

VOLKSWAGEN

GROUP KOREA

폭스바겐그룹코리아, 2022 년 주요 계획 및 미래 모빌리티 전략 발표

- 독일 폭스바겐그룹의 글로벌 이니셔티브에 따라 ‘폭스바겐그룹코리아’로 사명 변경
- 그룹과 브랜드 간 크로스-브랜드 협력 기회 모색 및 전동화 앞세운 제품·서비스 포트폴리오 고도화 집중
- ▲플랫폼, ▲차량의 디지털화 및 전동화, ▲크로스-브랜드 협업, ▲사회적책임활동 등 4 대 축 중심으로 그룹 시너지 극대화
- 본사가 지원하는 비영리 코딩학교 ‘42 볼프스부르크’ 및 국민대학교와 3 자 MOU 체결
... 자동차 특화 소프트웨어 프로그램에 한국 학생 선발·참여, 이후 국민대 자체 교과과정은 물론
교육부 추진 혁신공유대학사업에 참여하는 미래자동차 컨소시엄에 속한 대학들로 프로그램
확대
- 2022 년 네 개 브랜드 걸쳐 신차 22 종 출시, 한 차원 높은 고객 경험 제공하기 위한 인프라 및
시스템 구축에 박차

서울, 2022년 3월 31일 – 폭스바겐그룹코리아(그룹사장 틸 셰어(Till Scheer), www.vwgk.co.kr)가
오늘 기자간담회를 열고, 2021년 성과 및 2022년 주요 계획을 공유했다. 이와 함께
‘폭스바겐그룹코리아’로의 사명 변경을 공식적으로 발표했다.

전동화와 디지털화는 자동차 산업의 변화를 가속화하고 있으며, 이는 자동차의 역할과 가치를
다면적이고 근본적으로 변화시키고 있다. 폭스바겐그룹은 그룹 전략인 ‘뉴 오토(NEW AUTO)’를
기반으로 자동차 제조기업에서 소프트웨어 주도형 모빌리티 기업으로의 전환을 추진하고 있다.
일환으로 그룹 산하 여러 브랜드를 보유한 조직을 그룹 안으로 통합, 복잡성과 불필요한 중복을
줄이고 그룹 시너지를 높이기 위한 글로벌 이니셔티브를 발표했다.

이에 따라 한국시장 진출 18 년 만에 아우디폭스바겐코리아는 ‘폭스바겐그룹코리아’로 사명이
변경되었다. 산하에 폭스바겐, 아우디, 람보르기니, 벤틀리 등 네 개의 강력한 브랜드를 두고 있는
폭스바겐그룹코리아는 앞으로 그룹과 브랜드에 걸친 다양한 크로스-브랜드 협력 기회를 모색하고,
전동화를 앞세운 제품 및 서비스 포트폴리오 고도화에 집중한다는 전략이다.

사명 변경과 함께, 폭스바겐그룹코리아는 오늘 행사에서 작년 한 해 성과와 2022 년 주요 계획을
발표했다. 아우디 e-트론 라인업을 통해 프리미엄 전기차 세그먼트의 대표주자로 자리매김한

VOLKSWAGEN

GROUP KOREA

폭스바겐그룹코리아는 올해 ‘폭스바겐 ID.4’와 ‘아우디 Q4 e-트론’을 한국 시장에 내놓으며 전동화 가속화를 위한 토대를 마련한다는 계획이다.

폭스바겐그룹코리아 티ل 셰어 그룹사장은 “그룹은 급변하는 사업 환경에 대한 대응력을 높이기 위해 지속가능한 미래 전략 구축과 사업 모델 다각화, 조직적 변혁에 집중하고 있다”면서, “본사 전략과 연계해 경쟁력 있는 다양한 신차 출시와 그룹·브랜드 간 시너지 제고를 통해, 고객에게는 한 차원 높은 경험을 제공하는 것은 물론이고 지속가능한 성장을 위한 기반을 건실하게 다져 나가겠다”고 말했다.

폭스바겐그룹코리아 이사회 의장 볼프슈테판 슈페흐트(Wolf-Stefan Specht) 박사는 “한국은 그룹 산하 7 개 브랜드가 진출해 있는 중요한 시장이다. 티ل 셰어와 그의 팀은 그룹의 방향과 맥을 같이하는 견고한 전략을 수립했다”고 기대감을 전했다.

