



31 lipca 2017

Pozytywny rozwój działalności Volkswagena

- wzrost obrotów oraz poprawa wyniku głównej marki koncernu w pierwszym półroczu
- nieco niższe koszty mimo trwającej ofensywy nowych modeli
- konsekwentne wdrażanie strategii TRANSFORM 2025+
- największa ofensywa nowych modeli w historii marki – odnowienie gamy aut do 2020 roku
- prace nad przygotowaniem innowacyjnych modeli elektrycznych toczą się na najwyższych obrotach
- szef marki Herbert Diess: „Przebudowa marki postępuje w dobrym tempie”

Poznań – W drugim kwartale marka Volkswagen kontynuowała pozytywny trend z początku roku i w pierwszym półroczu 2017 roku odnotowała wzrost obrotów oraz wyniku finansowego. Do końca czerwca przychody (od początku tego roku oddzielone przychody marki i koncernu) wzrosły w porównaniu z tym samym okresem poprzedniego roku o 8 procent do 39,9 miliardów euro. Wynik operacyjny liczony na tej samej podstawie uległ podwojeniu i w pierwszym półroczu wyniósł 1,8 (w zeszłym roku: 0,9) miliarda euro. Opierając się na pozytywnych wynikach w ciągu pierwszych sześciu miesięcy Volkswagen potwierdził prognozowaną stopę zwrotu z inwestycji dotyczącą całego roku. Zarząd marki spodziewa się, że operacyjna zyskowność osiągnie poziom w górnym zakresie przedziału między 2,5 a 3,5 procent.

„Marka Volkswagen znajduje się na właściwej drodze. Nasze samochody cieszą się dużą popularnością na całym świecie, a pozytywne efekty strategicznej zmiany jaką przeprowadzamy widać w działalności operacyjnej” – oświadczył Prezes Zarządu marki, Herbert Diess. „Początek nowego etapu, w jaki wkroczyło nasze przedsiębiorstwo okazał się udany. Nasz cel to przygotować Volkswagena na nowe wyzwania tak, aby także w przyszłości odgrywał wiodącą rolę w motoryzacji” – stwierdził Diess.

W pierwszym półroczu 2017 roku Volkswagen, mimo utrzymujących się trudnych warunków, dobrze sobie radził. W ostatnim okresie wzrosła sprzedaż aut marki: w maju o 3,5, a w czerwcu – o 4,0 procent. Łącznie w pierwszym półroczu Volkswagen dostarczył klientom na całym świecie 2,9 miliona samochodów, co oznacza wzrost o 0,3 procent w porównaniu z tym samym okresem ubiegłego roku. Ponadproporcjonalnie duży wzrost odnotowano m.in. w USA (plus 8,2 procent), gdzie marka zwiększyła swój udział w rynku, a także w Ameryce Południowej (plus 12,2 procent) i w Rosji (plus 17,9 procent). Na najważniejszym chińskim rynku uzyskano wzrost sprzedaży w wysokości 0,2 procent.

Kontakt

Volkswagen PR

Tomasz Tonder
PR Manager

Tel: +48 690 406 401

tomasz.tonder@volkswagen.pl

Patryk Tryzubiak

Koordynator ds. PR & Corporate
Affairs

Tel: +48 690 406 416

patryk.tryzubiak@volkswagen.pl

Izabela Czarnecka

Specjalista ds. PR

Tel: +48 690 406 354

izabela.czarnecka@volkswagen.pl



Więcej informacji:

www.vw.press-bank.pl



„W niektórych ważnych regionach ponownie obserwujemy znaczący wzrost sprzedaży, między innymi dzięki szerokiej ofensywie nowych modeli, które znajdują uznanie klientów. Nowe auta, jak Polo, Arteon i Tiguan Allspace pozwalają nam pozytywnie patrzeć na drugie półrocze” – powiedział Jürgen Stackmann, Członek Zarządu Marki ds. Sprzedaży.

Znacznie lepsze dane finansowe, potwierdzenie prognozy

Widoczne sukcesy rynkowe przyczyniły się także do wzrostu obrotów w pierwszym półroczu. Pozytywny wpływ na wynik operacyjny miały wielkość sprzedaży, różnorodność palety modeli oraz osiągnięte marże. Wzrost wyniku był możliwy także dzięki lepszej sytuacji po stronie kosztów. W pierwszym półroczu koszty produkcji zostały zoptymalizowane, a koszty stałe, mimo trwającej ofensywy nowych modeli, udało się utrzymać na ubiegłorocznym poziomie. Coraz bardziej widoczne efekty przynosi również pakt na rzecz przyszłości zawarty ubiegłej jesieni. Poza tym poprawiła się sytuacja marki w wielu regionach.

„Dzięki ścisłej dyscyplinie w zakresie kosztów oraz za sprawą stałego wzrostu produktywności stawiamy zgodnie z planem kolejne kroki na drodze ku takiej strukturze kosztów, która zapewni nam konkurencyjność. Tworzymy przesłanki, by w średniej i dalszej perspektywie Volkswagen osiągał stopy wzrostu potrzebne do stworzenia silnej pozycji w świecie motoryzacji jako powstanie w przyszłości” – stwierdził Dyrektor Finansowy, Arno Antliz.

W dalszej części roku Zarząd Marki spodziewa się kontynuacji pozytywnego trendu, jaki miał miejsce w pierwszym półroczu. W całym 2017 roku obroty powinny wzrosnąć o 10 procent w stosunku do roku poprzedniego. Operacyjna zyskowność osiągnie wartość w górnym przedziale między 2,5 a 3,5 procent. Volkswagen potwierdza swoje średnio- i długookresowe cele dotyczące zyskowności na 4 procent do 2020 roku i 6 procent do 2025 roku. „W najbliższych latach będziemy krok po kroku poprawiać finansową konkurencyjność marki Volkswagen. Przyczyni się do tego zarówno pakt na rzecz przyszłości, jak i konsekwentne wdrażanie naszej strategii TRANSFORM 2025+” – stwierdził Antliz.



Kontynuacja ofensywy nowych modeli

Strategiczny nacisk w drugiej połowie roku Volkswagen, oprócz dalszego wzrostu konkurencyjności i kontynuacji wprowadzania zmian w niektórych regionach, położy na dalsze wdrażanie największej ofensywy modelowej w historii marki. Tu nadal najważniejszy będzie najmocniej rosnący i dający największe zyski segment aut typu SUV, w którym Volkswagen znacznie rozszerzy gamę swoich aut. Z niegdyś dwóch modeli oferowanych w tej klasie do 2020 roku oferta zwiększy się do 19. W sumie paleta modeli zostanie do 2020 roku odnowiona i rozbudowana w najważniejszych segmentach rynku. Od 2020 roku marka rozpocznie wprowadzanie innowacyjnych samochodów elektrycznych.

„Dzięki nowym, atrakcyjnym samochodom chcemy zdobywać udziały w rynku, a jednocześnie nadal rozwijać naszą konkurencyjność. Pozytywny trend, który czujemy wszędzie w naszym przedsiębiorstwie, ale także na zewnątrz na rynku wykorzystamy teraz do tego, by przyspieszyć zarówno przebudowę marki, jak również w dziedzinie działalności operacyjnej. Marka Volkswagen znowu przechodzi do ofensywy” – podsumował Prezes Zarządu Marki, Herbert Diess.

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 2016 roku Volkswagen wyprodukował 5,99 miliona samochodów, w tym najpopularniejsze modele jak Golf, Tiguan, Passat czy Jetta. Aktualnie Volkswagen zatrudnia 218.000 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.
