

- Meine sehr verehrten Damen und Herren, auch von meiner Seite ein herzliches Willkommen zu unserer virtuellen Jahrespressekonferenz.
- Lassen sie mich das vergangene Geschäftsjahr einmal aus finanzieller Perspektive reflektieren.
- Der Absatz der Marke Volkswagen lag in 2020 bei 2,8 Millionen Fahrzeugen und mit 23% deutlich unter dem Vorjahr. Zweistellige Verluste gab es coronabedingt in allen Weltregionen, aber bei gleichzeitig stabilen Marktanteilen.
- Der Umsatzrückgang war dabei mit 20% auf Grund von Mix- und Preiseffekten geringer als der Absatzrückgang.
- Sehr erfreulich war, dass wir es in dieser Krisensituation -- vor allem aufgrund der sehr fokussierten Kostenarbeit -- geschafft haben, das Jahr mit einem positiven operativen Ergebnis abzuschließen – trotz des Umsatzrückgangs von 17 Mrd. €.
- Das operative Ergebnis vor Sondereinflüssen betrug nach zwölf Monaten knapp eine halbe Milliarde Euro.

Disclaimer:

Die folgenden Präsentationen und die Äußerungen bzw. Erläuterungen in diesem Zusammenhang enthalten Aussagen zum künftigen Geschäftsverlauf des Volkswagen Konzerns. Diesen Aussagen liegen Annahmen zur Entwicklung der wirtschaftlichen, politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen einzelner Länder, Wirtschaftsräume und Märkte insbesondere für die Automobilbranche, zugrunde, die wir auf Basis der uns vorliegenden Informationen getroffen haben und die wir zurzeit als realistisch ansehen. Die Einschätzungen sind mit Risiken behaftet und die tatsächliche Entwicklung kann von der erwarteten abweichen. Sollten sich wesentliche Parameter bezüglich unserer wichtigsten Absatzmärkte ändern oder sich wesentliche Veränderungen aus den für den Volkswagen Konzern relevanten Währungskursverhältnissen oder Rohstoffen ergeben oder die tatsächlichen Auswirkungen der Covid-19-Pandemie von dem unterstellten Szenario abweichen, wird das unsere Geschäftsentwicklung entsprechend beeinflussen. Darüber hinaus kann es auch zu Abweichungen von der voraussichtlichen Geschäftsentwicklung kommen, wenn sich die dargestellten Einschätzungen zu den wertbildenden Faktoren und zu Risiken und Chancen anders entwickeln als derzeit von uns erwartet oder sich zusätzliche Risiken beziehungsweise Chancen oder sonstige den Geschäftsverlauf beeinflussende Faktoren ergeben.

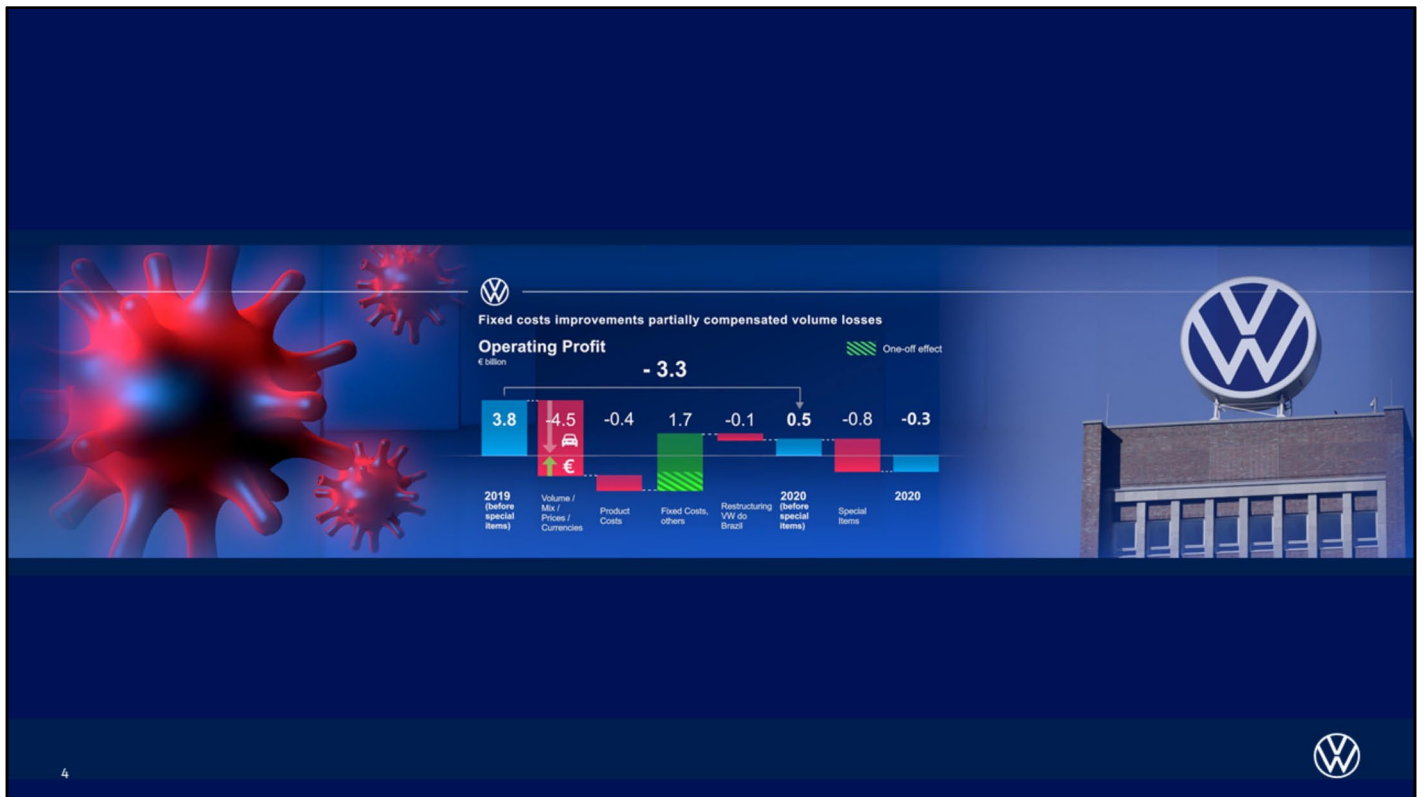
Wir passen zukunftsgerichtete Aussagen nicht nachträglich an. Solche Aussagen sind am Tag ihrer Veröffentlichung gültig und können sich überholen.

