



15 marca 2018

Udany rok rozrachunkowy 2017: marka Volkswagen kontynuuje ofensywę w dziedzinie nowych modeli i innowacyjnych rozwiązań

- produkcja, obroty i zysk wzrosły w 2017 roku
- operacyjna stopa zwrotu z inwestycji podwyższona do 4,1 procent
- trwa strategiczna przebudowa, przygotowania do ofensywy w dziedzinie samochodów elektrycznych przebiegają planowo
- Prezes Zarządu Marki Volkswagen – Herbert Diess: „Kierunek jest prawidłowy. Wzmacniamy podstawy, dzięki którym do 2025 roku Volkswagen osiągnie pozycję lidera w dziedzinie elektromobilności”.

Poznań – Marka Volkswagen może zaliczyć 2017 rok do udanych: sprzedano 6,23 miliona samochodów, obroty zwiększono do 80 miliardów euro. Wynik operacyjny przed zdarzeniami nadzwyczajnymi wzrósł po raz pierwszy od pięciu lat osiągając poziom 3,3 miliarda euro – najwyższy od 2012 roku. Zysk (przed zdarzeniami nadzwyczajnymi) zwiększył się z 1,8 procenta w poprzednim roku do 4,1 procenta w 2017. Marka Volkswagen z nadadkiem zrealizowała więc cele wyznaczone na 2017 rok.

„Rok 2017 pokazał siłę Volkswagena i jego pracowników. Udało nam się odwrócić trend i we wszystkich obszarach staliśmy się znacznie bardziej konkurencyjni. Realizacja strategii TRANSFORM 2025+ trwa i przynosi odczuwalne efekty. Od paktu na rzecz przyszłości, poprzez ofensywę w dziedzinie SUV-ów aż do strategii regionalnych, wszystkie inicjatywy przyczyniają się do rozwoju Volkswagena. Wykorzystamy to, by w 2018 roku jeszcze przyspieszyć” – powiedział dr Herbert Diess, Prezes Zarządu Marki Volkswagen.

Poprawa wszystkich istotnych danych finansowych

W ubiegłym roku przekazano klientom łącznie 6,23 miliona samochodów – oznacza to wzrost o 4,2 procenta w porównaniu z poprzednim rokiem. Aż trzy modele Volkswagena – Golf, Tiguan i Polo – znajdują się w grupie dziesięciu najchętniej kupowanych modeli na świecie. Największy wzrost Volkswagen odnotował w wypadku SUV-ów: w 2017 roku sprzedano o 200.000 więcej egzemplarzy Tiguan niż rok wcześniej, w sumie było ich

Kontakt

Volkswagen PR

Tomasz Tonder

PR Manager

Tel: +48 690 406 401

tomasz.tonder@volkswagen.pl

Patryk Tryzubiak

Koordinator 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



720.000. Oferowany w USA model Atlas i jego odpowiednik sprzedawany w Chinach – Teramont, zaledwie kilka miesięcy po wprowadzeniu na rynek cieszą się większą popularnością niż zakładano. Chętnie kupowany jest również T-Roc dostępny od jesieni 2017 roku. Dzisiaj co siódmy Volkswagen trafiający do klientów jest SUV-em. Do 2020 roku udział tego rodzaju modeli w sprzedaży powinien wzrosnąć do 40 procent.

Duży popyt na samochody Volkswagena spowodował znaczny wzrost obrotów. Zwiększyły się one o 8 procent w porównaniu z poprzednim rokiem (z uwzględnieniem poprawki na zmiany strukturalne) i wyniosły 80 miliardów euro.

Wzrosła również rentowność marki: wynik operacyjny (EBIT) przed zdarzeniami nadzwyczajnymi wzrósł o około 77 procent do 3,3 miliarda euro; marża EBIT także znacznie wzrosła – do poziomu 4,1 procenta. Celem marki było początkowo osiągnięcie w 2017 roku stopy zwrotu na poziomie od 2,5 do 3,5 procenta, w ciągu roku zwiększono prognozę do wartości nieco większej niż pierwotnie zakładano. Zdarzenia nadzwyczajne związane ze sprawą diesli obciążyły wynik operacyjny 2017 roku kwotą 2,8 miliarda euro (w 2016 roku: 5,2 miliarda eura).

