



Výroční tisková konference ŠKODA AUTO 2016

Mladá Boleslav, 16. března 2016

Bernhard Maier

Předseda představenstva společnosti ŠKODA AUTO a.s.



- Platí mluvené slovo -

Rukopis projevu Bernharda Maiera
ŠKODA AUTO a.s., Výroční tisková konference 2016
16. března 2016

Dobré ráno,
vážené dámy a pánové,

Snímek: Úvod

Mám radost, že jste dnes vážili cestu do Mladé Boleslavi. Poté, co jsem se s některými z Vás před nedávnem viděl v Ženevě, je dobré, že se nyní setkáváme i doma.

Ideální příležitostí k tomu je vydání naší výroční zprávy: rok 2015 byl pro společnost ŠKODA AUTO úspěšným rokem. Ve 120. roce naší existence jsme dosáhli nového prodejního rekordu a podruhé za sebou jsme našim zákazníkům dodali více než jeden milion vozů za jeden kalendářní rok. V roce 2015 dosáhla ŠKODA i rekordních hodnot tržeb a zisku.

Snímek: 25 let

To ukazuje, že ŠKODA v 25. roce partnerství s koncernem Volkswagen dosáhla nové výkonnostní úrovně! Faktory tohoto úspěchu jsou stále tytéž - silný mateřský koncern Volkswagen a neuvěřitelně motivovaný, kompetentní a ctižádostivý tým zaměstnanců. Výsledkem je dnes nejmodernější a nejatraktivnější paleta modelů značky ŠKODA všech dob. Značka ŠKODA se tak v posledních letech podařilo dosáhnout příkladného rozvoje. Na začátku dubna budeme slavit jubileum a hodnotit vše, čeho jsme dosáhli – a to společně s představenstvem koncernu a zástupci české politiky.



Snímek: Výzvy

Mohu vám slíbit, že neusneme na vavřínech. I v nadcházejících letech budeme pokračovat v cestě růstu a dále investovat do budoucnosti značky ŠKODA. Nadcházející milníky definujeme ve Strategii 2025, na které v současné době usilovně pracujeme a kterou dokončíme v nadcházejících měsících. Více o tom později.

Snímek: Poděkování zaměstnancům

Nejdříve k uplynulému finančnímu roku: ani v roce 2015 nešlo všechno hladce. Podmínky, v nichž se automobilový průmysl nacházel, představovaly i nadále velkou výzvu. Konkurenční tlak, deformace na devizových trzích a politické krize – to vše naše aktivity ztížilo. Situaci dále znesnadnilo téma naftových motorů, které přišlo v závěru roku.

Navzdory těmto nepříznivým rámcovým podmínkám jsme náš kurz udrželi a díky skvělému výkonu celého týmu jsme z roku 2015 udělali nejúspěšnější rok v historii podniku. Za to bych chtěl nyní z tohoto místa i jménem svých kolegů našim zhruba 28.500 zaměstnancům a kolegům z odborů KOVO MB pod vedením pana předsedy Jaroslava Povšíka srdečně poděkovat.

Snímek: Klíčová čísla

Nyní krátce k nejdůležitějším ukazatelům roku 2015:

- S 1,055 mil. prodaných vozů dosáhla ŠKODA prodejního rekordu. V porovnání s minulým rokem vzrostly dodávky zákazníkům o 18.300 vozů. To odpovídá nárůstu o téměř 1,8 procenta.
- Tržby společnosti vzrostly o více než 6 procent na 12,48 miliard eur. I to je nová rekordní hodnota.
- Totéž platí i pro provozní zisk. 915 milionů eur představuje nárůst o zhruba 12 procent.



Tato čísla dokazují, že ŠKODA AUTO dnes více než kdykoli předtím symbolizuje pevný základ, výkonnost a spolehlivost. Můj kolega Winfried Krause vám náš finanční výsledek později podrobně vysvětlí.

Snímek: Vývoj trhu

Jak vypadala situace na našich odbytích obecně?