Diese Information stellt kein Angebot zum Tausch oder Verkauf oder zum Tausch oder Kauf von Wertpapieren dar.





- Ein Blick auf den Quartalsverlauf zeigt, dass wir mit den starken Quartalen drei und vier des Jahres die deutlichen Verluste von fast 2 Milliarden Euro aus dem zweiten Quartal wieder aufholen konnten.
- Wir steuerten mit sofortigen Maßnahmen gegen die Folgen des weltweiten Lockdowns im zweiten Quartal an. Insbesondere durch kontinuierliche und konsequente Kostenarbeit sowie Fabrik-/ und Lagersteuerung.
- Dadurch hat sich im Mai eine Erholung der Ergebnissituation gezeigt. Bereits im dritten Quartal konnten wir unsere finanzielle Situation wieder stabilisieren.
- Insbesondere im vierten Quartal von 2020 haben wir mit 1,4 Mrd. € eine starke Performance hingelegt und sehr deutlich von den hart erarbeiteten Effekten auf der Kostenseite zusätzlich zu der Markterholung profitiert.
- Neben einer Erholung der Nachfrageseite haben allerdings verschiedene Einmaleffekte im operativen Ergebnis gewirkt).

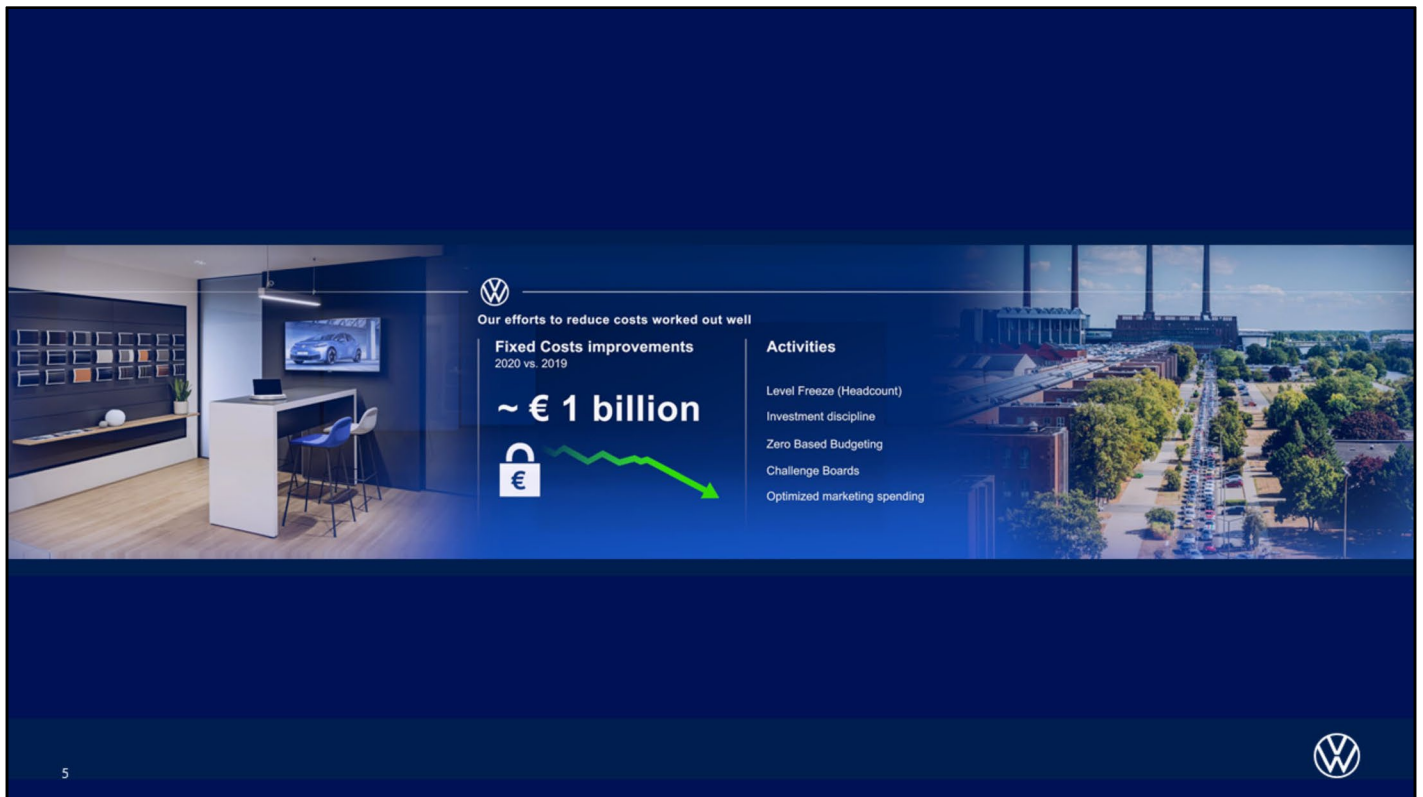


- Wenn wir nun auf die Einflussgrößen des Ergebnisses 2020 schauen, wird deutlich, dass der coronabedingte Volumenverlust von rund 840.000 Fahrzeugen ggü. dem Vorjahr der Hauptgrund für den Ergebnisrückgang in Höhe von 3,3 Mrd. € war.
- Währungen haben gegenüber Vorjahr negativ gewirkt, konnten aber durch Preisungsmaßnahmen mehr als ausgeglichen werden. Wesentliche Effekte kamen dabei aus den Hochinflationländern wie Argentinien, Brasilien und Russland.
- Unsere Produktkosten haben aufgrund erhöhter Aufwendungen zur Einhaltung gesetzlicher Emissionsstandards das Ergebnis in Höhe von rund 400 Mio. € belastet.
- Das Ergebnis entlastet gegenüber Vorjahr haben im Wesentlichen zwei Dinge:
 - o Zum Einen unser starker Fokus auf Kosten, der sich in einer Fixkostenreduzierung gegenüber Vorjahr in Höhe von mehr als 1 Mrd. € widerspiegelt. Eine sehr gute Entwicklung.
 - o Zum Anderen hat aber auch ein Struktureffekt in Höhe von 0,6 Mrd. EUR aus der Ausgründung der CSO positiv gewirkt.
- Um die Restrukturierung unseres Brasiliengeschäfts voranzutreiben, haben wir Rückstellungen in Höhe von 0,1 Mrd. EUR gebildet. Das damit abgebildete

