



19 marca 2020

Marka Volkswagen wkracza w elektryczną erę

- wzrost dostaw dla klientów w 2019 roku do 6,3 miliona samochodów mimo kurczącego się rynku
- początek realizacji drugiej fazy strategii TRANSFORM 2025+ ze szczególnym naciskiem na elektromobilność i cyfryzację
- COO Ralf Brandstätter: „2019 rok był dla marki Volkswagen udany. Skutecznie pracowaliśmy nad wszystkim ważnymi zagadnieniami. Nasza strategia działa”.
- prognozę na bieżący rok utrudnia niepewność związana z pandemią koronawirusa

Marka Volkswagen Samochody Osobowe wchodzi wzmocniona w kolejną fazę transformacji. Mimo kurczącego się rynku główna marka koncernu Volkswagen dostarczyła klientom w ubiegłym roku 6,3 miliona samochodów – najwięcej w swojej historii. Volkswagen zwiększył udział na wszystkich ważnych rynkach. Sukces zawdzięcza w dużej mierze ofensywie w dziedzinie nowych modeli, w tym zwłaszcza wzrostowi sprzedaży aut typu SUV, jak T-Cross, T-Roc i Atlas. Bestsellerem marki ponownie okazał się Tiguan, którego sprzedano na świecie ponad 700.000 egzemplarzy. Podobnie jak Golf, Tiguan należy do 10 najchętniej kupowanych modeli na świecie.

Rynkowy sukces jest widoczny w wynikach finansowych, jeszcze lepszych niż rok wcześniej: przychód ze sprzedaży marki Volkswagen Samochody Osobowe wzrósł w porównaniu z poprzednim rokiem o 5 procent do 88,4 miliarda euro. Operacyjna stopa zwrotu wyniosła 4,3 procent (w poprzednim roku: 3,8 procent) i znalazła się w planowanych granicach między 4 a 5 procent.

„2019 rok był dla marki Volkswagen udany. Nasze produkty zdobywają uznanie klientów na całym świecie. Skutecznie pracowaliśmy nad wszystkimi ważnymi zagadnieniami. Nasza strategia działa. Zrealizowaliśmy to, co obiecaliśmy” – powiedział Ralf Brandstätter, Chief Operating Officer Marki Volkswagen. „W 2020 roku stoimy przed wielkimi wyzwaniem, zwłaszcza związanymi z pandemią koronawirusa. Dzięki dobrym wynikom minionego roku możemy jednak odważnie stawić czoła kryzysowi. Volkswagen to mocna firma ze wspaniałą załogą. Nie raz już pokazaliśmy, czego potrafimy wspólnie dokonać” – dodał Brandstätter.

Pierwsza faza strategii „TRANSFORM 2025+” zakończona sukcesem

„Pakt na rzecz przyszłości” wnosi istotny wkład we wzrost konkurencyjności Volkswagena. Do końca 2019 roku, z planowanych 3,0 miliardów, zrealizowano 2,7 miliarda euro oszczędności w zakresie kosztów produkcji, czyli więcej niż planowano.

Marka kontynuowała ofensywę w dziedzinie nowych samochodów klasy SUV. Liczba modeli tego rodzaju wzrosła z czterech w 2016 roku do 14. Udział SUV-ów wynosi dziś w Europie 37 procent, a w USA nawet ponad 50 procent. Dzięki atrakcyjnej ofercie i skutecznemu zarządzaniu kosztami Volkswagen zwiększa też swój udział w rynkach w poszczególnych regionach.

Ralf Brandstätter: „Pierwszą fazę realizacji strategii TRANSFORM 2025+ zakończyliśmy sukcesem. W drugiej fazie sprawimy, że Volkswagen stanie się wiodącą firmą w

Kontakt

Volkswagen PR

Hubert Niedzielski

Kierownik ds. PR

Tel: +48 690 406 278

hubert.niedzielski@volkswagen.pl

Izabela Czarnecka

Specjalista ds. PR

Tel: +48 690 406 354

izabela.czarnecka@volkswagen.pl



Więcej informacji:

www.vw-press.pl



Informacja prasowa

dziedzinie elektrycznej mobilności. Zmieniamy się w przedsiębiorstwo technologii cyfrowych”.

Rok 2020 kluczowy dla ofensywy marki w dziedzinie elektromobilności

Mimo trudnej sytuacji związanej z pandemią koronawirusa, Volkswagen przystępuje do realizacji drugiej fazy strategii „TRANSFORM 2025+”. Dla marki oznacza to początek nowej epoki. Zakrojona na szeroką skalę ofensywa w dziedzinie samochodów elektrycznych stanie się teraz widoczna na ulicach. Volkswagen ID.3, pierwszy skonstruowany na platformie MEB model wyposażony wyłącznie w elektryczny napęd, ma według planów trafić do klientów latem. Po nim pojawi się ID.4 – pierwszy elektryczny SUV marki. Ofertę wzbogacą również konwencjonalne pojazdy ze zelektryfikowanym układem napędowym.