- Obchod s osobními vozy v **západní Evropě** se nadále vyvíjel pozitivně. Růst, který v minulém roce představoval 9 procent, se oproti roku 2014 téměř zdvojnásobil.
- Potěšitelný byl vývoj ve **střední Evropě**. Trh se s růstem výrazně přes 9 procent dobře rozvíjel. Značný podíl na tom měl náš domácí český trh, který vzrostl o 20 procent.
- Jako složitá se opět projevila situace ve východní Evropě. Tyto trhy, bez Ruska, celkově poklesly o více než 16 procent.
- Rusko zaznamenalo pokles o zhruba 35 procent.
- **Čínský** automobilový trh dosáhl slabšího růstu o hodnotě téměř 8 procent. Očekáváme, že tento trh již dynamiku z předchozích let, charakterizovanou až dvouciferným růstem, nedosáhne.
- Pozitivní byl také vývoj v Indii: tamní trh po několika letech vzrostl, a to zhruba o 8 procent.

Snímek: Prodejní čísla

Značka ŠKODA se v tomto prostředí vyvíjela pozitivně:

- V **západní Evropě** jsme svým zákazníkům dodali 430.900 vozů. Ve srovnání s rokem 2014 to odpovídá nárůstu o celá 4 procenta. Nadprůměrným tempem jsme rostli zejména v Itálii, Španělsku a Portugalsku. Zde značka dosáhla růstu v rozmezí od 17 do 31 procent. V Německu, na největším evropském trhu, obhájila ŠKODA svou pozici nejsilnější dovážené značky a zvýšila odbyt o více než 6 procent na 158.700 vozů.



- Výkonná byla značka ŠKODA i na našem domácím trhu ve **střední Evropě**: 172.100 dodávek vozů zákazníkům odpovídalo růstu o téměř 15 procent oproti roku 2014. Tím ŠKODA zvýšila svůj tržní podíl z 19,9 na 20,9 procenta. Těší nás zejména dynamika na našem domácím trhu v České republice. Zde ŠKODA dosáhla růstu o plných 21 procent na 85.000 vozů.
- Ve **východní Evropě** i nás přibrzdily všeobecné podmínky na trhu. Značka se sice celkově vyvíjela podstatně lépe než celkový trh, ale v konečném součtu to i přesto znamená pokles o téměř 6 procent na 32.700 vozů. Tržní podíl značky ŠKODA však vzrostl o plných 13 procent na 7,5 procent.
- V Rusku počet dodávek zákazníkům poklesl o téměř 35 procent na 55.000 vozů. I zde se však naše značka vyvíjela lépe než celkový trh, náš tržní podíl lehce vzrostl, a to na 3,7 procenta.
- **Čína** byla s novým prodejním rekordem opět našim nejsilnějším trhem. Počet dodávek zákazníkům zde lehce vzrostl na 281.700 vozů.
- Potěšitelný rozvoj zaznamenaly i trhy, které jsou spíše stranou všeobecné pozornosti. V **Turecku** se nám podařilo zvýšit prodeje o více než polovinu: 22.200 vozů představuje nárůst o téměř 60 procent a tržní podíl přes 3 procenta. Také v **Izraeli** získala ŠKODA mnoho nových zákazníků a rostla o 17 procent. Náš tržní podíl jsme zvýšili na 7,5 procenta. Ve formě jsme byli i na dalších zámořských trzích, jako je Austrálie, Nový Zéland a Tchaj-wan.
- V **Indii** dodala ŠKODA svým zákazníkům celkem 15.800 vozů, tedy nepatrně více než v předchozím roce.

Tolik tedy k trhům. Jak si vedly **jednotlivé modely**?

Snímek: Citigo

Začneme s naším nejdostupnějším modelem: Pro vůz **ŠKODA Citigo** se v uplynulém obchodním roce rozhodlo 40.200 zákazníků. Zde jsme čtyři roky po jeho uvedení na trh počítali s poklesem. V příštím roce předložíme našim zákazníkům novou atraktivní nabídku v podobě přepracovaného modelu.



Jak již bylo sděleno, neuvedeme na trh následníka modelu ŠKODA Roomster. K tomuto kroku jsme se rozhodli, protože se chceme soustředit na podstatně větší a dynamičtější rostoucí segment vozů SUV. V posledním roce výroby tohoto modelu jsme našim zákazníkům dodali 16.600 vozů **ŠKODA Roomster**.

Snímek: Fabia Combi

Naše ŠKODA Fabia třetí generace již v prvním roce po uvedení na trh překonala naše očekávání. Odbyt našeho malého vozu vzrostl zhruba o dvacet procent na 192.400 vozů. Značnou měrou se na tom podílela **ŠKODA Fabia Combi** s nárůstem prodeje o 57 procent.