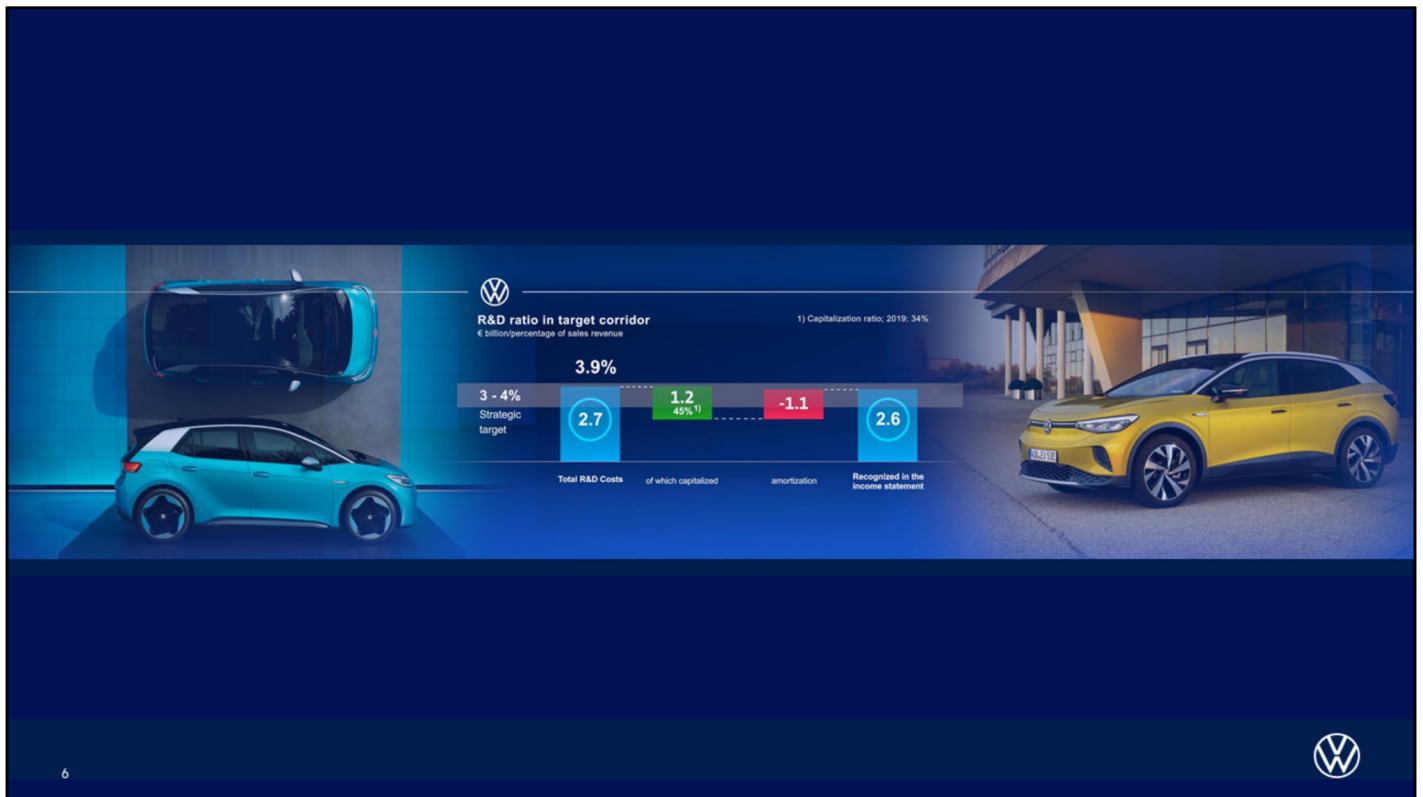
Maßnahmenpaket ist ein wesentlicher Beitrag, um das Break-even Ziel in 2021 zu erreichen.

- Final konnten wir trotz Corona ein operatives Ergebnis von rund einer halben Milliarde € in 2020 erwirtschaften und sind sogar im Netto Cash-Flow positiv.





- Unser größter finanzieller Erfolg im vergangenen Jahr war sicherlich die deutliche Senkung der Fixkosten. Dafür haben wir an zahlreichen Hebeln intensiv gearbeitet:
 - Ein Level Freeze auf der Personalseite, d.h. kein Personalaufbau und Reduzierung externer Einstellungen auf ein absolutes Minimum in Zukunftsbereichen.
 - Rigorose Verschiebung und Streichung von Investitions-Projekten
 - Zero Based Budgeting und Challenge Boards über alle Vorstandsbereiche, Gesellschaften und Regionen
 - Sowie eine Optimierung unserer Marketingausgaben
- So konnten wir die negativen Volumeneffekte aufgrund der Corona Situation zumindest teilweise abfedern. Selbst mit 23% Volumenrückgang konnten wir noch fast 0,5 Mrd. Euro oberhalb des Break Even erwirtschaften.



ID.3 – Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km (NEFZ): 15,4 - 13,1; CO2-Emissionen kombiniert in g/km: 0; Effizienzklasse: A+

ID.4 - Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km (NEFZ): 16,9-15,5; CO2-Emissionen kombiniert in g/km: 0; Effizienzklasse: A+

- Unsere Entwicklungskosten lagen mit 2,7 Mrd. EUR durch einen Struktureffekt rund eine halbe Milliarde EUR unter dem Vorjahr.
- Dabei wurden durch die Ausgliederung der Car-Software Org. rund 600 Mio. € Entwicklungsaufwand aus der Marke in die neue Organisation umgewidmet, um Konzern-Synergien bei der Software-Entwicklung als gemeinsames Backbone zu erschließen
- Auf Grund dieser Strukturverschiebung konnten wir die Entwicklungskostenquote trotz des deutlichen Umsatzeinbruchs mit 3,9% fast auf dem strategischen Ziel von 4%halten.
- Ein Erfolg, da wir auch im Corona Jahr unsere Transformation unvermindert fortgeführt und weiterhin in unsere Zukunftsprojekte investiert haben.



