt, über das viele von Ihnen ausführlich berichtet haben.

Das Ergebnis waren 25 Arbeitspakete zu den Schwerpunktthemen Elektromobilität, autonomes Fahren und Digitalisierung genauso wie zu Querschnittsthemen wie die Förderung von Bildung, Forschung und Wissenschaft. Nun haben wir den Fortschritt in den einzelnen Bereichen analysiert und die nächsten Schritte definiert.

Ein zentraler Diskussionspunkt war das Thema **Nachhaltigkeit** – quasi die „Mutter“ aller Veränderungen.

Bild: "Illustration Nachhaltigkeit"

Wir haben unsere Ziele klar formuliert:

Etwa die Senkung der **CO₂-Emissionen unserer Flotte** um 30% zwischen 2015 und 2025. Ein wesentlicher Hebel dafür ist die Transformation vom Verbrennungsmotor zum Elektroauto. Bis Ende 2022 werden wir bereits über zehn teilweise oder vollständig elektrifizierte Autos im Programm haben.

Ein weiteres Ziel: Bis zur zweiten Hälfte des nächsten Jahrzehnts die **Produktion** in unseren tschechischen Fabriken auf elektrische Energie umzustellen, die CO₂-neutral produziert wird.

Auch beim **Recycling** unserer Autos setzen wir alles daran, so umweltfreundlich wie möglich zu sein. 85% der Komponenten des SCALA sind beispielsweise schon wiederverwertbar oder recyclebar. Wir führen unsere Anstrengungen fort, diesen Anteil weiter zu erhöhen.

Darüber hinaus stärken wir noch in diesem Jahr unsere Compliance- und Nachhaltigkeitsstandards. In der Beschaffung erhalten Nachhaltigkeitskriterien bereits im Vergabeprozess die gleiche Bedeutung wie Qualität, Entwicklung oder Logistik.

Wir fassen den Nachhaltigkeitsbegriff noch weiter:

Logo: "SKODA Stiftungsfonds"

Seit Anfang dieses Jahres unterstützen wir mit dem 30 Millionen Euro starken ŠKODA **Stiftungsfonds** Projekte, die die Lebensqualität der Menschen in den Regionen unserer tschechischen Standorte nachhaltig verbessern, besonders in der Region Mladá Boleslav.

Wir planen, konkrete Projekte im Transportsektor zu unterstützen genauso wie in den Bereichen Sicherheit, modernes Gesundheitswesen, Sozialarbeit und Kultur. Wir kommen damit unserer Verantwortung als Unternehmen nach und arbeiten eng zusammen mit unseren Partnern aus Politik, Lokalverwaltung und Zivilgesellschaft. Für uns steht eines fest: Unsere Verantwortung endet nicht an den Werkstoren!

Meine Damen und Herren,

Verantwortung heißt auch, dass wir unsere Beschäftigten auf unseren Weg in die Zukunft mitnehmen. Das bedeutet für uns: Ausbildung, Weiterbildung und Qualifizierungen sind elementar für unseren langfristigen Erfolg!

Eine aktuelle Studie des Weltwirtschaftsforums kommt zum Schluss, dass schon bis zum Jahr 2025 – also gerade einmal in knapp sieben Jahren – durch die Entwicklung von Maschinen und Algorithmen, die automatisierte Prozesse steuern, 75 Millionen Arbeitsplätze weltweit wegfallen. Gleichzeitig würden jedoch 133 Millionen neuartige Arbeitsplätze geschaffen. Und von 30% dieser neuen Jobs kennen wir heute noch nicht einmal die genaue Bezeichnung!

Allein diese Zahlen zeigen, wie wichtig lebenslanges Lernen für unsere Beschäftigten ist. Und deshalb investieren wir in den kommenden drei Jahren in die Aus- und Weiterbildung unserer Beschäftigten rund 120 Millionen Euro.

Darüber hinaus übernehmen wir auf vielfältige Weise Verantwortung für den Volkswagen Konzern:

- Mit INDIA 2.0.
- Mit Russland.
- Mit der Entwicklung und Bau der neuen SUPERB/Passat-Generation.
- Und mit der Planung des neuen Mehrmarken-Werk.

Wo stehen wir aktuell bei diesen Themen?

Foto: "Indien-Bild"

Ziel des **INDIA 2.0**-Projekts ist es, die Präsenz von ŠKODA und des Volkswagen Konzerns nachhaltig zu stärken, indem wir unser Angebot im Volumensegment deutlich ausbauen.

Bereits seit 2017 tragen wir die Verantwortung für die MQB A0-Plattform zunächst mit Fokus auf Indien. In den vergangenen Wochen und Monaten haben wir wichtige Meilensteine erreicht:

- Das **Management-Team** rund um Gurpratap Boparai als Managing Director fürs Indien-Geschäft ist fest etabliert.
- Das **neue Technologiezentrum** in Pune ist seit Januar in Betrieb.
- Und auch bei der geplanten **Tiefenlokalisierung** von über 90% machen wir Fortschritte.