Snímek: Rapid Spaceback

ŠKODA Rapid se etablovala jako druhý nejsilnější model v rodině vozů značky ŠKODA. Tři roky po vstupu na trh poklesly prodeje dle očekávání o 12,2 procent na 194.300 vozů. Nové varianty, jako nedávno představená ŠKODA Rapid Spaceback ScoutLine, přinesou nejmladší modelové řadě značky ŠKODA nové impulsy.

Snímek: Yeti

Důležitým pilířem modelové palety značky ŠKODA je i nadále **ŠKODA Yeti**. Sedm let po svém uvedení na trh se kompaktní SUV těší stálé oblibě. S téměř 100.000 prodanými vozy se Yeti umístil lehce pod úroveň předchozího roku, a to o zhruba 3 procenta, což souvisí se životním cyklem modelu.

Snímek: Octavia

ŠKODA Octavia je a bude srdcem naší značky a nadále zůstává naším nejprodávanějším vozem. Roční bilance: 432.300 dodávek zákazníkům, nárůst o 11 procent. K atraktivitě modelu Octavia přispívá mimo jiné jeho všestrannost. Teprve nedávno jsme tuto modelovou řadu rozšířili o sportovně laděnou verzi Octavia RS 4x4.



Snímek: Superb

S novou generací naší vlajkové lodi, modelem ŠKODA Superb, byla zahájena nová éra značky, a to jak v oblasti techniky, designu i komfortu. ŠKODA Superb v roce generační obměny dosáhla 80.200 dodávek vozů zákazníkům a výrazně tak překonala naše plány. Těší nás, že naši zákazníci nejnovější generaci přijali s takovým nadšením. Nedávno byl tento vůz na našem domácím trhu zvolen automobilem roku.



Vážené dámy a pánové,

Snímek: Prodej leden-únor

do roku 2016 jsme vstoupili s dynamikou toho loňského. Za první dva měsíce jsme prodali celkem o 4,5 procent více vozů než ve srovnatelném období minulého roku, což představuje rekord za první dva měsíce roku. Jsme optimisty a očekáváme, že v roce 2016 opět dosáhneme celkového růstu.

I přes vydařený úvod roku počítáme s tím, že rok 2016 bude pro mezinárodní automobilový průmysl i tím i pro značku ŠKODA opět rokem plným výzev.

- Politické krize v Rusku a na Ukrajině nás budou zatěžovat i nadále. Negativní vývoj na ruském trhu podle všeho ještě nedosáhl svého dna.
- Ekonomický růst Číny je nadále značný, citelně ale ochladl. Prognózy nedávno uzavřeného pětiletého plánu čínské vlády předpokládají průměrný růst o 6,5 procent – nicméně, s výrazným posuvem mezi jednotlivými hospodářskými regiony země.
- a důsledky tematiky dieselových motorů pro značku ŠKODA ještě nelze zcela předpovědět. Tady v úzké spolupráci s Volkswagenem a úřady uděláme pro naše zákazníky vše, co bude nutné.



Vážené dámy a pánové,

úspěšnou nedávnou historii naší značky jsem dnes již jednou připomněl. ŠKODA si na mezinárodním automobilovém trhu vybudovala pevnou pozici. Tento úspěch ale nic nevyovídá o naší budoucnosti. Proto se nám teď jedná o to, vytýčit kurz pro následující léta a připravit značku ŠKODA na budoucnost.

Za tímto účelem vytýčíme další mezníky prostřednictvím Strategie ŠKODA 2025. Zde musíme zohlednit nové trendy a změny v technologiích a ve společnosti. Musíme se v příštích několika letech připravit přes pokračující digitalizaci na razantní technologické změny. To do budoucna změní pohled na uživatele a na využití automobilu.

Z toho vyplývají nové inovativní možnosti a charakteristiky individuální mobility. V budoucnu budeme individuální mobilitu zažívat v nové kvalitě. Auta budou tichá, budou jezdit ekologicky a řídit sama. Cílem bude pohon automobilu obnovitelnými druhy energie.

Pro nás to znamená: Lidé se i v budoucnu budou samostatně rozhodovat o svém dopravním prostředku. Budou v autech zřejmě trávit více času, ale budou se přitom zabývat mnoha činnostmi, které budou jiné než dnes. Vysoce až plně automatizované vozy jim k tomu poskytnou nový prostor. Jízda automobilem bude více než dnes ovlivněna rozsáhlou nabídkou infotainmentu, vůz bude využíván jako pojízdná kancelář. Jsem si však jist, že automobil bude i nadále symbolem společenského postavení a prostředkem seberealizace a sebe prezentace.

