

Brand Group Core behauptet sich in schwierigem Umfeld – Sondereffekte beeinflussen Gesamtergebnis erheblich

Die Brand Group Core (BGC) hat die ersten neun Monate 2026 mit einem operativen Ergebnis von 4,33 Mrd. Euro abgeschlossen. Im Vorjahr lag der Wert bei 4,72 Mrd Euro. Die operative Umsatzrendite sank demnach von 4,4 % auf 4,1 %. Der erzielte Absatz von 3,75 Mio. Fahrzeugen sowie der Umsatz von 106,4 Mrd. Euro lagen nahezu auf Vorjahresniveau.

Die operative Ergebnisentwicklung wurde insgesamt beeinträchtigt durch eine weitere Verschärfung des Marktumfelds. Zunehmende Wettbewerbsintensität, ein Anstieg der Aufwendungen für Verkaufshilfen sowie negative Mixeffekte belasteten die operative Rendite der gesamten Markengruppe.

Die laufenden Performance-Programme und Initiativen zur Verbesserung der Kostenbasis innerhalb der Markengruppe Core wirken sich insgesamt positiv aus.

Getrieben durch hohe Kraftstoffpreise und staatliche Förderung hat sich besonders auf dem deutschen Markt die Nachfrage nach batterieelektrischen Fahrzeugen deutlich beschleunigt. Diese BEV-Transformation geht dabei zu Lasten des Volumens - und vor allem des Ergebnisbeitrags der ertragsstärkeren Verbrenner-Modelle (ICE).

Die Ergebnisentwicklung in den ersten neun Monaten des Jahres 2026 war darüber hinaus von erheblichen Sondereffekten belastet, insbesondere aus Restrukturierungsaufwendungen, dem angestrebten Verkauf der Volkswagen Osnabrück GmbH und der bereits umgesetzten Einstellung der ID.4-Produktion in Chattanooga.

Dies führte vor allem bei der Marke Volkswagen Pkw zu einem Rückgang der Umsatzrendite auf einen Wert von 1,3%, der damit deutlich hinter den ursprünglichen Erwartungen zurückbleibt. Ohne Berücksichtigung der genannten Sondereffekte läge die operative Rendite der Marke Volkswagen nach Q3 bei 2,6%, die der BGC bei 4,9%. Gestützt wurde das Ergebnis der Markengruppe von einer fortgesetzt starken Performance der Marke Skoda, die mit einer operativen Umsatzrendite von 8,3 % überzeugte. Volkswagen Nutzfahrzeuge erzielte eine operative Rendite von 3,8 %, SEAT & CUPRA liegt bei 0,1 % operativer Rendite.

„Das Marktumfeld bleibt sehr anspruchsvoll - und Sondereffekte belasten unser Ergebnis. Umso wichtiger ist es, den eingeschlagenen Kurs konsequent fortzusetzen und unsere Prioritäten weiter zu schärfen. Wir verbessern unsere Kostenbasis und optimieren das Working Capital - bei gleichzeitig hoher Investitionsdisziplin. Eine konkrete Maßnahme bei der Marke Volkswagen ist deshalb, die Entwicklungsleistungen für den künftigen ID. Golf vorübergehend zu pausieren, bis wir die nötigen Investitionen sicher abbilden können. In der Brand Group Core nutzen wir die Potenziale unserer markenübergreifenden Governance noch stärker. Das neue Steuerungsmodell ist ein entscheidender Hebel, um unsere Kostenbasis wettbewerbsfähiger zu gestalten, und damit noch mehr Effizienz zu erreichen.“



**David Powels, CFO Marke Volkswagen
& Brand Group Core**

Kennzahlen Brand Group Core (Jan. – Sept. 2026)

Absatz sinkt leicht auf
3,75 Mio. Fahrzeuge
(3,77 Mio. Fzg. in Q1-Q3 2025)

Der Fahrzeugabsatz liegt 0,5 % unter dem Vorjahreswert. Rückgänge bei Volkswagen Pkw, SEAT & CUPRA und Volkswagen Nutzfahrzeuge wurden durch Zuwächse bei der Marke Škoda weitgehend kompensiert.