2021 년 총 81 개 완전변경 및 부분변경 모델 출시, 4 만 838 대 판매

폭스바겐그룹코리아는 2021 년 한 해에만 네 개 브랜드에 걸쳐 81 개 모델(완전변경 및 부분변경 모델 포함)을 출시했다. 연 판매량 40,838 대를 기록한 가운데, 특히 변화하는 시장 요구에 맞춰 연료 믹스를 최적화했다. 가솔린 차량과 전기차 모델 판매 비중은 전년 대비 각각 14%와 3%를 늘리고, 디젤 차량 비중은 전년비 18%를 줄였다.

브랜드별로는 폭스바겐이 14,364 대를 판매, 경쟁력 있는 가격과 상품성을 갖춘 모델을 제공하며 ‘합리적인 프리미엄(Accessible Premium)’ 브랜드로서 확고한 입지를 다졌다.

아우디의 경우 59 개 모델(부분변경 포함)을 출시해 25,615 대의 판매고를 올렸다. 아우디 e-트론은 지난해 국내 프리미엄 전기차 시장에서 가장 많은 이들의 선택을 받은 전기차 모델 중 하나다. 한국은 다양한 신차 출시와 성공적인 전동화 전략 추진에 힘입어 전 세계 아우디 10 대 시장 자리를 이어가고 있다.

람보르기니의 경우 353 대를 판매하며 한국은 세계 8 대 시장으로 자리매김했다.

VOLKSWAGEN

GROUP KOREA

벤틀리는 플라잉 스퍼 V8, 컨티넨탈 GT 등의 인기에 힘입어 작년 506 대라는 기록적인 판매고를 올렸다. 한국은 전년 대비 71%의 놀라운 성장률을 기록하며 세계 6대 시장의 위치를 구가하고 있다.

또한 폭스바겐그룹코리아는 교육과 환경에 집중한 사회공헌활동도 적극 추진했다. 활동은 크게 ▲소프트웨어 코딩 교육사업 (투모로드 스쿨), ▲미래인재를 위해 쾌적하고 안전한 교육환경을 조성하기 위한 환경사업 (산림복원 및 산림녹화, 탄소중립 숲 조성, 초록빛 꿈꾸는 통학로, 교실숲 프로젝트), ▲전시공간 및 체험활동을 제공하는 문화사업 (고투제로 전시), ▲지역사회 취약계층을 지원하는 지역사회사업 (겨울방한키트, 시크릿 산타) 등으로 구성된다.

투모로드 스쿨의 경우 2019년부터 2021년까지 338개교 총 9,156명의 학생이 참여했다. 환경사업 관련해서는 3년간 총 54,269그루의 나무가 폭스바겐그룹코리아 이름으로 심거나 기증됐다. 기후변화의 심각성을 공유하고 탄소중립 필요성에 대한 사회적 공감대를 형성하기 위해 개최한 ‘고투제로(goTOzero)’ 전시에는 10,297명이 다녀갔다. 또한 지난 3년간 4,628명에 이르는 지역사회 취약계층을 위한 나눔활동도 진행했다.

글로벌 이니셔티브에 따라 ‘폭스바겐그룹코리아’로 사명 변경

... 플랫폼, 차량의 디지털화 및 전동화, 크로스-브랜드 협업, 사회적책임활동 등 4대 축 중심으로 그룹 시너지 극대화

폭스바겐그룹은 급변하는 환경에 대처하기 위해 그룹 산하 여러 브랜드를 보유한 조직을 그룹 안으로 통합하는 글로벌 이니셔티브를 발표했다. 이는 그룹 전체에 걸쳐 복잡성과 불필요한 중복을 줄이고 시너지를 높여 애자일 조직을 만들기 위함이다.

이러한 그룹의 글로벌 이니셔티브에 따라, 한국 시장 진출 18년 만에 아우디폭스바겐코리아는 ‘폭스바겐그룹코리아’로 사명이 변경되었다. 본사의 기업 아이덴티티(CI) 가이드라인에 맞춰 한국 웹사이트(www.vwvk.co.kr)도 새롭게 오픈했다.