Ofensywa w dziedzinie SUV-ów i pakiet na rzecz przyszłości to najważniejsze czynniki wzrostu zyskowności

Główną przyczyną dobrych wyników finansowych było zwiększenie produkcji oraz bogatsza oferta modeli. Poza tym zmniejszono koszty produkcji, pod tym względem korzyści przyniosło wykorzystanie modułowej platformy konstrukcyjnej (MQB). W 2017 roku 40 procent wszystkich samochodów dostarczonych klientom skonstruowano właśnie w oparciu o MQB, było ich dwa razy więcej niż w 2015 roku. W najbliższych latach ten pozytywny efekt jeszcze wzrośnie. Mimo trwającej ofensywy w dziedzinie nowych modeli koszty stałe zwiększyły się tylko nieznacznie.

Pakt na rzecz przyszłości w znacznym stopniu przyczynił się do wzrostu konkurencyjności. Wdrożone środki do 2020 roku powinny przynieść roczny zysk w wysokości 3,7 miliarda euro, z tego 3 miliardy w Niemczech. W zeszłym roku podpisano wszystkie niezbędne 9.200 umów o pracę w ograniczonym wymiarze dla osób starszych, umowy te do 2020 roku będą stopniowo wchodziły w życie. Wzrosła także produktywność niemieckich fabryk, szczególnie mocno pod tym względem poprawiły się zakłady w Wolfsburgu (Tiguan i Touran), Emden, Salzgitter i w Kassel.



Regiony: zmiany przynoszą efekty

Ważnym czynnikiem sukcesu w zeszłym roku obrachunkowym były również regiony sprzedaży. We wszystkich największych regionach świata Volkswagen zwiększył swoje udziały w rynku oraz wzmocnił pozycję, głównie dzięki modelom przeznaczonym specjalnie na konkretne rynki. W USA Volkswagen po raz pierwszy od 2013 roku zwiększył sprzedaż (+5,2 procenta), w sytuacji gdy cały tamtejszy rynek się zmniejszał. W Rosji (+20,4 procenta) i w Brazylii (+19,7 procenta) wzrost był dwucyfrowy. W Chinach Volkswagen zwiększył sprzedaż o 5,9 procenta i jako pierwsza marka na świecie dostarczył na pojedynczy rynek ponad 3 miliony aut.

Herbert Diess stwierdził – „Kierunek jest prawidłowy. Dzięki lepszym wynikom marka Volkswagen znacznie przyczynia się do sukcesu całego koncernu. Jesteśmy jednak dopiero na początku drogi. Poprzez dalsze postępy w zasadniczych obszarach działalności wmacniamy podstawy, dzięki którym do 2025 roku Volkswagen osiągnie pozycję lidera w dziedzinie elektromobilności”.

Ofensywa w dziedzinie pojazdów elektrycznych:

„E-mobilność” nowym działem w Zarządzie

W 2018 roku Volkswagen nadal będzie wmacniał przygotowania do ofensywy w dziedzinie pojazdów elektrycznych. Powołując do życia nowy dział w Zarządzie – „E-mobilność” – marka wprowadza tę tematykę, jako kluczową dla przyszłego rozwoju, na poziom najwyższego gremium w koncernie. Działem „E-mobilność” kieruje Thomas Ulbrich.

Od 2020 roku marka Volkswagen zamierza wprowadzić zupełnie nową generację samochodów z napędem wyłącznie elektrycznym, skonstruowanych w oparciu o modułową platformę (MEB) przeznaczoną specjalnie do tego rodzaju samochodów. Przygotowania przebiegają zgodnie z planem. Nakładem miliarda euro marka zamierza rozbudować fabrykę w Zwickau tak, by stała się europejskim centrum kompetencyjnym w dziedzinie pojazdów elektrycznych i zamierza produkować tam wszystkie modele skonstruowane w oparciu o MEB z przeznaczeniem na rynek europejski. W przyszłości w Zwickau ma powstawać dziennie do 1.500 pojazdów opartych na platformie MEB. Inne ważne zakłady produkujące auta elektryczne powstaną w Chinach i w Ameryce Północnej. Samochody elektryczne nowej generacji będzie można wprowadzić na rynek w trzech dużych regionach niemal jednocześnie.