Umsatz nahezu auf
Vorjahresniveau:
106,42 Mrd. Euro
(106,95 Mrd. Euro in Q1-Q3 2025)

Der Umsatz der Markengruppe Core bewegt sich 0,5 % unter Vorjahresniveau. Der Rückgang bei Volkswagen Pkw wurde durch ein deutliches Umsatzplus bei Škoda nahezu ausgeglichen.

Operatives Ergebnis von
4,33 Mrd. Euro
(4,72 Mrd. Euro in Q1-Q3 2025)

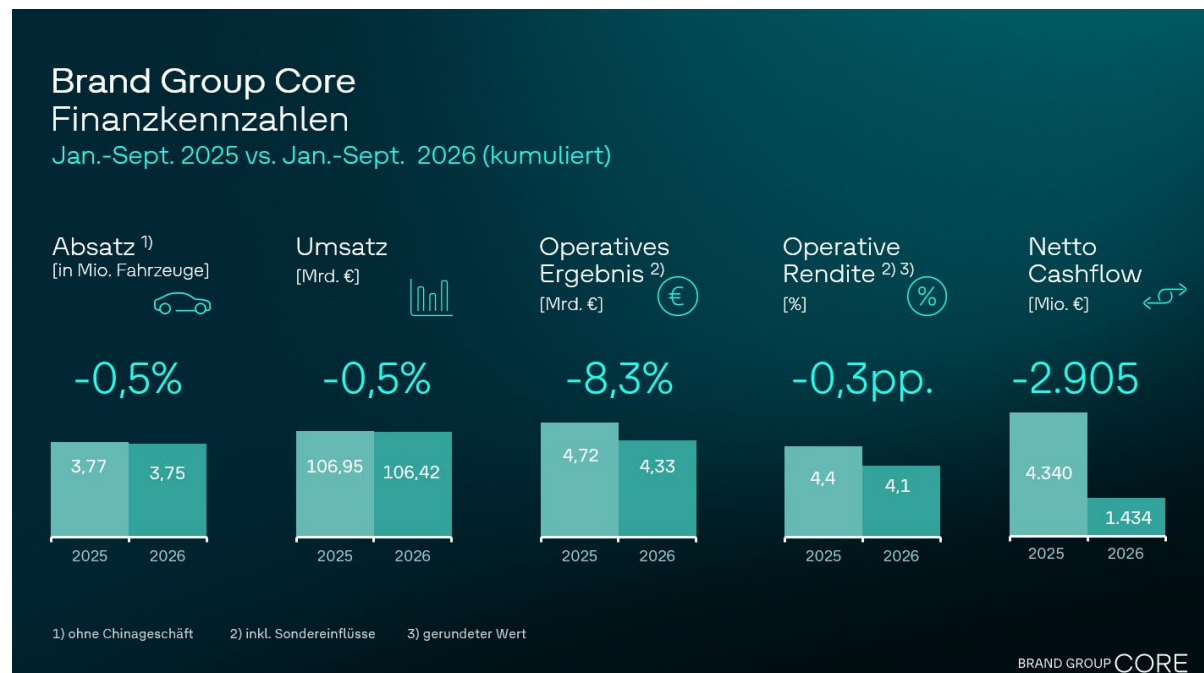
Sondereffekte, vor allem bei Volkswagen Pkw, Mixeffekte und die Marktentwicklung in China belasten das operative Ergebnis, während Škoda und besonders Volkswagen Nutzfahrzeuge deutlich zulegen.

4,1% operative Rendite
(4,4% in Q1-Q3 2025)

Die operative Rendite der BGC liegt leicht unter dem Vorjahresniveau (-0,3 Prozentpunkte). Vor Sondereffekten erreicht die BGC eine Rendite von 4,9%.

