



2 sierpnia 2022

Dobre wyniki marki Volkswagen w pierwszej połowie 2022 roku

- działania mające na celu zwiększenie efektywności kosztowej przynoszą efekty
- rentowność operacyjna sprzedaży przed uwzględnieniem zdarzeń specjalnych wzrosła do 5,6 procent
- zysk operacyjny ze sprzedaży przed uwzględnieniem pozycji specjalnych wzrósł do 1,9 mld euro
- elektryczna ofensywa trwa: dostawy samochodów elektrycznych zwiększyły się o 25 procent mimo pandemii i problemów z dostępnością podzespołów
- CEO Volkswagena Thomas Schäfer: „Robimy ogromne postępy. W drugim kwartale uzyskaliśmy wyraźne wzrosty. Z ostrożnym optymizmem patrzymy na rozwój sytuacji związanej z dostawami w drugiej połowie roku. Chcemy wykorzystać efekt synergii w grupie marek wolumenowych.”
- Volkswagen podnosi prognozy rentowności operacyjnej sprzedaży przed uwzględnieniem pozycji specjalnych do 4-5 procent w całym 2022 roku

Marka Volkswagen w pierwszej połowie 2022 roku jeszcze bardziej wzmocniła efektywność ekonomiczną Grupy. Skuteczne zarządzanie sprzedażą, poprawa efektywności kosztowej i konsekwentna realizacja strategii ACCELERATE doprowadziły do osiągnięcia dobrego wyniku finansowego. Wynik operacyjny przed uwzględnieniem zdarzeń specjalnych wzrósł do 1,9 mld euro (w pierwszym półroczu 2021 było to 1,2 mld euro). Operacyjna rentowność sprzedaży przed uwzględnieniem zdarzeń specjalnych wzrosła do 5,6 procent (w pierwszym półroczu 2021 było to 3,4 procent). Dobry wynik to zasługa drugiego kwartału. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej osiągnęły w pierwszych sześciu miesiącach 569 mln euro. W wyniku optymalizacji cen i portfolio modeli firma wygenerowała przychody ze sprzedaży w wysokości nieco poniżej 33 mld euro (w pierwszym półroczu 2021 było to 36 mld euro) – i to mimo znacznego spadku dostaw pojazdów w ujęciu rok do roku.

„Robimy ogromne postępy we wdrażaniu naszej strategii związanej z elektromobilnością, cyfryzacją i rozwojem oprogramowania, a w drugim kwartale 2022 roku znacznie przyspieszyliśmy, pomimo utrzymującej się trudnej sytuacji z dostawami. Wciąż staramy się ograniczać koszty i będziemy wykorzystywać w większym stopniu z efektu synergii w grupie marek wolumenowych. Celem jest zwiększenie wydajności o 20 procent dla tych marek w perspektywie średnioterminowej. W drugą połowę roku patrzymy z ostrożnym optymizmem, że sytuacja z zaopatrzeniem ulegnie poprawie” – powiedział CEO marki Volkswagen, Thomas Schäfer.

Grupa marek wolumenowych, w której skład wchodzi Volkswagen Samochody Osobowe, SEAT i CUPRA, SKODA i Volkswagen Samochody Dostawcze są reprezentowane w zarządzie Grupy Volkswagen przez Thomasa Schäfera. Marki w przyszłości będą współpracować ze sobą ściślej, a kooperacja będzie bardziej efektywna, co – dzięki efektowi synergii – przyniesie oszczędności i da przewagę konkurencyjną.

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

Nacisk na efektywność kosztową pozostaje niezmienny

Wśród czynników, które przyczyniły się do osiągnięcia korzystnego wyniku finansowego, są m.in. konsekwentne dążenie do optymalizacji kosztów stałych i kosztów dystrybucji, utrzymujący się pozytywny trend w regionach – zwłaszcza w Ameryce Północnej i Południowej – a także koncentracja inwestycji na cyfryzacji i elektromobilności. „Nasze działania, mające na celu obniżenie kosztów i zwiększenie zysku przynoszą efekty, pomimo utrzymującej się niepewnej sytuacji geopolitycznej, gwałtownych wzrostów cen towarów i energii, zakłóceń w łańcuchach dostaw i zaopatrzenia, jak również wpływu pandemii w Chinach” – powiedział dyrektor finansowy Volkswagena, Alexander Seitz. „Tendencja wzrostowa utrzymała się w drugim kwartale” – dodał Seitz.

Volkswagen zwiększył dostawy samochodów elektrycznych o 25 procent

Z powodu wojny w Ukrainie, problemy z dostępnością półprzewodników i pandemii Covid-19 w Chinach dostawy samochodów na świecie spadły do 2,08 mln sztuk (-23,2 procent). Jednak liczba dostarczonych w tym samym czasie aut elektrycznych wzrosła – 116 000 samochodów to 25 procent więcej niż w tym samym okresie 2021 roku. Największym powodzeniem wśród klientów cieszy się model ID.4 (dostarczono 63 000 aut). Co drugi sprzedany w Chinach pojazd elektryczny to właśnie ID.4. W tym kraju dostawy Volkswagenów z napędem elektrycznym zostały podwojone, a w czerwcu osiągnięto rekordowy wynik – 17 600 samochodów z rodziny ID. trafiło do klientów w Państwie Środka.

Popyt, zarówno na samochody elektryczne, jak i te z konwencjonalnym napędem, pozostaje wysoki. W portfelu zamówień w Europie jest 728 000 aut, w tym 139 000 samochodów elektrycznych. Grupa stara się skrócić czas potrzebny na dostawę i jak najszybciej zredukować liczbę niezrealizowanych zamówień.

Podniesione prognozy na 2022 – mimo rosnących cen materiałów i energii

„Spodziewamy się, że wpływ cen towarów i energii będzie w drugiej połowie 2022 roku znacznie wyższy niż w pierwszej połowie roku. Podejmujemy działania, aby przeciwdziałać temu trendowi. Jesteśmy przekonani, że w dużej mierze będziemy w stanie zrównoważyć te wzrosty cen i kontynuować wzrostowy trend. Dlatego podnosimy nasze prognozy, jednak pod warunkiem, że sytuacja w zakresie zaopatrzenia będzie rozwijać się zgodnie z oczekiwaniami. W całym roku 2022 chcemy osiągnąć rentowność operacyjną na sprzedaży przed uwzględnieniem zdarzeń specjalnych na poziomie 4 do 5 procent” – mówi Alexander Seitz. Wcześniej prognoza na 2022 rok wynosiła do 4 proc.

Dane finansowe marki Volkswagen Samochody Osobowe

	I połowa 2021	I połowa 2022	zmiana %
Przychody ze sprzedaży (mld euro)	35,8	33,2	-7,3
Wynik operacyjny (mln euro, bez zdarzeń specjalnych)	1202	1860	+54,7
Operacyjny zwrot ze sprzedaży (bez zdarzeń specjalnych)	3,4%	5,6%	+64,7
Przepływ gotówki netto (mln euro, bez zdarzeń specjalnych)	622	569	-8,5



O marce Volkswagen:

Marka Volkswagen Samochody Osobowe jest obecna na przeszło 150 rynkach na całym świecie, produkując samochody w ponad 50 fabrykach. Volkswagen konsekwentnie napędza zmiany w świecie motoryzacji, stawiając na rozwój gamy aut elektrycznych z rewolucyjnej rodziny ID. W ramach strategii „Way To Zero”, marka zmierza do osiągnięcia pełnej neutralności węglowej w 2050 roku.