Pierwszym modelem z rodziny I.D. wprowadzonym na rynek będzie w 2020 roku Volkswagen I.D. W krótkich odstępach czasu pojawią się potem m.in.



elektryczny SUV – I.D. CROZZ oraz I.D. BUZZ, czyli Bulli przyszłości. Prezentując zaledwie kilka dni temu model I.D. VIZZION Volkswagen przedstawił przyszły topowy model rodziny I.D. Ten studyjny pojazd pokazuje jak wielki potencjał ma platforma MEB. Wokół tych pojazdów Volkswagen tworzy całe otoczenie – od stacji zasilania w energię elektryczną, poprzez wytwarzanie „zielonego” prądu, aż po cyfrowe usługi. Dzięki temu przesiadka do samochodów elektrycznych będzie tak łatwa i atrakcyjna, jak tylko to możliwe.

„Duży popyt na e-Golfa wskazuje, że samochody elektryczne będą w coraz większym stopniu zyskiwać popularność. Jeśli technologie będą dopracowane, a ceny przystępne, klienci chętnie przesiadą się do takich aut. Dzięki rodzinie modeli I.D. znajdziemy się na szczycie fali elektromobilności” – stwierdził Herbert Diess.

Prognozy na 2018 rok: sprzedaż, obroty i zysk mają nadal rosnąć

Volkswagen dobrze rozpoczął rok rozrachunkowy 2018. W styczniu i lutym marka dostarczyła klientom na całym świecie ponad 940.000 samochodów, zwiększając zeszłoroczny wynik o 6,5 procenta. Pozytywny trend zaznaczył się głównie na niemieckim rynku, na którym sprzedano o 13,3 procenta więcej samochodów.

Marka Volkswagen zamierza kontynuować ten trend w dalszej części roku zwiększając sprzedaż, obroty i zysk. Ofensywa w dziedzinie SUV-ów przyniesie kolejne nowości m.in. w postaci nowego Touarega. Pod koniec 2018 roku za sprawą modelu T-Cross Volkswagen zadebiutuje w zupełnie nowym segmencie rynku. Oprócz tego w bieżącym roku planuje się wprowadzenie w Chinach czterech nowych SUV-ów przeznaczonych specjalnie na tamtejszy rynek.

W bieżącym roku rozrachunkowym marka nadal zamierza zwiększać rentowność. Dzięki działaniom opisanym w pakcie na rzecz przyszłości produktywność niemieckich fabryk ma zostać zwiększona o 7,5 procenta. Volkswagen liczy też na pozytywny rozwój sytuacji w regionach, zwłaszcza w Ameryce Północnej, Brazylii i Rosji.

Jednak w bieżącym roku i w przyszłych latach wzrostowi konkurencyjności będą towarzyszyć odczuwalnie większe obciążenia – m.in. związane z koniecznością przestawienia się na nową normę WLTP, według której mierzy się zużycie paliwa, pojawią się też obciążenia wynikające z realizacji celów dotyczących emisji CO₂ przez całą flotę aut Volkswagena oraz będące efektem ofensywy w dziedzinie pojazdów elektrycznych. Mimo tych obciążeń marka Volkswagen stawia sobie za cel utrzymanie poziomu



zysku lub nawet jego zwiększenie. Na rok rozrachunkowy 2018 przewidziano operacyjną stopę zwrotu z inwestycji o wartości od 4,0 do 5,0 procent. Przychody ze sprzedaży powinny wzrosnąć do 10 procent. Mimo opisanych obciążeń potwierdzono podwyższony niedawno cel, jakim jest uzyskanie w 2020 roku zysku na poziomie od 4,0 do 5,0 procent.

„Realizując strategię TRANSFORM 2025+ rozpoczęliśmy przebudowę Volkswagena tak, by sprostał przyszłym wyzwaniom. Po udanym starcie, teraz jeszcze zwiększymy tempo. Nasz strategia w dziedzinie aut elektrycznych jest realizowana zgodnie z planem. Jeśli utrzymamy dotychczasowe wysiłki, jestem pewien, że także rok 2018 okaże się dobry dla Volkswagena i że uda nam się długofalowa transformacja marki” – podsumował 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 2017 roku Volkswagen wyprodukował ponad sześć milionów 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.