- Auch unsere Sachinvestitionsquote konnten wir trotz des deutlichen Umsatzrückgangs mit 4,8% innerhalb unseres strategischen Zielkorridors halten.
- Insbesondere im zweiten Halbjahr haben wir es mit einer großen Kraftanstrengung geschafft, unsere Investitionsaufwendungen deutlich zu reduzieren.
- Absolut haben wir in 2020 mit 3,4 Mrd. € rund 800 Millionen Euro weniger Investitionen als im vergangenen Jahr getätigt.
- Wir haben Investitionsvorhaben gestoppt oder verschoben, welche wir nicht als „business critical“ eingestuft haben. Im Umkehrschluss bedeutet das: an Investitionen in unsere Transformation haben wir nicht gespart.

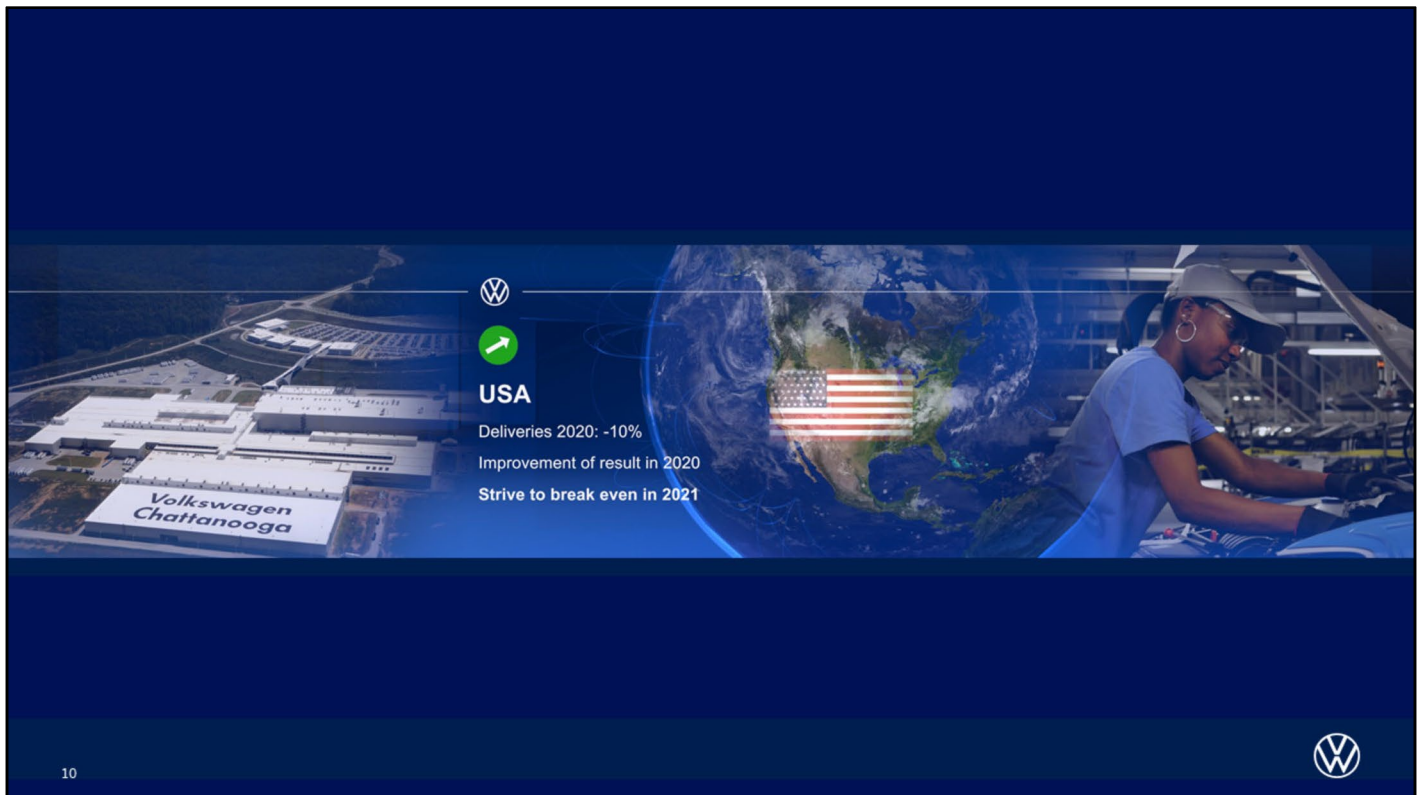


ID.3 – Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km (NEFZ): 15,4 - 13,1; CO₂-Emissionen kombiniert in g/km: 0; Effizienzklasse: A+