앞으로 폭스바겐그룹코리아는 새로운 이름으로 그룹과 브랜드에 걸친 다양한 크로스-브랜드 협력 기회를 모색하고, 전동화 전략을 앞세운 제품 및 서비스 포트폴리오 고도화에 집중한다는 방침이다.

VOLKSWAGEN

GROUP KOREA

이를 위해 ▲플랫폼, ▲차량의 디지털화 및 전동화, ▲크로스-브랜드 협업, ▲사회적책임활동 등 네 가지 영역에 집중한다.

플랫폼 기술을 기반으로 전기차 포트폴리오 확대

플랫폼 기술은 전동화 및 자율주행의 핵심으로, 폭스바겐그룹은 전 브랜드에 걸쳐 다양한 플랫폼 기술을 공유, 복잡성과 개발 비용을 줄임으로써 규모의 경제를 달성한다는 계획이다.

폭스바겐그룹코리아는 본사의 전략을 바탕으로, 2020 년과 2021 년 아우디 e-트론 라인업을 출시하며 MLB 에보(evo)와 J1 플랫폼을 국내에 선보였다. 올해는 폭스바겐 브랜드 최초의 순수 전기 SUV 모델인 ID.4 와 아우디의 중형급 전기차 모델 Q4 e-트론을 출시, 그룹의 모듈형 전기차 전용 플랫폼 MEB(Modular Electric Drive Toolkit)를 국내 시장에 첫 선을 보일 예정이다. MEB 는 다양한 모델에 적용되어 보다 긴 주행거리와 여유로운 공간을 제공함으로써 본격적인 전동화 시대를 여는데 기여할 것으로 기대된다.

차량의 디지털화 및 전동화 경쟁력 강화

폭스바겐그룹은 그룹 산하 전 브랜드의 소프트웨어 요구사항을 충족하기 위해 소프트웨어 자회사 ‘카리아드(CARIAD)’를 설립했다.

폭스바겐그룹코리아의 차량 디지털화팀은 한국 고객을 위한 보다 맞춤형 솔루션을 개발한다는 목표로 국내에 특화된 지식과 세밀하고 표준화된 테스트, 협력 방안에 대해 본사 및 카리아드를 지원하게 된다.

특히, 더 많은 현지 고객 관련 사례를 테스트하기 위한 테스트 볼륨을 늘린다. 차량용 소프트웨어 개발 초기단계에 현지 요구사항을 포함함으로써 내비게이션, 인포테인먼트 시스템, 연결성 등 한국시장을 위한 맞춤형 솔루션 개발을 지원한다. 또한 국내 전기차 충전인프라의 호환성과 관련된 보다 광범위하고 표준화된 테스트를 수행, 이를 통해 고객에게 최적의 충전 경험을 제공한다는 계획이다.

이와 함께 커넥티드 카 도입을 앞당겨 한국 시장에 더 많은 제품과 서비스 옵션을 제공할 수 있는 방안을 모색하고, 전사적 차원의 시너지 창출을 위해 한국에 진출해 있는 그룹의 모든 승용차

VOLKSWAGEN

GROUP KOREA

브랜드에 대한 현지 테스트를 진행할 예정이다. 뿐만 아니라 독일 연구개발(R&D) 부서와 한국 기업 간의 협력 기회를 모색해 나갈 계획이다.

크로스-브랜드 협업 모색

폭스바겐그룹 산하 10 개 브랜드는 세 개의 그룹으로 나뉜다. 볼룸 그룹에는 폭스바겐, 폭스바겐 상용차, 스코다, 세아트, 쿠프라가 속해 있으며, 폭스바겐 브랜드가 이 그룹을 이끌고 있다. 프리미엄 그룹은 아우디와 람보르기니, 벤틀리, 두카티를 포함하고, 아우디가 이 그룹을 이끈다. 포르쉐는 스포츠 그룹에 속해 있다.

2022 년 폭스바겐그룹은 벤틀리를 프리미엄 브랜드 그룹 안으로 통합했다. 앞으로 본 그룹에 속한 아우디와 람보르기니, 벤틀리는 전동화와 디지털 기술 분야에서 긴밀히 협력하는 한편, 경쟁에 대한 그룹의 접근방식을 더욱 공고히 하게 된다. 이러한 변화는 향후 국내 프리미엄 및 럭셔리 세그먼트에서 폭스바겐그룹코리아의 입지를 더욱 강화할 것으로 기대된다.