Erklärtes Ziel für 2019 ist, die engere Zusammenarbeit der einzelnen Gesellschaften vor Ort zu forcieren, um unser Know-how zu bündeln, schlankere Abstimmungsprozesse zu gewährleisten und somit bedeutend schneller Entscheidungen zu treffen. Damit schaffen wir die Voraussetzungen, uns in allen Bereichen – von der Entwicklung über die Produktion bis hin zum Kundenservice – deutlich zu verbessern.

Das erste Modell, das wir im Rahmen des Projekts entwickeln und produzieren ist ein Midsize A0-SUV. Das erste Showcar stellen wir bereits auf der Delhi Motorshow nächstes Jahr vor.

Zusätzlich zu Indien übernehmen wir in diesem Jahr auch die Konzern-Verantwortung für die **russische Region** und sind intensiv mit der Ausgestaltung befasst.

Darstellung: “Markengruppe Volumen”

Eine wichtige Neuerung war 2018 auch die Weiterentwicklung der Führungsstruktur im Volkswagen Konzern:

ŠKODA ist nun Teil der **Markengruppe Volumen**. Durch die neue, kompaktere Struktur beschleunigen wir Abstimmungsprozesse, nutzen Synergien besser und senken Komplexität und Kosten.

Ein Beispiel: Schon ab diesem Jahr übernehmen wir zusätzlich Entwicklungsdienstleistungen für den Konzern und entwickeln die Folgegeneration des Volkswagen Passat und des ŠKODA SUPERB. Ab 2023 werden beide Modelle gemeinsam in unserem tschechischen Werk in Kvasiny produziert.

Ein weiteres Beispiel ist das geplante Mehrmarkenwerk: Der Konzern hat uns beauftragt, einen geeigneten Standort zu suchen. Wir haben eine Shortlist definiert und fällen in den kommenden Monaten eine Entscheidung.

Jetzt zum **Ausblick**:

Und der sieht zunächst erfreulich aus: Der Weltmarkt für Autos wird weiter wachsen. Experten gehen davon aus, dass bis 2025/2027 die 95 Millionen-Marke geknackt werden könnte. An diesem Wachstum wird ŠKODA partizipieren. Auch für dieses Jahr erwarten wir – Wind und Wetter vorbehalten – eine positive Geschäftsentwicklung.

Klar ist jedoch auch: Der Handelskonflikt zwischen USA und China bremst die Weltwirtschaft, der Brexit hält ganz Europa auf Trab und starke Wechselkursveränderungen beeinflussen unser Geschäft negativ. Laut jüngster Studie des Internationalen Währungsfonds stehen wir eventuell sogar am Ende der längsten Aufschwungphase seit über 70 Jahren.

Hinzu kommen industrie-spezifische Herausforderungen: Sowohl das 95-Gramm-Ziel als auch die EU-Vorgabe, bis 2030 die CO₂-Emissionen der Neuwagen im Schnitt um 37,5% zu senken, sind mit erheblichen Aufwendungen verbunden. Die individuelle Mobilität wird dadurch teurer – die notwendigen zusätzlichen Technologien haben ihren Preis und können nicht an anderer Stelle kompensiert werden. Daran führt nicht nur bei ŠKODA, sondern bei allen Autoherstellern kein Weg vorbei.

Slide: „Goal: cumulative profit impact of >3 billion € until 2025 “

Meine Damen und Herren,
wir steuern diesen Herausforderungen aktiv entgegen, indem wir flexibel bleiben:

Bereits wenige Monate nach der Vorstellung unserer Strategie 2025 haben wir das erste Update initiiert, die Strategie 2025+. Seitdem sind Themen wie Künstliche Intelligenz, Big Data und Digitalisierung fest verankert.

Ein weiteres Update ist unser **Performance-Programm**, das wir Ende 2017 entwickelt haben. Unser Ziel: Bis 2025 einen kumulativen Ergebniseffekt von über drei Milliarden Euro zu erreichen, um die zusätzlichen Investitionen in neue Technologien finanzieren zu können, die wiederum durch die neuen EU-Grenzwerte notwendig geworden sind.

Damit schaffen wir die Grundlage für nachhaltigen Erfolg, die Sicherheit der Arbeitsplätze von weltweit über 39.000 Škodianern und für eine gesunde Umsatzrendite.

Meine Damen und Herren,
die eben genannten Herausforderungen machen eines klar: Wer heute nicht bereits an Übermorgen denkt, ist vielleicht morgen schon nicht mehr dabei.

Und das gilt besonders für die Heimat von ŠKODA: Tschechien hat mit 134 Fahrzeugen pro 1.000 Einwohner mittlerweile die größte Abhängigkeit vom Automobilcluster.

Mit anderen Worten: Heute ist das Land hochindustrialisiert und die Bevölkerung profitiert davon. Dennoch wissen wir bereits, dass es neben der Industrie auch die digitale Wirtschaft im Land zu stärken gilt – mit neuen digitalen Services und Geschäftsmodellen, um die Wettbewerbsfähigkeit des Landes zu erhöhen.

Slide: „The Simpy Clever Company for best mobility solutions“

Wir führen unsere Transformation vom Automobilhersteller zur „Simply Clever Company for best Mobility Solutions“ in allen Dimensionen weiter konsequent fort.