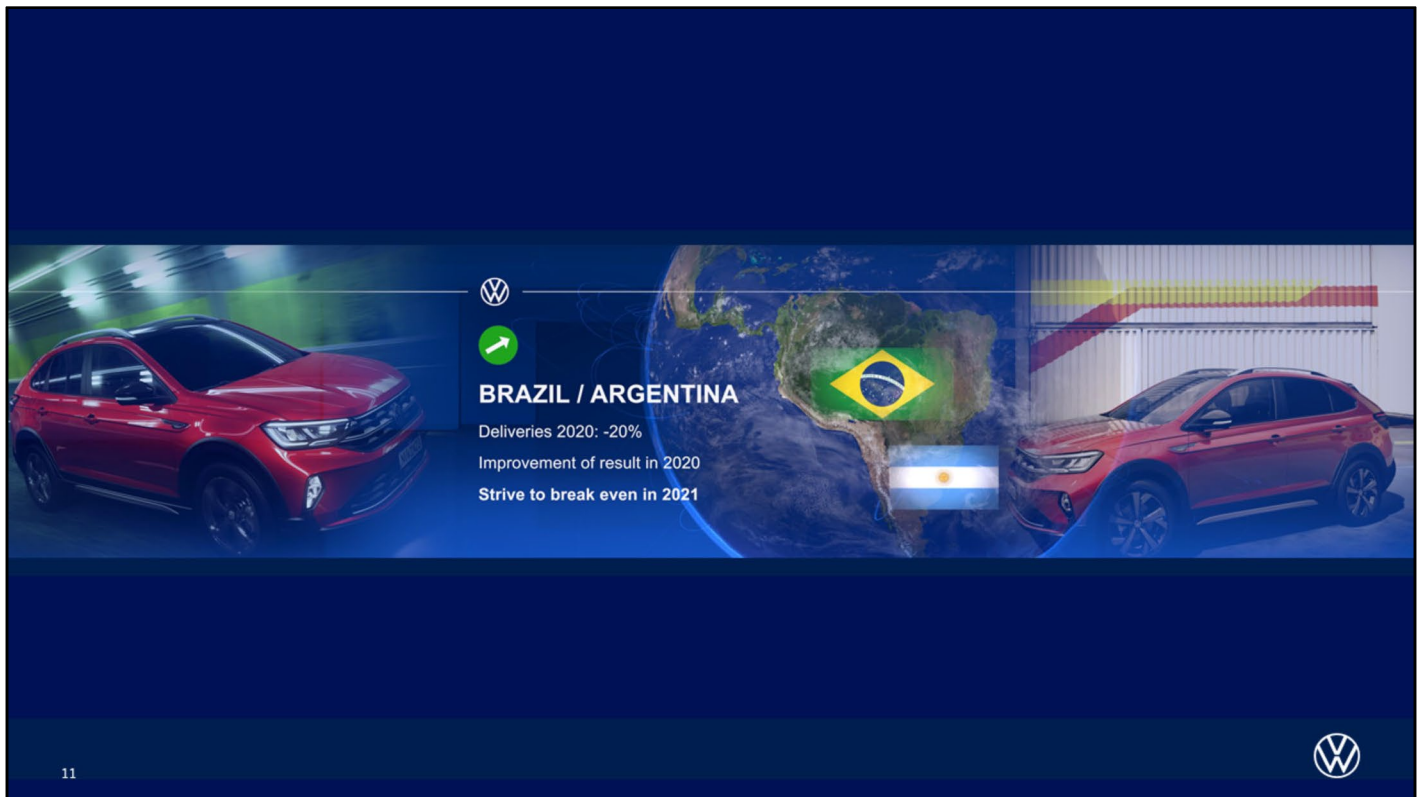
- Im operativem Netto-Cash Flow haben wir im Gesamtjahr den Break-even erreicht.
- Durch eine positive Performance von 3,8 Mrd. EUR im 2. Halbjahr ist es uns gelungen, das dramatisch schlechte erste Halbjahr auszugleichen.
- Treiber für die starke Cash-Flow Entwicklung im zweiten Halbjahr war die Verbesserung des operativen Ergebnisses in Kombination mit unserem Fokus auf Investitionsdisziplin.
- Auch der Rückgang der Nettovorräte konnte hierzu beitragen. Trotz deutlichem Gegenwind aus Edelmetallen konnten wir sie in 2020 durch konsequente Lagersteuerung um fast 10% reduzieren. Gegenüber 2017 ist der Rückgang mit beinahe 23% sogar noch viel deutlicher.