Netto-Cashflow sinkt deutlich
auf 1,43 Mrd. Euro
(4,34 Mrd. Euro in Q1-Q3 2025)

Der Netto-Cashflow verringerte sich im Jahresvergleich um 2,9 Mrd. Euro. Ausschlaggebend waren vor allem gegenläufige Working-Capital-Effekte – insbesondere aus der Entwicklung der Bestände sowie der Forderungen, Verbindlichkeiten und Rückstellungen – sowie ein niedrigerer Brutto-Cashflow. Gegenläufig wirkten geringere Investitionsauszahlungen.



Ausblick

Die Markengruppe Core treibt ihren Kurs aus markenübergreifender Zusammenarbeit und konsequenter Effizienzsteigerung weiter voran und begegnet damit gezielt dem anspruchsvollen Wettbewerbsumfeld.

Einen zentralen Hebel bildet dabei das neue BGC-Steuerungsmodell: Seit Mitte des Jahres werden Entscheidungen noch konsequenter aus der Perspektive der gesamten Markengruppe getroffen. Dies schafft eine Kultur gemeinsamer Entscheidungsfindung und eröffnet zusätzlichen Spielraum für Effizienzsteigerungen.

Zugleich verstärkt die Markengruppe Core aktuell Initiativen zur weiteren Verbesserung der Kostenbasis: Spezialisierte Task-Forces optimieren den Fahrzeugmix zwischen Verbrenner- und Elektromodellen und senken damit zusätzlich die Produktkosten. Hinzu kommt die Reduzierung von Vorleistungen zur Absicherung des Netto-Cash-Flow sowie die Optimierung des Working-Capital.

Die Volkswagen AG erwartet im Zusammenhang mit der Ende 2024 getroffenen Einigung „Zukunft Volkswagen“ zusätzliche Restrukturierungsaufwendungen aus der Ausweitung von Vorruhestandsregelungen.

Wichtige Impulse im Bereich der Fahrzeugmodelle setzen der neue ID. Tiguan¹⁾, welcher vor wenigen Wochen seine Weltpremiere feierte - sowie der Marktstart der Electric Urban Car Family. Kurz nach ihrer Einführung sind für Volkswagen ID. Polo und ID. Cross²⁾, Škoda Epiq³⁾ und CUPRA Raval bereits 150.000 Bestellungen eingegangen. Die gemeinsam entwickelten Modelle entstehen unter der Projektleitung von SEAT & CUPRA in Martorell und Pamplona und erschließen über den gesamten Produktlebenszyklus ein Synergiepotenzial von rund 600 Mio. Euro.

Die einzelnen Marken der Markengruppe Core:

Volkswagen Pkw



Volkswagen Pkw setzte in den ersten neun Monaten 2026 insgesamt 2,24 Mio. Fzg. ab (ohne China, inkl. Fremdfertigung), was einem Rückgang von 1,7 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum entspricht. Einer hohen Nachfrage nach Elektrofahrzeugen in Deutschland stand eine aktuell noch begrenzte Verfügbarkeit gegenüber, während gleichzeitig das Volumen bei ertragsstarken Verbrenner-Modellen sank. Insgesamt verzeichnete die Marke Volkswagen bei den Auslieferungen eine schwache Performance auf den internationalen Märkten und in den Regionen. Die Umsatzerlöse lagen mit 61,95 Mrd. Euro um 2,9 % unter dem Vorjahresniveau. Das operative Ergebnis lag bei 813 Mio. Euro (Vorjahr: 1.476 Mio. Euro). Maßgeblich dafür waren höhere Aufwendungen für Verkaufshilfen, negative Mixeffekte sowie hohe Sondereffekte, vor allem aus Aufwendungen im Zusammenhang mit Restrukturierungsmaßnahmen, dem Verkauf der Volkswagen Osnabrück GmbH sowie der Einstellung der ID.4-Produktion in Chattanooga. Ohne Berücksichtigung der genannten Sondereffekte läge die operative Rendite der Marke Volkswagen kumuliert nach Q3 bei 2,6%,