Der Start ins neue Jahr ist schon einmal gelungen: In den ersten beiden Monaten konnten wir insgesamt 193.500 Fahrzeuge ausliefern. Das ist zwar ein leichtes Minus von knapp 1,3% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Vor dem Hintergrund der rückläufigen Entwicklung in China ist das jedoch weltweit betrachtet ein ordentlicher Jahresstart.

Gemeinsam mit unserem Joint-Venture-Partner stellen wir uns allerdings auf ein sehr anspruchsvolles Jahr in unserem größten Einzelmarkt ein – der Neuwagenabsatz ist im vergangenen Jahr das erste Mal seit den 90er-Jahren zurückgegangen.

Wir steuern aktiv gegen und haben dazu noch 2018 die Brand Boost Campaign und einen Masterplan entwickelt, um unseren nachhaltigen Erfolg für ŠKODA zu sichern – auch mit neuen Produkten.

Slide: „>30 neue Modelle bis Ende 2022“

Insgesamt bringen wir weltweit bis Ende 2022 über **30 neue Modelle** auf den Markt. Wir nutzen unser Potenzial, die jährlichen Auslieferungen von heute 1,25 Millionen auf zwei Millionen bis zur Mitte des nächsten Jahrzehnts zu erhöhen. Das bedeutet: Wir entwickeln uns vom Volumenhersteller zum Global Player.

Slide: „Elektromobilität @ SKODA“

Meine Damen und Herren,
von den 30 neuen Modellen werden über zehn teilweise oder vollständig elektrifiziert sein. Mit anderen Worten: ŠKODA startet in diesem Jahr in die Elektromobilität – ein ganz besonderer Moment in der Geschichte des Unternehmens. Auch und vor allem deshalb, weil die Elektromobilität nicht irgendwo, sondern im Herzen von ŠKODA, in Tschechien, entsteht. Wir sichern damit die Zukunft der tschechischen Standorte und Arbeitsplätze.

Los geht es mit der Plug-in-Hybrid-Version des SUPERB. Wir starten die Produktion noch im ersten Halbjahr in Kvasiny. Und im weiteren Jahresverlauf stellen wir die vollelektrische Version des CITIGO vor, die ich vorhin bereits kurz erwähnt hatte.

Wir bringen E-Mobilität damit dann zu unseren Kunden, wenn sie wirklich „simply clever“ ist:

- Mit hohen Reichweiten,
- kurzen Ladezeiten
- und erreichbaren Preisen.

Slide: „Wallbox + eCharge-Karte“

Darüber hinaus entwickeln wir in Zusammenarbeit mit dem Volkswagen Konzern einfach zu bedienende Wallboxen für das Laden zu Hause. Und für Unterwegs wird es die ŠKODA e-Charge Card geben, die es unseren Kunden erlaubt, ihr E-Auto schnell und einfach an öffentlichen Ladepunkten in Europa aufzuladen.

Slide: „VISION E an Ladesäule“

Zusätzlich investieren rund 32 Millionen Euro, um bis 2025 rund 7.000 Ladepunkte in und um unsere drei tschechischen Werke Mladá Boleslav, Kvasiny und Vrchlav für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aufzubauen. Klar ist jedoch auch, dass auch die öffentliche Hand ihre Rolle beim Ausbau der Ladeinfrastruktur fernab der Werkstore übernimmt.

Unser Ziel ist es, so viele Kunden wie möglich von der Elektromobilität zu überzeugen. Und das, meine Damen und Herren, gelingt natürlich am besten mit überzeugenden Produkten.

Bild: „VISION iV“

Eines davon haben wir Anfang des Monats auf dem Genfer Automobilsalon präsentiert: Der **VISION iV** beschleunigt in 5,9 Sekunden von 0 auf 100 km/h, bietet eine Reichweite von bis zu 500 Kilometern und ist in weniger als 30 Minuten zu 80% wieder aufgeladen. Bereits nächstes Jahr stellen wir die Serienversion vor. Schon heute können Sie einen Blick auf das Modell werfen, wir präsentieren es Ihnen hier im Foyer.

Meine Damen und Herren, nächstes Jahr feiert ŠKODA sein 125. Jubiläum. Das ist bisher lediglich fünf weiteren Automarken gelungen.

Und wir bleiben uns auch in Zukunft treu. Unsere Mission lautet schließlich:

„Seit mehr als 120 Jahren widmen wir unseren Unternehmergeist und unsere Hingabe der individuellen Mobilität. Und das werden wir auch in Zukunft machen!“

Wir erhöhen nochmals erheblich das Tempo in allen Bereichen, um gestärkt aus dem Transformationsprozess hervorzugehen.

Über 39.000 Skodianer arbeiten mit tollem Einsatz, damit ŠKODA weiterhin eine starke Marke, ein profitables Unternehmen und ein attraktiver Arbeitgeber bleibt.

Vielen Dank.

Und nun darf ich das Wort an meinen Kollegen Klaus-Dieter Schürmann übergeben, der Sie über die finanzielle Situation von ŠKODA informiert.