폭스바겐그룹코리아는 전동화 및 디지털화로 인한 복잡성 증가로 새로운 접근방식이 필요해짐에 따라 ‘그룹 마케팅 및 사업개발팀’을 신설한다. 이 팀은 그룹의 명성관리를 비롯해 크로스-브랜드 사업기회와 협업모델을 모색하고, 전사적 차원에서 한 목소리를 유지하도록 지원할 예정이다.

신규 브랜드에 대한 사업기회도 도모한다. 실제로 최근 파일럿 프로젝트를 통해 신규 브랜드의 한국 진출을 검토하고 있다. 폭스바겐그룹 산하 브랜드 중 아직 한국에 진출하지 않은 브랜드를 새롭게 선보여 볼룸 세그먼트에서의 입지를 확대할 수 있는 기회를 모색하고 있다.

본사가 지원하는 비영리 코딩학교 ‘42 볼프스부르크’ 및 국민대학교와 3 자 MOU 체결

... 자동차 특화 소프트웨어 프로그램에 한국 학생 선발·참여, 이후 국민대 자체 교과과정은 물론
교육부 추진 혁신공유대학사업에 참여하는 미래자동차 컨소시엄에 속한 대학들로 프로그램 확대

폭스바겐그룹코리아는 사회공헌 프로그램의 일환으로, 미래인재를 양성하기 위한 소프트웨어 코딩수업을 진행해왔다. 그리고 이 부문의 성공적 경험을 토대로, 독일 본사가 지원하는 비영리 코딩학교 ‘42 볼프스부르크’ 및 국민대학교와 함께 자동차 특화 소프트웨어 개발 산학협력을 위한 3 자 양해각서를 체결했다.

VOLKSWAGEN

GROUP KOREA

협력의 첫 단계로 올해 하반기, 교환 학생 프로그램을 시작한다. 국민대학교와 함께 선발한 4 명의 학생은 6 개월간 독일에 머물며 해당 프로그램에 참여하게 된다. 이어 2023 년부터 2026 년까지 3 년간, 매년 13 명씩 총 39 명의 학생이 독일 볼프스부르크 캠퍼스에서 운영하는 ‘소프트웨어 엔지니어링 오토모티브 및 모빌리티 에코시스템(SEA:ME)’ 과정에 참여한다. 18 개월간 진행되는 SEA:ME 과정에 더해, 학생들은 폭스바겐그룹과 카리아드, 포르쉐, 마이크로소프트 애저 클라우드 서비스 등의 워크숍에도 참여하게 된다.

향후 폭스바겐그룹코리아는 국민대학교 및 42 볼프스부르크와 협력해 SEA:ME 를 국민대 자체 커리큘럼은 물론, 교육부가 추진하는 교육혁신사업 ‘디지털 신기술 인재양성 혁신공유대학사업’에 참여하는 미래자동차 컨소시엄 및 타 신기술 분야 컨소시엄으로 확대한다는 계획이다.

한편, 첫 번째 42 비영리 코딩학교는 2013 년 프랑스 파리에 설립되었으며, 현재 25 개국 42 개 캠퍼스가 운영 중이다. 독일에 설립된 3 개의 캠퍼스 중 두 곳을 폭스바겐그룹과 아우디그룹, 그리고 그룹의 소프트웨어 자회사 카리아드가 후원하고 있다.

600 명 학생 규모의 ‘42 볼프스부르크’는 2021 년 5 월에 문을 열었다. 폭스바겐그룹은 42 볼프스부르크 캠퍼스가 운영을 시작한 2021 년부터 5 년간 총 1 천 100 만 유로를 지원한다. 아우디그룹은 ‘42 볼프스부르크’와 ‘42 하일브론(Heilbronn)’에 4 년간 총 96 만 유로를 지원한다.