Naším cílem je se na vytváření této automobilové budoucnosti podílet. Uděláme to však s dobrým úsudkem při volbě vhodných technologií, které naši zákazníci budou chtít skutečně používat. I to si představujeme pod ŠKODA – Simply Clever.

Nejvíce by mě potěšilo, kdyby naši zákazníci pak spontánně řekli: „ŠKODA AUTO je Simply Clever společnost, která nabízí nejlepší řešení mobility“. Bez ohledu na to, z jakého prostředí přicházejí, ať už se jedná o rodiny, podniky, dojíždějící nebo lidi, kteří jednoduše chtějí jezdit s automobilem pro vlastní potěšení – ŠKODA je pro ně



jednoduše chytrá volba. Chytré nápady pro auta nás pohánějí už 121 let dopředu. Teď jde o to, tuto kompetenci pro nejlepší řešení mobility využít i v budoucnu.

Pohlédnu-li do následujících let, leží mi za značku ŠKODA na srdci především těchto pět bodů:

Snímek: VisionS

- Rozšiřování produktové palety je součástí střednědobé strategie. Za tímto účelem teď startujeme novou SUV-strategii. ŠKODA A+SUV je atraktivní model, který je krátce před svým uvedením na trh. V rámci jeho přípravy jsme na počátku měsíce na mezinárodním autosalonu v Ženevě představili studii ŠKODA VisionS, kterou Vám dnes při této příležitosti ukazujeme ještě jednou.

Snímek: Elektromobilita

- S ohledem na cíle v oblasti emisí CO₂ se bude ŠKODA intenzivně zabývat elektromobilitou. VisionS proto disponuje technologií plug-in-hybrid. Ještě v tomto desetiletí touto technologií vybavíme i první sériový vůz značky ŠKODA. Plánujeme také čistý elektromobil, který bude energii čerpat a ukládat v akumulátorech.

Snímek: Infotainment

- Dalším důležitým technickým tématem je konektivita a ve spojení s ní i moderní systémy infotainmentu. Zde ŠKODA učinila první kroky v podobě systémů MirrorLink, AppleCarPlay nebo AndroidAuto, další kroky budou následovat.
- Budeme se intenzivně zabývat ovládáním automobilů. V duchu našeho hesla „Simply Clever“ si může naše značka v této souvislosti vytvořit autentickou



pozici na trhu. Obecně pro nás platí: Ovládnání vozů se musí zásadně zjednodušit. Zde vidím velkou šanci, že by se ŠKODA mohla svými inovativními koncepty odlišit od konkurence.

- A konečně se musíme zabývat také otázkou, které služby budeme nabízet nad rámec našich tradičních aktivit? Kde si vybudujeme vlastní nové kompetence? Kde budeme spolupracovat s partnery?

Snímek: Značka

Velký potenciál vidím pro značku ŠKODA v profilaci a pozici značky. Po produktové stránce, technicky je dnes značka na špičkové úrovni. Nyní chceme dále vylepšit vnímání značky, její emocionalitu. K tomu přispěje důsledné budování identity značky, našich produktů i rozvoj vlastního designového jazyka.

ŠKODA je diamant, který chceme nechat ještě více zářit. Produkt a značka patří neoddělitelně k sobě a jejich rozvoj vyžaduje značné úsilí. Pak přijde i poptávka našich zákazníků, kterou ve tvrdé mezinárodní konkurenci nutně potřebujeme.

Vážené dámy a pánové,

rok 2015 a aktuální vývoj roku 2016 jsou dokladem toho, že pozice značky Škoda je dobrá. Na této bázi rozvíjíme Strategii ŠKODA 2025. Využijeme přitom ekonomickou sílu podniku a výkonnost našich zaměstnanců k tomu, abychom optimálně využili šance, které naše odvětví skýtá, neboť změny, které individuální mobilitu čekají, přinášejí velký potenciál.

A to je pro nás silnou motivací. Zůstaneme přitom věrni našim tradičním kvalitám. Naším úkolem je pomocí mnoha „Simply Clever“ nápadů nabízet našim zákazníkům i v budoucnu moderní vozy i koncepty mobility.

Děkuji Vám!***