

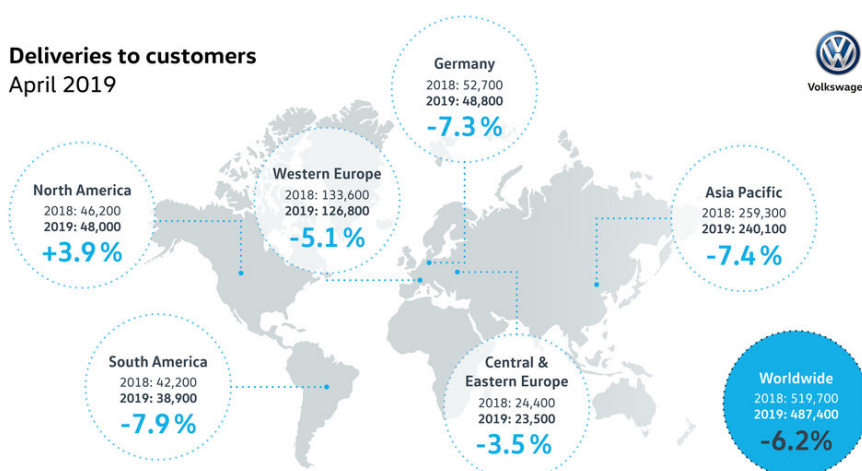


16 maja 2019

Wzrost dostaw Volkswagena w Ameryce Północnej, Brazylii i Rosji oraz udziału w rynku w Chinach

- Członek Zarządu ds. Sprzedaży, Jürgen Stackmann: „Oferujemy bardzo atrakcyjne modele na wszystkich rynkach. Także na tych, na których sytuacja jest trudna”.
- w kwietniu dostawy na świecie wyniosły 487.400 samochodów
- wzrost dostaw w Ameryce Północnej, Brazylii i Rosji
- w Chinach Volkswagen zwiększa udział w rynku, który w dalszym ciągu się kurczy

Poznań – W kwietniu Volkswagen dostarczył 487.400 samochodów na całym świecie, czyli o 6,2 procent mniej niż w kwietniu 2018 roku. W ubiegłym miesiącu odnotowano satysfakcjonujące zmiany w USA (+8,7 procent), Kanadzie (+11,1 procent), Rosji (+7,3 procent) i Brazylii (+7,7 procent). Dostawy Volkswagena w Chinach spadły o 6,5 procent, ale marka zwiększyła udział w nadal kurczącym się rynku. Członek Zarządu Volkswagena Jürgen Stackmann: „Oferujemy bardzo atrakcyjne modele na wszystkich rynkach. Także na tych, na których sytuacja jest trudna i gdzie liczba dostarczanych aut jest mniejsza. Nasza ofensywa w segmencie SUV-ów przynosi owoce w Ameryce Północnej i ma pozytywny wpływ na wynik marki. Chiny wciąż są dużym wyzwaniem nie tylko dla nas, ale dla wszystkich producentów”.



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



W **Europie** Volkswagen dostarczył 150.300 samochodów – o 4,8 procent mniej niż w analogicznym miesiącu ubiegłego roku. Było to częściowo związane z ograniczeniem dostępności modeli z silnikami benzynowymi, na które popyt obecnie jest wysoki. W **Europie Zachodniej** nastąpił spadek dostaw o 5,1 procent do 126.800 aut. Na największych rynkach – w **Wielkiej Brytanii** i we **Włoszech** – przekazano klientom więcej pojazdów niż w kwietniu 2018 r. Volkswagen nieznacznie zwiększył tam udział w rynku.

Na rynku **niemieckim** w kwietniu dostarczono klientom 48.800 samochodów – o 7,3% mniej niż w kwietniu 2018 r., kiedy wyjątkowo duże dostawy wynikały z dopłaty środowiskowej. W kwietniu 2019 roku szczególnie popularne były SUV-y – dostarczono ich o ponad 18 procent więcej niż przed rokiem. Wyjątkowo wysoki był popyt na T-Roca, Tiguan i Touarega.

