

Vrijheid in duurzame mobiliteit

Volvo neemt zijn maatschappelijke verantwoordelijkheid. De autoproducent wil in 2040 volledig klimaatneutraal opereren. Ook omarmt Volvo nieuwe vormen van mobiliteit en zet het in op digitalisering. "Onze beursgang zal onze transformatie verder versnellen."

Mobiliteit is volop in transitie. "Elektrisch rijden neemt toe, net als de shift van autobezit naar andere vormen van autogebruik, zoals autoabonnementen", zegt Herrik van der Gaag, Managing Director van Volvo Car Nederland en Volvo Car Duitsland. "Voor Volvo biedt deze transitie volop kansen. Het is immers onze missie om vrijheid in mobiliteit te bieden op een veilige, persoonlijke en duurzame manier. Een voorbeeld hiervan is Care by Volvo, ons flexibele maandabonnement dat nu al 10% van onze verkoop voor zijn rekening neemt. Mede hierdoor is, ondanks het wereldwijde tekort aan halfgeleiders, ons marktaandeel ook het afgelopen jaar gegroeid."

Elektrificatie

"Volvo is het nummer-1-stekkermerk, plug-in hybride en volledig elektrisch aangedreven, in Nederland", zegt Van der Gaag. "We willen die koppositie graag behouden door onze elektrificatie te versnellen. In 2025 moet 50% van onze productie uit elektrische auto's bestaan; in 2030 moet dat 100% zijn. Maar alleen overstappen op elektrische aandrijving is niet genoeg. In 2040 willen we volledig klimaatneutraal zijn. Voor onze productie betekent dit dat we bijvoorbeeld alleen nog recyclebare materialen gebruiken en geen leer meer in onze interieurs verwerken. Ook de rest van onze activiteiten moet CO₂-neutraal worden, net als onze fabrieken en kantoren. Op ons hoofdkantoor in Beesd zetten we al flinke stappen, onder meer door het gebruik van zonnepanelen, groene stroom en recycling."



Herrik van der Gaag:

'Presteren tijdens de transformatie staat voorop en dat doen we met een glimlach'

Omnichannel

Om ook in de toekomst succesvol te zijn, investeert Volvo volop in zijn omnichannel strategie. Van der Gaag: "We willen mensen op verrassende en nieuwe manieren met Volvo in contact brengen, online en offline. Met als uitgangspunt dat ieder contact een ervaring oplevert die recht doet aan het premiummerk dat we zijn. Een goed voorbeeld is de Volvo Studio die we tijdelijk in de Westfield Mall in Leidschendam hebben ingericht. Ook lopen we voorop in de manier waarop we samen met onze Volvo-retailers de nieuwe customer journey vormgeven. We merken dat retailers onze transitie omarmen en er volop kansen in zien. Binnen Volvo ervaar ik veel enthousiasme onder de eigen medewerkers. Iedereen vindt het spannend en uitdagend om samen deze reis te maken. Ja, presteren tijdens de transformatie staat voorop en dat doen we met een glimlach." ◀



deel online