

INHALTSVERZEICHNIS

Was wir Ihnen sagen wollen

Die neue Gliederung unseres Geschäftsberichts fällt ins Auge und bringt dem Leser bessere Übersicht und Durchsicht. In diesem Rahmen stellen wir unsere Markenwelt mit den jüngsten Modellen vor.

GESCHÄFTSVERLAUF

Spitzenfeld erfolgreich verteidigt

14

Dem weltweiten Wettbewerb haben wir uns gestellt. Doch nicht durch hohe Preiszugeständnisse, sondern durch die Werterhaltung unserer Produkte. Der Erfolg gibt uns Recht: Wir sind die Nr. 1 auf zahlreichen Automobilmärkten.

VERMÖGENS-, FINANZ- UND ERTRAGSLAGE

Zweitbestes Ergebnis in der Unternehmensgeschichte

22

Im Jahr 2002 erzielten wir das zweitbeste Ergebnis in der Geschichte des Volkswagen-Konzerns. In einem schwierigen Marktumfeld verdanken wir dies vor allem der Leistungsbereitschaft und dem Engagement unserer Mitarbeiter.

MITARBEITER

Die Türen öffnen für jene, die weiterkommen wollen

60

Das Rad immer neu zu erfinden, wäre ein kostspieliger und zeitraubender Prozess. Daher widmen wir dem Wissenstransfer zwischen Mitarbeitern ebenso viel Aufmerksamkeit wie ihrer fachlichen Weiterbildung.

INHALT

BERICHT DES AUFSICHTSRATS	4
BRIEF AN UNSERE AKTIONÄRE	9
LAGEBERICHT	
Geschäftsverlauf	14
Vermögens-, Finanz- und Ertragslage	22
Forschung und Entwicklung	30
Geschäftsprozesse	32
Rechtliche Angelegenheiten	38
Risikobericht	39
Volkswagen AG (Kurzfassung nach HGB)	42
Ausblick	46
FINANZKOMMUNIKATION	
Volkswagen-Aktie	52
Corporate Governance	56
Wertorientierte Steuerung	57
MITARBEITER	60
UMWELT	64



SEITE 12

SEITE 20

SEITE 28

SEITE 36

SEITE 44

SEITE 50

SEITE 58

SEITE 66

SEITE 80

FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Erfolge einfahren ist der schönste Moment

30

Das Scheinwerferlicht richtete sich auf uns, als wir mit dem Touareg in ein neues Segment starteten. Der Beifall von Presse und Wettbewerb war der Lohn für jahrelange Forschungs- und Entwicklungsarbeit.

GESCHÄFTSPROZESSE

Die Messlatte für Qualität legen wir freiwillig höher

32

Fehler sind menschlich, aber nicht unvermeidlich. Qualität ist nicht nur für die Fertigung eine Zielmarke, sondern für den gesamten Prozess bis hin zum Vertrieb.

AUSBLICK

Neue Modelle stehen am Start

46

Für die Zukunft vorsorgen statt sparen: Die Rezessionsphase haben wir genutzt, um unsere Produktpalette zu erweitern. Unser Ziel ist es, für jeden Kundenwunsch das passende Modell anzubieten. Volkswagen ist ein Partner für alle Lebensphasen, vom Einsteigermodell bis zur Luxusklasse.

FINANZKOMMUNIKATION

Wir sind immer Gesprächsbereit

52

Unsere Ziele und Strategien haben wir Investoren und Analysten in aller Welt präsentiert und erläutert. Gute Ratings bescheinigen, dass sie Vertrauen in uns setzen. Dies wollen wir weiter pflegen – Kontakte schaffen Verständnis.

UMWELT

Die Zukunft fährt bei uns als Kopilot mit

64

Umweltengagement meint längst nicht mehr nur Verantwortung für Wasser und Klima, sondern auch für Menschen und Arbeitsprozesse. Und Wertmaßstäbe, einmal gesetzt, machen nicht an den Grenzen halt.

KONZERNBEREICHE

Neue Struktur im Konzern etabliert

68

Um die Profile unserer Marken zu schärfen, haben wir die Geschäftssparten neu strukturiert und die Markenleitbilder deutlich formuliert. Mit Finanzierung, Leasing und Versicherung unterstützen wir den Absatz unserer Produkte erfolgreicher denn je.

KONZERNBEREICHE

Geschäftssparten und Märkte	68
Markengruppe Volkswagen	70
Markengruppe Audi	72
Nutzfahrzeuge	74
Produktion nach Produktlinien	76
Finanzdienstleistungen	78
VOLKSWAGEN-KONZERNABSCHLUSS	
Erklärung des Vorstands	82
Gewinn- und Verlustrechnung	84
Bilanz	85
Eigenkapitalentwicklung	86
Kapitalflussrechnung	87
Anhang	88
WESENTLICHE KONZERNGESELLSCHAFTEN	134
BESTÄTIGUNGSVERMERK	137
ORGANE	138
ZEHN-JAHRES-ÜBERSICHT	144
GLOSSAR	146

Der Geschäftsbericht enthält den Jahresabschluss des Volkswagen-Konzerns, den zusammengefassten Lagebericht des Volkswagen-Konzerns und der Volkswagen AG sowie zusätzliche Informationen.