ID.4 - Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km (NEFZ): 16,9-15,5; CO2-Emissionen kombiniert in g/km: 0; Effizienzklasse: A+






- Unsere Regionen haben im Geschäftsjahr 2020 auch mit den schweren Auswirkungen der Corona Pandemie zu kämpfen gehabt.
- Im US Markt sind unsere Auslieferungen um 10% zurückgegangen, dennoch haben wir es durch intensive Kostenarbeit geschafft, den Verlust gegenüber dem Vorjahr zu reduzieren.
- Die Fortführung dieser Anstrengungen kombiniert mit unserer klaren Wachstumsstrategie für den US Markt gibt uns große Zuversicht, dass wir in diesem Jahr dort schwarze Zahlen schreiben werden. Und das schon mit einem Absatzvolumen, das um rund 15% unter den ursprünglichen Break-Even Planungen zur Erreichung der Gewinnzone liegt.
- Positiv helfen werden uns dabei auch unsere geplanten Markteinführungen des Taos, des ID.4 und die Produktaufwertung des Tiguan in diesem Jahr.



Das Fahrzeug wird in Deutschland nicht zum Verkauf angeboten.


- Auch in Südamerika konnten wir trotz 20% weniger Auslieferungen in 2020 eine Ergebnisverbesserung erzielen.
- Auch dort haben wir im vergangenen Jahr sehr erfolgreich an unserer Kosten-Situation gearbeitet und im brasilianischen Markt ein ambitioniertes Restrukturierungsprogramm auf den Weg gebracht.
- Dieses beinhaltet Kapazitätsanpassungen in den Fabriken durch Schichtreduzierungen, eine höhere Lokalisierung des MQB, ein neues Polo Track Modell als Entry Car für die Region sowie Exportpotentiale außerhalb Südamerikas.
- In Südamerika erwarten wir für dieses Jahr ebenfalls den Break-Even. Und das, obwohl wir in diesem Markt sogar 30% unter den Gesamtmarkterwartungen liegen, welche den alten Turnaround-Plänen zu Grunde lagen.
- In Summe ist das Erreichen der Gewinnschwellen in den Regionen für die Marke Volkswagen ein sehr wichtiger Meilenstein auf dem Weg zu einer nachhaltig wettbewerbsfähigen Profitabilität.





We confirm our target KPIs

	Outlook 2021	Target 2023	Target 2025
Sales revenue	Sig. above the level of 2020	tbd	tbd
Operating return on sales	3-4%	6 %	> 6 %
Capex ratio	4-5 %	4-5 %	4-5 %
R&D ratio	3-4%	3-4%	3-4%
Free cash flow		€1-2 billion	> €2 billion