폭스바겐그룹 인사관리 및 트럭·버스 경영이사회 멤버인 거나 킬리안(Gunnar Kilian)은 “그룹은 소프트웨어 중심의 모빌리티 그룹이 되기 위한 전환을 추진하고 있다. 미래를 위한 혁신적이고 지속가능한 모빌리티 개념을 실현해 나가기 위해서는 최첨단 소프트웨어 기술과 올바른 사고방식을 갖춘 고도로 훈련된 전문가가 필요하다”면서, “그룹은 42 볼프스부르크와 42 베를린 캠퍼스의 창립 파트너로, 42 코딩학교가 그룹의 변혁 과정과 자동차 부문에서 할 수 있는 강력한 역할을 조기에 인지했다. 이 같은 혁신적 콘셉트의 코딩학교를 폭스바겐그룹코리아팀이 지원하게 되어 매우 기쁘다. 한국 학생들을 42 볼프스부르크로 데려오는 것은 다양성을 더욱 높이는 데 분명 기여할 것이다. 또한 폭스바겐그룹 내 시너지 창출을 통해 뉴 오토 그룹전략을 실현해 나가는 훌륭한 사례”라고 강조했다.

VOLKSWAGEN

GROUP KOREA

42 볼프스부르크 막스 쎅에스(Max Senges) 학장 및 총괄은 “42 볼프스부르크는 42 네트워크에서 소프트웨어 엔지니어링 오토모티브 및 모빌리티 에코시스템(SEA:ME)의 개척자다. 본 커리큘럼은 개방형 교육 자원으로 개발되어 동료 간 학습 방식을 채택하고 있으며, 과학 및 산업 분야의 SEA:ME 전문가들이 42 펠로우로 협력하고 있다. 폭스바겐그룹코리아, 국민대학교와 협력해 자동차 소프트웨어 엔지니어링 분야에 기여할 수 있는 한국의 소프트웨어 인재를 함께 양성하게 되어 매우 기쁘다”고 소감을 전했다.

국민대학교 임홍재 총장은 “국민대는 국내 최고의 미래자동차 분야 교육체계를 보유한 대학으로, 현재 수행 중인 ‘미래자동차 혁신공유대학사업’은 산·학·연 융합과 개방형 협력에 기반한 교육모델 수립 및 미래자동차 핵심인재 양성을 목표로 한다. 이는 개방형 교육 및 동료 간 학습을 지향하는 42 볼프스부르크의 SEA:ME 교육과 방향성이 매우 일치한다”면서, “전폭적인 지원을 약속해 준 폭스바겐그룹코리아에 감사드리며, 국민대와 42 볼프스부르크의 협력은 문제해결역량 및 전문실무역량을 갖춘 미래자동차 소프트웨어 엔지니어링 분야의 우수 글로벌 인재 양성을 위한 훌륭한 산학협력 교육모델이 될 것으로 기대한다”고 말했다.

2022 년 네 개 브랜드에 걸쳐 신차 22 종 출시, 한 차원 높은 고객 경험 제공하기 위한 인프라 및 시스템 구축에 박차

폭스바겐그룹코리아는 올 한 해, 네 개 브랜드에서 22 종의 신차 및 부분변경 모델을 출시한다는 계획이다. 폭스바겐 아테온과 골프 모델로 새해의 포문을 연 폭스바겐그룹코리아는 내연기관 차량과 전기차가 혼재된 포트폴리오 다양화를 통해 전 세그먼트를 아우른다는 방침이다. 이와 함께 폭스바겐 ID.4 와 아우디 전기차 4 종을 새롭게 선보이며 전기차 라인업 강화에 나선다.

전기차 포트폴리오 확대에 맞춰, 고객에게 최고 수준의 전기차 모델 소유 경험을 제공하기 위한 인프라 및 시스템 구축에도 박차를 가한다. 전기차 수리 역량을 갖춘 서비스센터를 29 개소로 확충하고, 고전압 배터리 정비센터 1 개소를 갖춘다.

폭스바겐그룹코리아 트레이닝 아카데미는 전기차 전문인력 양성을 위한 체계화된 인증제도를 운영한다. 전기차 전문 테크니션 수를 늘려 전기차 스페셜리스트(EIP) 587 명, 고전압 테크니션(HVT) 122 명, 그리고 고전압 전문가 12 명을 양성한다는 계획이다.