W poprzednim miesiącu dostawy Touarega wzrosły również w **Rosji**. Do wzrostu dostaw przyczyniły się także Polo i Tiguan, które po raz pierwszy były dostępne jako modele specjalne „Connect”. W kwietniu dostawy w Rosji wyniosły łącznie 9.600 samochodów, co oznacza wzrost o 7,3 procent. Wzrost dostaw w Rosji był jednak niewystarczający, aby zrekomensować spadek dostaw na innych rynkach w regionie **Europy Środkowej i Wschodniej**. W sumie przekazano tam klientom 23.500 pojazdów, czyli o 3,5 procent mniej w porównaniu z dostawami w kwietniu 2018 r.

Dostawy w **Ameryce Północnej** były w kwietniu wyższe niż przed rokiem. W całym regionie Volkswagen dostarczył 48.000 aut, co oznacza wzrost o 3,9 procent w porównaniu z analogicznym miesiącem ubiegłego roku. Motorem wzrostu był największy pojedynczy rynek – **USA**. Przekazano tam klientom 31.300 samochodów (+8,7 procent). Popularne SUV-y – Tiguan i Atlas – stanowiły ponad połowę dostaw. Również w **Kanadzie** Volkswagen odnotował wzrost dostaw – o 11,1 procent. Sytuacja pozostaje trudna w **Meksyku** – dostawy zmalały tam o 11,7 procent w porównaniu z dostawami w kwietniu ubiegłego roku.

W **Ameryce Południowej** wzrost dostaw na największym pojedynczym rynku – w **Brazylii** – nie był w stanie zrekomensować złej sytuacji w całym regionie. W Brazylii dostawy wzrosły o 7,7 procent do 31.000 samochodów. Wzrost ten skompensował spadek o 54,5 procent w Argentynie w porównaniu z wynikiem w kwietniu 2018 r. Przyczyną spadku jest trudna ogólna sytuacja gospodarcza w tym kraju. W regionie Ameryki Południowej marka dostarczyła w sumie 38.900 samochodów – o 7,9



procent mniej niż w kwietniu 2018 roku.

W regionie **Azji i Pacyfiku** Volkswagen dostarczył 240.100 samochodów – o 7,4% mniej niż w kwietniu 2018 r. Na spadek dostaw największy wpływ miały **Chiny**, gdzie klienci nadal niechętnie kupują nowe samochody, pomimo obniżenia stawki podatku VAT. Doprowadziło to do skurczenia się rynku, co negatywnie odbiło się również na dostawach Volkswagena, które wyniosły 231.400 samochodów (-6,5 procent). Spadek dostaw Volkswagena był jednak niższy niż całego rynku, dzięki czemu marka zwiększyła udział w rynku. Ofensywa SUV-ów nabiera tempa. Zwłaszcza dzięki modelom T-Roc i Tharu, udział SUV-ów w dostawach marki wzrósł w kwietniu do 21 procent. Nowe – Tiguan L i Passat oferowana jako hybrydy typu plug-in również cieszą się dużym popytem.

Przegląd dostaw marki Volkswagen:

Dostawy z podziałem na rynki	Kwiecień 2018	Kwiecień 2019	Zmiana %	I - IV 2018	I - IV 2019	Zmiana %
Europa	158.000	150.300	-4,8%	612.000	595.900	-2,6%
Europa Zachodnia	133.600	126.800	-5,1%	524.000	510.400	-2,6%
Niemcy	52.700	48.800	-7,3%	191.400	183.100	-4,3%
Europa Centr. i Wsch.	24.400	23.500	-3,5%	87.900	85.500	-2,7%
Rosja	8.900	9.600	+7,3%	30.200	31.600	+4,7%
Ameryka Północna	46.200	48.000	+3,9%	180.400	180.100	-0,2%
USA	28.800	31.300	+8,7%	112.700	117.200	+3,9%
Ameryka Południowa	42.200	38.900	-7,9%	143.000	144.000	+0,7%
Brazylia	28.800	31.000	+7,7%	90.400	108.900	+20,5%
Kraje Azji i Pacyfiku	259.300	240.100	-7,4%	1.055.700	981.100	-7,1%
Chiny	247.400	231.400	-6,5%	1.003.100	934.800	-6,8%
W sumie	519.700	487.400	-6,2%	2.045.000	1.943.800	-4,9%



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 2018 roku Volkswagen wyprodukował około 6,24 miliona 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.