W ten sposób Volkswagen wkracza na drogę do bezemisyjnej mobilności. Od 2022 roku marka będzie oferować we wszystkich ważnych segmentach auta elektryczne skonstruowane na bazie platformy MEB, od 2025 roku ma sprzedawać co najmniej 1,5 miliona takich aut rocznie. Długofalowym celem jest całkowita eliminacja do 2050 roku dwutlenku węgla zarówno emitowanego przez samochody, jak i przez samo przedsiębiorstwo. W bieżącym roku średnia emisja CO₂ samochodów marki Volkswagen powinna zostać zmniejszona o 25 gram na kilometr. Marka jest pewna spełnienia norm obowiązujących w tym zakresie w Unii Europejskiej w 2020 roku.

Volkswagen rozwija kompetencje w dziedzinie oprogramowania

Oprócz elektryfikacji w najbliższych latach marka Volkswagen będzie nadal prowadziła prace w dziedzinie cyfryzacji. Nacisk zostanie położony przede wszystkim na realizację Roadmap Digital Transformation oraz na prace w zakresie Car.Software.

Po zrealizowaniu „paktu dla przyszłości”, kolejnym programem przygotowującym markę do epoki cyfryzacji będzie właśnie Roadmap Digital Transformation. W jej ramach marka nabędzie nowe kompetencje w dziedzinie elektroniki i w każdej dziedzinie będzie działać szybciej, mniejszym nakładem środków i w sposób bardziej konkurencyjny.

Nowy dział Car.Software będzie służył marce do realizacji nałożonej na nią odpowiedzialności w skali koncernu za rozwój oprogramowania samochodowego. W nowym dziale skupią się wszystkie działania w zakresie rozwoju samochodowych systemów operacyjnych i ekosystemów cyfrowych, aż po nowe usługi mobilne. W pierwszym etapie w dziale tym pracuje około 3.000 specjalistów, do 2025 roku ma ich być ponad 10.000.

Perspektywy finansowe na 2020 rok zależne od czasu trwania i przebiegu kryzysu związanego z koronawirusem

Prognozę na bieżący rok utrudnia niepewność związana z pandemią koronawirusa. Z powodu zaostrzającej się i dynamicznej sytuacji w zakresie dostaw i logistyki nie można już na dłuższą metę zapewnić stabilnego zaopatrzenia fabryk. Jednocześnie w Europie spada sprzedaż samochodów. Marka Volkswagen przerwie więc produkcję w europejskich fabrykach początkowo prawdopodobnie na dziesięć dni roboczych.



Alexander Seitz, Członek Zarządu Marki Volkswagen ds. Finansów, stwierdził:
„Pandemia jest wyjątkowym wydarzeniem i z całą pewnością wpłynie na działalność marki Volkswagen. Nie możemy dzisiaj jeszcze przewidzieć jak duże będą jej skutki. Zrobimy wszystko, by chronić naszych pracowników i ustabilizować działalność. Bardzo dokładnie monitorujemy sytuację i – jeśli okaże się to konieczne – zastosujemy środki, które pozwolą zmniejszyć negatywne skutki pandemii. Volkswagen udowodnił już w przeszłości, że potrafi radzić sobie w trudnych sytuacjach”.

Dane finansowe marki Volkswagen Samochody Osobowe w za rok 2019

	2019	2018	zmiana w %
Dostawy (w tysiącach egzemplarzy)	6.278	6.245	+0,5
Przychód ze sprzedaży (w mln euro)	88.405	84.585	+4,5
Zysk operacyjny przed zdarzeniami specjalnymi (w mln euro)	3.785	3.239	+16,9
Operacyjna stopa zwrotu (w %)	4,3	3,8	+0,5
Przepływ gotówki netto przed zdarzeniami specjalnymi (w mln euro)	2.827	-446	

O marce Volkswagen:

Marka Volkswagen Samochody Osobowe jest obecna na ponad 150 rynkach na całym świecie, produkując samochody w ponad 50 fabrykach, w 14 krajach. W 2019 roku Volkswagen wyprodukował około 6,28 miliona samochodów, w tym najpopularniejsze modele jak Golf, Tiguan czy Passat. Aktualnie Volkswagen zatrudnia 195.878 pracowników na całym świecie. Marka posiada także ponad 10.000 punktów dealerskich, w których pracuje 86.000 osób. Volkswagen konsekwentnie napędza rozwój motoryzacji. Pojazdy elektryczne, inteligentna mobilność oraz cyfrowa przemiana to główne punkty strategii marki na przyszłość.