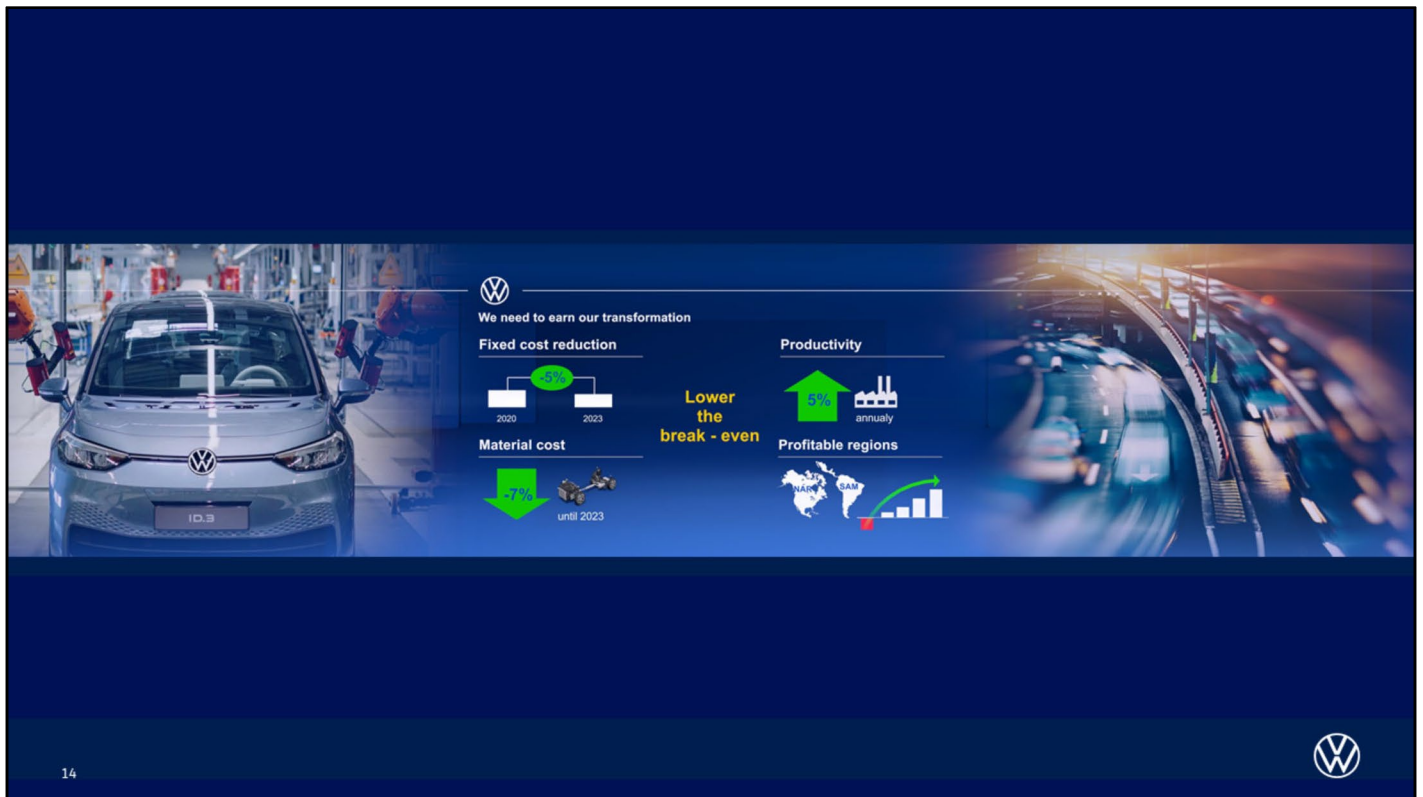


13

ID.4 - Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km (NEFZ): 16,9-15,5; CO2-Emissionen kombiniert in g/km: 0; Effizienzklasse: A+

- Für die Marke Volkswagen insgesamt sind wir zuversichtlich, dass wir die operativen Rahmenbedingungen in diesem Jahr 2021 gegenüber dem Vorjahr stark verbessern können.
- Für den Absatz erwarten wir dabei eine deutliche Steigerung und wollen damit auch beim Umsatz signifikant über dem Jahr 2020 liegen.
- Für die operative Umsatzrendite streben wir in 2021 einen Zielkorridor von 3-4% an.
- Ich möchte dennoch auf zwei Risiken hinweisen, deren Entwicklung wir weiterhin sehr genau beobachten müssen:
 - o Zum einen wird es entscheidend sein, wie erfolgreich sich die Initiativen zur Eindämmung der Covid-19 Pandemie in unseren wesentlichen Absatzmärkten entwickeln.
 - o Zum anderen müssen wir die Situation hinsichtlich der Halbleiter-Verfügbarkeit weiterhin sehr genau im Blick behalten.
- Eine Rendite von 6% bis 2023 bleibt weiterhin unser klares Ziel.





ID.3 – Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km (NEFZ): 15,4 - 13,1; CO₂-Emissionen kombiniert in g/km: 0; Effizienzklasse: A+

- Zur Finanzierung unserer Transformation und zur Senkung des Break-even Niveaus haben wir vier wesentliche Hebel definiert:
 - Erstens eine Senkung der Fixkosten um 5% bis 2023. Das vergangene Jahr hat gezeigt, dass wir große Fortschritte machen können, wenn wir konsequent handeln. Hieran knüpfen wir an.
 - Zweitens die weitere Steigerung unserer Produktivität in den Werken um 5% jährlich.
 - Drittens eine 7% Reduzierung der Materialkosten bis 2023.
 - Viertens das Anstreben von deutlich positiven Jahresüberschüssen in den Regionen. Dies ist auch nach Erreichung des Break-Even Niveaus weiter zu forcieren



ID.4 - Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km (NEFZ): 16,9-15,5; CO₂-Emissionen kombiniert in g/km: 0; Effizienzklasse: A+

- Wir wollen aber nicht nur unsere Transformation finanzieren, sondern zusätzlich unsere Profitabilität steigern.
- Dazu nutzen wir – neben den bereits erwähnten Maßnahmen – die Economies of Scale durch die Industrialisierung des MQB und MEB. Wir sind als Marke in Vorleistung gegangen und können zukünftig 80% des Konzernvolumens über diese beiden Plattformen definieren.
- Dies ist auch einer unserer wesentlichen Hebel zur Verbesserung der Produktmargen.
- Im zweiten Schritt wird die Erschließung neuer Umsatzquellen durch die Konnektivität unserer Fahrzeuge eine wichtige Rolle spielen. Zudem werden wir mit unserem Zukunftsprojekt Trinity die Komplexität weiter drastisch reduzieren.
- Wie Sie sehen, meine Damen und Herren, haben wir viel vor und treiben die Transformation der Marke auch in finanzieller Hinsicht mit voller Kraft voran.