

Presse | News | Prensa | Tisk | Imprensa | Prasa | Stampa | Pers | 新闻 | Пресса

Koncern Volkswagen uznaje cyfryzację za najważniejsze zagadnienie

- Design i cyfryzacja zespolone w całość: trzy nowe „Volkswagen Group Future Center” w Europie, Azji i w Kalifornii
- Prezes Zarządu Matthias Müller: „Przestawiamy stylistykę naszych samochodów na erę komputeryzacji”
- Szef ds. Cyfryzacji Johann Jungwirth: „Koncern Volkswagen do 2025 roku stanie się wiodącym dostawcą środków transportu”
- Sprawa emisji spalin: akcja przywoławcza w Europie rozpoczęta zgodnie z planem

Genewa/Poznań, 3 marca 2016 r. – Podczas Salonu Samochodowego w Genewie koncern Volkswagen zaprezentował swoje plany dotyczące motoryzacji przyszłości. Prezes Zarządu Matthias Müller w wieczór poprzedzający otwarcie salonu zapowiedział powstanie trzech nowych „Volkswagen Group Future Center” - w Europie, Azji i w Kalifornii. Styliści oraz specjaliści z dziedziny komputeryzacji będą w nich pracować wspólnie nad samochodami przyszłości. Müller: „Przestawiamy stylistykę naszych aut na cyfrową erę”. Rozpoczęła się ponadto ofensywa w dziedzinie jazdy autonomicznej. Celem jest wdrożenie tej kluczowej technologii do seryjnej produkcji szybciej niż uczynią to konkurenci.

Obydwie strategiczne decyzje świadczą o przekonaniu koncernu, że cyfryzacja otwiera nowe pola do działalności biznesowej i pozwoli zwiększyć obroty. Müller: „Dla koncernu Volkswagen transformacja cyfrowa staje z tego powodu na czele listy najważniejszych zadań do realizacji”. Kluczem do sukcesu jest takie połączenie świata samochodów i komputerów „aby korzyści z tego odnieśli klienci, społeczeństwo oraz gospodarka”. Jednak w przyszłości nie wystarczy samo produkowanie najlepszych samochodów. Koncern Volkswagen rozpoznał znaki czasu. Müller: „Chcemy przełomu, sami go przyspieszamy”.

Przełomowe podczas uroczystego wieczoru koncernu Volkswagen było wystąpienie Johanna Jungwirtha, który od listopada 2015 roku kieruje działem cyfryzacji. Jungwirth jasno wskazał do jakiego celu zmierzają zmiany w przedsiębiorstwie: „Jestem przekonany, że do 2025 roku awansujemy do rangi wiodącego producenta środków transportu”. W tym celu koncern Volkswagen stanie się także „w pewnym stopniu producentem software’u oraz dostawcą usług”. Z punktu widzenia przyszłości zaletą Volkswagena jest to, że „doskonale opanowaliśmy hardware, czyli produkcję samochodów”.

Koncern Volkswagen mocniej połączy obszary cyfryzacji i stylistyki – to krok wyznaczający nowe standardy w przemyśle samochodowym. Trzy nowe instytucje „Volkswagen Group

Strona 2

Future Center” będą się mieścić w Poczdamie, w Kalifornii oraz w Chinach. Ręka w rękę nad przyszłymi autami będą w nich pracować styliści oraz specjaliści z dziedziny cyfryzacji. Chodzi o to, żeby pod względem wrażeń dostarczanych klientom, designu urządzeń elektronicznych, koncepcji obsługi, nowych rozwiązań w dziedzinie projektowania przestrzeni oraz w zakresie urządzeń służących informacji i rozrywce samochody Volkswagena były najlepsze w klasie. Kierownictwo działu stylizacyjnego w koncernie przejął od stycznia Michael Mauer. Zmiany będą przebiegały w ścisłej współpracy z działem odpowiedzialnym za cyfryzację. Studio w Poczdamie podjęło już pracę w ramach tej nowej koncepcji, wkrótce zapadnie także decyzja o tym, w których konkretnie miejscach w Kalifornii i w Azji powstaną dwa kolejne nowe centra.

Kształtowanie przyszłości może się jednak udać tylko wtedy, podkreślił Prezes koncernu Müller, „jeśli jednocześnie wyciągniemy wnioski z błędów przeszłości”. Dla koncernu Volkswagen bieżący rok jest decydujący: „rok 2016 jest rokiem, w którym chcemy rozwiązać problem diesli zgodnie z oczekiwaniami naszych klientów i przygotować koncern na wyzwania jakie niesie przyszłość”. W ten sposób zostanie położony solidny fundament, stwierdził w Genewie Müller: „Wypełnimy to podwójne zadanie – z niezbędnym respektem, ale też w pełnym przekonaniu, że koncern i należące do niego marki mogą wyjść i wyjdą z tego trudnego okresu wzmocnione”.

Działania związane z rozwiązywaniem kwestii spalin w silnikach przebiegają pomyślnie, akcja przywoławcza w Europie rozpoczęła się zgodnie z planem: „Najważniejsi są w niej nasi klienci. Sprawimy, by ich odwiedziny w naszych serwisach były jak najbardziej efektywne”. Müller podkreślił ponadto, że w niedługim czasie koncern przedstawi merytoryczny raport na temat stanu dochodzenia w tej sprawie: „Wyciągniemy konsekwencje na podstawie tych ustaleń”.

Koncern prowadzi też dynamiczne prace w dziedzinie samochodów elektrycznych. W tej chwili koncern Volkswagen oferuje dziewięć aut elektrycznych oraz hybryd typu plug-in. Do 2020 roku dołączy do nich 20 kolejnych. „Do końca tego dziesięciolecia możliwe jest uzyskanie przez pojazdy w trybie wyłącznie elektrycznym zasięgu przekraczającego 500 km. Czas ładowania nie będzie przy tym dłuższy niż przerwa na kawę. A w dłuższej perspektywie samochody elektryczne staną się tańsze, niż te z silnikami spalinowymi”, stwierdził Müller. Aby tak się stało potrzeby jest wspólny wysiłek przedstawicieli świata gospodarki i polityki, głównie w budowie gęstej sieci stacji ładowania, by auta elektryczne szybciej zyskały popularność na rynku.

W drodze do tego celu przez jakiś czas współistnieć będą samochody z nowymi układami napędowymi oraz te z tradycyjnymi silnikami spalinowymi, stwierdził w Genewie szef koncernu. Müller: „Nasi inżynierowie opracowali fascynujące technologie – od silników 3-cylindrowych po takie z 16 cylindrami, od napędu na gaz ziemny po wydajne diesle. Także w tym wypadku wychodzimy z założenia: możemy być i będziemy jeszcze lepsi”.

VOLKSWAGEN

AKTIENGESELLSCHAFT

Strona 3

Volkswagen Group Polska

Volkswagen PR Manager

Tomasz Tonder

tel.+48 61 627 34 01

e-mail: tomasz.tonder@volkswagen.pl

www.vw.press-bank.pl