„Unsere Elektrofahrzeuge sind attraktiv und die Nachfrage steigt deutlich. Gleichzeitig erreichen sie noch nicht die Margen unserer Verbrenner-Modelle – der wachsende BEV-Anteil erhöht damit aktuell nochmals den Kostendruck. Deshalb arbeiten wir konsequent an Produktkosten, Skaleneffekten und einer wettbewerbsfähigen Kostenbasis, um auch bei Elektromodellen die notwendige Profitabilität zu erreichen“

David Powels, CFO Marke Volkswagen & Brand Group Core

Volkswagen Nutzfahrzeuge



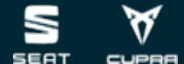
Volkswagen Nutzfahrzeuge (VWN) hat sein operatives Ergebnis in den ersten neun Monaten 2026 mehr als verdoppelt: Es stieg auf 465 Mio. Euro (VJ: 220 Mio. Euro), die Umsatzrendite verbesserte sich auf 3,8 % (VJ: 1,8 %). Ausschlaggebend war insbesondere die konsequente Kostenarbeit der Marke. Der Absatz blieb mit 320.444 Fahrzeugen weitgehend stabil (VJ: 323.900 Einheiten), der Umsatz sank moderat um 2,0 % auf 12,3 Mrd. Euro. Die Auslieferungen an Kunden stiegen dagegen um 3,2 % auf 286.100 Fahrzeuge, bei vollelektrischen Modellen sogar um 23,4 %. Besonders stark entwickelte sich das dritte Quartal: Mit einem operativen Ergebnis von 190 Mio. Euro (VJ: 13 Mio. Euro) war es das stärkste Quartal des Jahres, Absatz (+4,8 %) und Umsatz (+5,3 %) wuchsen im Vergleich zum Vorjahresquartal.



Stefan Mecha, CEO Volkswagen Nutzfahrzeuge

„Volkswagen Nutzfahrzeuge hat sein operatives Ergebnis mehr als verdoppelt, bei nahezu stabilem Absatz. Das zeigt, was konsequente Kostenarbeit leisten kann, wenn man sie durchhält. Mit dieser Entwicklung bringt sich Volkswagen Nutzfahrzeuge spürbar in den Erfolg der gesamten Markengruppe ein. Gleichzeitig stärkt der neue Transporter mit breitem Antriebs- und Variantenangebot das B2B-Geschäft. Die wachsende Nachfrage nach vollelektrischen Transportern und Vans bestätigt zudem die Bedeutung des elektrischen Portfolios.“

SEAT & CUPRA



SEAT & CUPRA erzielte zwischen Januar und September 2026 ein operatives Ergebnis von 6 Millionen Euro (VJ 16 Mio. Euro). Nach positiven Effekten der ELEVATE-Strategie und des Leistungsprogramms besonders in der ersten Jahreshälfte wurde das wirtschaftliche Umfeld nun im dritten Quartal deutlich herausfordernder. Das zunehmende Tempo der Elektrifizierung in wichtigen europäischen Märkten, der wachsende Wettbewerbsdruck und die geopolitische Volatilität beeinflussten die Leistung des Unternehmens. Während der derzeitige Marktwandel die Elektrifizierungsstrategie von SEAT & CUPRA bestätigt, unterstreicht er auch die Notwendigkeit, die Margen bei vollelektrischen Fahrzeugen weiter zu verbessern. Als Reaktion auf diese Herausforderungen verschärft das Unternehmen die Kostenkontrollmaßnahmen und treibt seine ELEVATE-Strategie konsequent voran, die auf Martorells wachsender Rolle als Industrie-Kraftpaket und dem anhaltenden Wachstum von CUPRA basiert.



