



7 maja 2019

## Marka Volkswagen zwiększa obroty i zysk

- wzrost obrotu w pierwszym kwartale o 7,1 procent do 21,5 miliarda euro w porównaniu z poprzednim rokiem
- wynik operacyjny przed zdarzeniami nadzwyczajnymi rośnie o 4,8 procent do 921 milionów euro
- marka Volkswagen potwierdza prognozę zakładającą na ten rok operacyjną stopę zwrotu na poziomie 4 do 5 procent
- Prezes Zarządu ds. Finansowych, dr Arno Antlitz: „Naszą ofertę wzbogacają nowe SUV-y. Nacisk na efektywność i utrzymanie dyscypliny kosztów przynosi efekty. Jednocześnie marka mocno inwestuje w technologie przyszłości”.

Poznań – Marka Volkswagen Samochody Osobowe w pierwszym kwartale bieżącego roku odnotowała dobre wyniki mimo trudnej sytuacji rynkowej. W ciągu pierwszych trzech miesięcy roku dostawy dla klientów wprawdzie nieco zmalały, główna marka koncernu Volkswagen zwiększyła jednak obroty i wynik operacyjny. Dzięki jeszcze lepszej ofercie obroty marki Volkswagen wzrosły o 7,1 procent do 21,5 miliarda euro. Wynik operacyjny przed zdarzeniami nadzwyczajnymi po trzech miesiącach roku zamknął się kwotą 921 milionów euro, czyli był o 4,8 procent wyższy niż w tym samym czasie w zeszłym roku. Także w tym wypadku powodem były bogatsza oferta oraz dobra sytuacja w zakresie kosztów produkcji i kosztów stałych. Operacyjna stopa zwrotu wyniosła w pierwszym kwartale 4,3 procent i utrzymała się mniej więcej na poziomie z ubiegłego roku. Z tytułu ryzyka prawnego wyniknęły w omawianym okresie wydatki nadzwyczajne związane ze sprawą diesli, których wysokość wyniosła 0,4 miliarda euro.

„Marka Volkswagen weszła w nowy rok w dobrej kondycji. Dane z trzech pierwszych miesięcy pokazują, że nasz konsekwentny nacisk na wzrost efektywności i produktywności w przedsiębiorstwie jest słuszny i przynosi efekty. Musimy nadal podążać obraną drogą zachowując ścisłą dyscyplinę, aby zapewnić Volkswagenowi dalszy stały wzrost rentowności. Jednocześnie mocno inwestujemy w technologie przyszłości, takie jak platforma MEB czy cyfryzacja naszych produktów oraz realizujemy ofensywę w dziedzinie nowych produktów” – powiedział Członek Zarządu ds. Finansowych dr Arno Antlitz.

W pierwszym kwartale marka Volkswagen zwiększyła swój udział w rynku. Mimo to, z powodu niekorzystnej sytuacji rynkowej, dostawy dla klientów

### Kontakt

Volkswagen PR

Hubert Niedzielski

Kierownik ds. PR

Tel: +48 690 406 278

[hubert.niedzielski@volkswagen.pl](mailto:hubert.niedzielski@volkswagen.pl)

Izabela Czarnecka

Specjalista ds. PR

Tel: +48 690 406 354

[izabela.czarnecka@volkswagen.pl](mailto:izabela.czarnecka@volkswagen.pl)



Więcej informacji:

[www.vw-press.pl](http://www.vw-press.pl)



zmniejszyły się o 4,5 procent do 1.456.400 egzemplarzy. W bieżącym roku marka będzie kontynuować ofensywę produktową i wzbogaci swoją ofertę przede wszystkim o modele typu SUV, np. o nowego T-Crossa. We wszystkich segmentach rynku auta tego typu cieszą się w wielu regionach świata niezmiennie wielką popularnością.

Pod względem kosztów stałych marka Volkswagen uzyskała w pierwszym kwartale wynik o około 200 milionów euro lepszy niż w tym samym okresie poprzedniego roku. Było to głównie efektem konsekwentnej realizacji działań zawartych w „Pakcie dla Przyszłości”. „W dalszej części roku niezbędne będą jednak dalsze wysiłki mające na celu zneutralizowanie zagrożeń występujących na wielu rynkach” – stwierdził Antliz.

Ponadto marka Volkswagen pracuje nad zwiększeniem efektywności swoich zakładów na całym świecie. Do 2025 roku zamierza zwiększyć ją o 30 procent. Oprócz dyscypliny inwestycyjnej oraz maksymalnego wykorzystania możliwości produkcyjnych Volkswagen spodziewa się w przyszłości znacznych korzyści wynikających z zastosowania w swoich fabrykach nowych technologii, np. Volkswagen Industrial Cloud.

Operacyjny cash flow netto, przed obciążeniami wynikającymi ze sprawy diesli, wyniósł w pierwszych trzech miesiącach roku 0,6 miliarda euro.

### **Potwierdzenie prognozy w zakresie obrotu i zysku**

Marka Volkswagen nadal zakłada, iż w bieżącym roku rozrachunkowym osiągnie wynik operacyjny oscylujący między 4 a 5 procent. Marka nie spodziewa się w bieżącym roku znacznych skutków finansowych wynikających z drugiego etapu wdrażania cyklu homologacyjnego WLTP.

Prezes Zarządu marki Volkswagen wyznaczył cel zakładający osiągnięcie do 2022 roku zysku wynoszącego co najmniej 6 procent – po to, by przedsiębiorstwo mogło z własnych środków pokrywać wszelkie niezbędne inwestycje w elektromobilność i cyfryzację oraz by mogło uczestniczyć w transformacji przemysłowej.



Marka Volkswagen: dane z pierwszego kwartału 2019 roku.

	1. kwartał 2019 r.	1. kwartał 2018 r.	Zmiana w %
<b>Dostawy dla klientów (włącznie z Chinami)</b>	1.456.400	1.525.300	-4,5
<b>Sprzedaż</b>	910.100	912.200	-0,2
<b>Przychody ze sprzedaży (w mln euro)</b>	21.538	20.115	+7,1
<b>Wynik operacyjny (w mln euro)*</b>	921	879	+4,8
<b>Operacyjna stopa zwrotu*</b>	4,3%	4,4%	

\* – przed zdarzeniami nadzwyczajnymi

---

#### O marce Volkswagen: „Przyszłość bliżej Ciebie”

Marka Volkswagen Samochody Osobowe jest obecna na ponad 150 rynkach na całym świecie, produkując samochody w ponad 50 fabrykach, w 14 krajach. W 2018 roku Volkswagen wyprodukował około 6,24 miliona samochodów, w tym najpopularniejsze modele jak Golf, Tiguan, Jetta czy Passat. Aktualnie Volkswagen zatrudnia 198.000 pracowników na całym świecie. Marka posiada także ponad 7.700 punktów dealerskich, w których pracuje 74.000 osób. Volkswagen konsekwentnie napędza rozwój motoryzacji. Pojazdy elektryczne, inteligentna mobilność oraz cyfrowa przemiana to główne punkty strategii marki na przyszłość.

---