VOLKSWAGEN

GROUP KOREA

충전인프라 측면에서는 딜러 네트워크에 충전기 설치를 이어가고, 그 중 150kW 급 고속충전기 설치 비중을 23%까지 갖춘다는 목표다. 이 외에도 고객 전용 예약서비스, 차징-온-디맨드 서비스, 홈 차징과 같은 다양한 충전 옵션을 제공할 예정이다.

브랜드별로는 폭스바겐의 경우 '합리적 프리미엄'을 제공한다는 기치를 내걸고, 더 많은 가솔린 및 전기차 모델을 출시하는 등 파워트레인 다양화에 주력한다는 계획이다.

아우디는 A-세그먼트 부문 프리미엄 콤팩트 모델 A3 및 전기차 4종을 포함한 다양한 신차를 출시한다. 또한 고객 접점을 따라 고객이 브랜드와 함께 하는 전반적인 경험을 향상시켜 나간다는 계획이다.

람보르기니의 경우 올 한 해 3종의 신차를 출시, 프리미엄 세그먼트 부문에서의 성장 기조를 이어간다는 방침이다.

벤틀리는 한국을 전 세계 Top 5 시장 중 한 곳으로 만든다는 목표다.

폭스바겐그룹코리아

그룹커뮤니케이션 및 CSR

Contact 이수진 상무

Phone +82-2-6009-0059

E-mail sujin.lee@audi.co.kr | www.avknewsroom.com

VOLKSWAGEN

GROUP KOREA

드밀커뮤니케이션

Contact 임봉선 실장

Phone +82-10-8923-5635

E-mail debbie@demillpr.com | avk@demillpr.com | www.demillpr.com

Contact 황현수 과장

Phone +82-10-9879-9902

E-mail soo@demillpr.com | avk@demillpr.com | www.demillpr.com



회사 소개:

폭스바겐그룹코리아는 산하에 폭스바겐, 아우디, 람보르기니, 벤틀리 등 네 개의 강력한 브랜드를 두고 있으며, 고객의 다양한 라이프스타일과 개성에 부합하는 폭넓은 브랜드를 수입, 판매하며 한국 수입차시장 성장에 기여하고 있다. 이와 함께 교육과 환경에 초점을 맞춘 사회공헌활동을 적극 추진하고 있다. 특히 2022년부터는 독일 본사가 지원하는 비영리 코딩학교 '42 볼프스부르크' 및 국민대학교와 함께 자동차 특화 소프트웨어 인재 양성을 위한 산학협력을 추진한다. 폭스바겐그룹코리아는 한국 시장의 지속가능한 파트너로서 산하 네 개 브랜드에 걸친 다양한 제품 포트폴리오 및 전동화를 앞세운 미래전략, 지속적인 사회공헌활동을 통해 한국의 지속가능한 모빌리티 변화에 앞장선다는 계획이다. 2004년 설립됐으며, 현재 200여명의 직원이 근무 중이다.

독일 볼프스부르크에 본사를 둔 **폭스바겐그룹**은 세계적인 자동차 제조회사이자 유럽 최대 자동차 제조회사다. ▲폭스바겐 승용차(Volkswagen Passenger Cars), ▲아우디(Audi), ▲세아트(SEAT), ▲쿠프라(Cupra), ▲스코다(SKODA), ▲벤틀리(Bentley), ▲람보르기니(Lamborghini), ▲포르쉐(Porsche), ▲두카티(Ducati), ▲폭스바겐 상용차(Volkswagen Commercial Vehicles) 등 유럽 7개국의 10개 브랜드가 그룹에 속해 있다. 소형승용차부터 럭셔리 승용차, 모터사이클, 그리고 픽업 및 버스, 대형트럭 등의 경량부터 대형 상용차까지 폭넓은 제품 포트폴리오를 갖추고 있다. 전 세계 672,800명의 직원이 차량 관련 서비스 또는 비즈니스의 다른 영역에서 근무하고 있으며, 153개국에서 차량을 판매하고 있다.

2021년 기준 전 세계에 890만대(2020년 930만대)의 차량을 판매했다. 2021년 그룹 총 매출액은 2,502억 유로(2020년 2,229억 유로), 당기순이익은 154억 유로(2020년 88억 유로)를 기록했다.