Patrik Andreas Mayer, Mitglied des Markenvorstands SEAT & CUPRA, Geschäftsbereich Finanzen und IT

„Unsere geringe Rentabilität und geringe Cash-Generierung bedrohen ernsthaft unsere Fähigkeit, ausreichend in unsere Zukunft zu investieren. Das zunehmende Tempo der Elektrifizierung unterstreicht die dringende Notwendigkeit, schnell die Kostensituation unserer batterieelektrischen Fahrzeuge zu verbessern. Wir werden alle geplanten zukünftigen Investitionen kritisch neu priorisieren - und weiterhin strenge Kostendisziplin durchsetzen.“

Škoda Auto


SKODA

Škoda Auto setzte seinen Wachstumskurs auch in den ersten neun Monaten 2026 fort.

Der weltweite Absatz stieg um 3,4 % auf 899.055 Fahrzeuge, die Umsatzerlöse wuchsen um 3,5 % auf 23,1 Mrd. Euro. Besonders gefragt waren vollelektrische Modelle: Ihre Auslieferungen stiegen um 41,3 %, der Škoda Elroq war das meistverkaufte Elektroauto des Volkswagen Konzerns. Das operative Ergebnis erhöhte sich um 7,4 % auf 1,92 Mrd. Euro. Mit einer operativen Rendite von 8,3 % (VJ: 8,0 %) unterstreicht Škoda Auto seine Position als renditestarke Marke. Auch im dritten Quartal steigerte die Marke ihr operatives Ergebnis - um 10,3 % auf 557 Mio. Euro.



„Škoda Auto wächst profitabel in einem hoch wettbewerbsintensiven Umfeld, welches auf einem kundenorientierten Geschäftsmodell basiert und starke Ergebnisse innerhalb der Brand Group Core erzielt. In den ersten neun Monaten steigerten wir die Auslieferungen um 6,1 % und verteidigten damit unsere Position als zweitmeistverkaufte Automarke Europas. Das operative Ergebnis stieg um 7,4 %, die Umsatzrendite auf 8,3 %. Wir im Vorstand sind stolz auf unser Škoda-Team und danken unseren Lieferanten- und Händlerpartnern sowie der Kovo-Gewerkschaft. Wir fühlen uns geehrt durch das Vertrauen, das unsere Kunden in die Marke setzen. Dies ist eine wichtige Grundlage für die Bewältigung der weiter ansteigenden Herausforderungen im kommenden Jahr, einschließlich noch größerer Wettbewerbs- und Margenbelastung infolge unserer erfolgreichen Elektrifizierungsinitiative.“

Holger Peters, Interims-CEO Škoda Auto, Mitglied des Vorstands für Finanzen, IT und Recht

Wesentliche Kennzahlen der Markengruppe Core:

	Jan-Sept 2026	Jan-Sept 2025	Veränderung 26 /25
Absatz (inkl. Fremdfahrzeuge)	3.753 Tsd. Fzg.	3.771 Tsd. Fzg.	-0,5%
Umsatz	106,417 Mrd. Euro	106,950 Mrd. Euro	-0,5%
Operatives Ergebnis	4,326 Mrd. Euro	4,719 Mrd. Euro	-8,3%
Operative Rendite	4,1%	4,4%	-0,3%-Punkte
Netto-Cashflow	1,434 Mrd. Euro	4,340 Mrd. Euro	-2.925 Mrd. Euro

Wesentliche Kennzahlen der einzelnen Marken innerhalb der Markengruppe Core:

Fzg. / Mio. €	Absatz		Umsatz		Operatives Ergebnis		Operative Rendite	
	Jan-Sept 26	Jan-Sept 25	Jan-Sept 26	Jan-Sept 25	Jan-Sept 26	Jan-Sept 25	Jan-Sept 26	Jan-Sept 25
Volkswagen Pkw	2.239.458 ^{*)}	2.279.197 ^{*)}	61.953	63.811	813	1.476	1,3%	2,3%
Volkswagen Nutzfahrzeuge	320.444	323.900	12.284	12.539	465	220	3,8%	1,8%
SEAT & CUPRA	467.688	480.627	11.109	11.241	6	16	0,1%	0,1%
Škoda Auto	899.055 ^{*)}	869.653 ^{*)}	23.132	22.342	1.923	1.790	8,3%	8,0%

^{*)} umfasst Verkäufe an Vertriebsgesellschaften inkl. anderer Konzernmarken

- 1) ID. Tiguan - Energieverbrauch kombiniert: 17,3 – 14,6 kWh/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert: 0 g/km; CO₂-Klasse: A.
- 2) ID. Cross - Stromverbrauch kombiniert 16,9-14,3 kWh/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert 0 g/km; CO₂-Klasse: A.
- 3) Skoda Epiq - Seriennahes Konzeptfahrzeug. Das Modell ist noch nicht im Handel erhältlich.

Kontakt**Jens Katemann**

Leitung Kommunikation
Marke Volkswagen und Brand Group Core

+49 1520 912 7561
jens.katemann@volkswagen.de

Christoph Adomat

Kommunikation
Brand Group Core

+49 160 90 83 21 10
christoph.adomat@volkswagen.de

Über die Markengruppe Core

Die Marken des Volkswagen Konzerns sind in die Markengruppen Core, Progressive, Sport Luxury und Trucks aufgeteilt. Hinzu kommen CARIAD, Group Technology und Financial Services.

Innerhalb der Markengruppe Core arbeiten mehr als 200.000 Mitarbeiter der Schwestermarken Volkswagen, Škoda, SEAT & CUPRA und Volkswagen Nutzfahrzeuge an über 20 Standorten zusammen, um ihre bestehenden gewaltigen Synergiepotenziale zu realisieren. Durch die Standardisierung und Verschlinkung von Prozessen sowie die stärkere Nutzung gemeinsamer Ressourcen werden die Core-Marken schrittweise effizienter – und schaffen so den benötigten Freiraum für die aufeinander abgestimmte und nachhaltige Entwicklung von „best in class“-Produkten im jeweiligen Marktsegment.

Über die Volkswagen Group

Die Volkswagen Group ist einer der weltweit führenden Automobilhersteller mit Hauptsitz in Wolfsburg, Deutschland. Sie ist global tätig und verfügt über 111 Produktionsstätten in 16 europäischen Ländern und 10 Ländern in Nord- und Südamerika, Asien und Afrika. Der Konzern beschäftigt rund 663.000 Mitarbeiter. Die Fahrzeuge der Gruppe werden in über 150 Ländern verkauft.

Mit einem umfassenden Portfolio starker globaler Marken, führenden Technologien im industriellen Maßstab, innovativen Ideen zur Erschließung künftiger Profit Pools und einem unternehmerisch denkenden Führungsteam setzt sich der Volkswagen Konzern dafür ein, die Zukunft der Mobilität durch Investitionen in elektrische und autonom fahrende Fahrzeuge, Digitalisierung und Nachhaltigkeit zu gestalten. Das Ziel: Als „Global Automotive Tech Driver“ die besten automobilen Technologien für Kunden weltweit zugänglich zu machen – von der Einstiegsmobilität bis zum Luxussegment.

Im Jahr 2025 betrugen die weltweiten Auslieferungen von Konzernfahrzeugen 9,0 Mio. (2024: 9,0 Mio.). Der Umsatz des Konzerns belief sich im Jahr 2025 auf 321,9 Mrd. Euro (2024: 324,7 Mrd. Euro). Das operative Ergebnis betrug im Jahr 2025 8,9 Mrd. Euro (2024: 19,1 Mrd. Euro).