

Brand Group Core besetzt Schlüsselpositionen in Märkten und im Vertrieb neu

- **Marco Schubert** zum Mitglied der erweiterten Konzernleitung für die Region Nordamerika berufen. In dieser Funktion übernimmt er die Verantwortung für die Gesamtstrategie der Region Nordamerika
- **Martin Sander** folgt Schubert von Volkswagen zu Audi als neuer Vorstand für Vertrieb und Marketing und Mitglied der erweiterten Konzernleitung
- **Martin Jahn** übernimmt als Vorstand für Vertrieb, Marketing und After Sales bei Volkswagen
- Bei Skoda übernimmt **Martina Biene** die Aufgabe von Jahn als neue Vorständin für Vertrieb und Marketing
- **Christiane Zorn** wird neue Vorsitzende und Geschäftsführerin der Volkswagen Group Africa

Wolfsburg, 3. September 2026 – Die Brand Group Core (BGC), der organisatorische Verbund der Volumenmarken innerhalb des Volkswagen Konzerns, besetzt Schlüsselaufgaben in Märkten und im Vertrieb neu.

„Mit Marco Schubert gewinnen wir einen ausgewiesenen Vertriebs- und Markenexperten für Nordamerika. Der Markt ist für Volkswagen von zentraler Bedeutung und wir wollen dort deutlich an Schlagkraft gewinnen. Entscheidend ist, dass wir näher an die Kunden und Händler rücken und die richtigen Fahrzeuge für den Markt aus dem Markt heraus entwickeln. So wie wir es in China und Europa heute bereits machen. Dafür haben wir in den vergangenen Monaten einen klaren Plan entwickelt. Marco Schubert kennt unsere Marken, unsere Stärken und die internationalen Märkte aus vielen Jahren Erfahrung. Er wird diese neue Strategie und damit die Transformation unseres Geschäfts in Nordamerika mit Tempo und Konsequenz vorantreiben. Ich freue mich auf die enge Zusammenarbeit mit ihm.“

Thomas Schäfer, Mitglied des Konzernvorstands, CEO der Marke Volkswagen Pkw und CEO der Brand Group Core



Medieninformation

Künftig wird sich Volkswagen in Nordamerika auf jene Segmente konzentrieren, die die stärkste Marktnachfrage aufweisen und den Bedürfnissen der Kunden und Händler vor Ort entsprechen. Erfolgreiche Modelle sollen weiter gestärkt, das Portfolio ausgebaut und die Präsenz von Volkswagen im wachsenden HEV-Segment (Hybrid Electric Vehicles) beschleunigt werden. Entsprechend den Strategien „In China – für China“ und „In Europa – für Europa“ verfolgt Volkswagen künftig auch eine konsequente Nordamerika Strategie. In diesem Zusammenhang wird die Marke insbesondere das nachfragestarke B-Segment mit Leiterrahmenplattformen für robuste SUVs und Pick-ups, als möglicher Bestandteil des zukünftigen Produktportfolios von Volkswagen, untersuchen.

Die Pressemitteilung der Volkswagen Group mit Statement von Oliver Blume finden Sie [hier](#).

Thomas Schäfer: „Wir verfügen nun über ein starkes Führungsteam für Volkswagen in Nordamerika, mit dem wir unsere Strategie in diesem wichtigen Automobilmarkt konsequent umsetzen werden. Es geht nicht um kurzfristige Erfolge, sondern um eine robuste Strategie, die nachhaltige Profitabilität sichert und klar auf die Bedürfnisse nordamerikanischer Kunden ausgerichtet ist.“

Martin Sander folgt auf Marco Schubert und wird zum 1. Oktober 2026 neuer Vorstand für Vertrieb und Marketing bei der Marke Audi. Zudem wird er Mitglied der erweiterten Konzernleitung mit direkter Anbindung an den CEO der Volkswagen Group. Aktuell ist Sander Vorstand für Vertrieb, Marketing und After Sales der Marke Volkswagen.

Martin Jahn folgt wiederum auf Martin Sander. Er übernimmt ab 1. Oktober 2026 die Vorstandsposition für Vertrieb, Marketing und After Sales bei der Marke Volkswagen. Aktuell ist Jahn Vorstand für Vertrieb und Marketing bei Škoda.

Martina Biene übernimmt zum 1. Oktober 2026 von Martin Jahn und wird neue Vorständin für Vertrieb und Marketing bei Škoda. Aktuell ist Biene Vorsitzende und Geschäftsführerin der Volkswagen Group Africa.

Christiane Zorn wird neue Vorsitzende und Geschäftsführerin der Volkswagen Group Africa. Sie übernimmt damit die Aufgabe zum 1. Oktober 2026 von Martina Biene und wird in dieser Funktion direkt an Thomas Schäfer berichten.

Thomas Schäfer: „Die Märkte verändern sich schnell und konsequentes Handeln ist gefragt. Umso wichtiger ist es, Führungskräfte mit der richtigen Erfahrung zur richtigen Zeit in die richtige Verantwortung zu bringen. Genau das tun wir. Von Nordamerika über Volkswagen zu Skoda entsteht eine nahtlose Staffellübergabe mit erfahrenen Führungspersönlichkeiten, die unsere Marken, unsere Kunden und unsere Märkte kennen. Das gibt uns einerseits Stabilität und erhöht andererseits das Veränderungstempo, wo wir es jetzt benötigen.“

Medieninformation

+++

Marco Schubert verfügt über mehr als 25 Jahre Berufserfahrung im Volkswagen Konzern und hat in dieser Zeit zahlreiche Schlüsselpositionen in wichtigen internationalen Märkten erfolgreich gestaltet. Bei Audi verantwortete er unter anderem die Region Nordeuropa und war als Managing Director in Schweden tätig. Anschließend leitete er bis 2018 bei Škoda den Vertrieb für Asien und die Überseemärkte.

Als Präsident der Audi Sales Company in China steuerte der gebürtige Magdeburger drei Jahre lang die Vertriebsaktivitäten des weltweit bedeutendsten Automobileinzelmärktes in einem herausfordernden Umfeld. Anschließend wurde ihm die Verantwortung für die Region Europa bei Porsche übertragen.

Seit September 2024 ist Marco Schubert Vorstand für Vertrieb und Marketing der Marke Audi sowie Mitglied der erweiterten Konzernleitung mit Verantwortung für Sales, Marketing und After Sales.

Marco Schubert hat den Vertrieb der Volkswagen Group zukunftssicher ausgerichtet – unter anderem durch die Neuausrichtung der Flottensteuerung, die Verbesserung der After-Sales-Performance sowie die nachhaltige Stärkung der Zusammenarbeit zwischen OEM, Importeur und Handel.

Martin Sander ist Diplomingenieur und blickt auf eine 25-jährige Karriere in der Automobilindustrie zurück. Bei der Audi AG hatte er eine Reihe verschiedener Führungspositionen in Nordamerika und Europa inne. Hierunter fallen unter anderem Positionen als Senior Vice President of Sales für Europa, Deutschland, Amerika und UK. Sander war Vorsitzender der Geschäftsführung der Ford-Werke GmbH sowie General Manager Ford Model e für Ford of Europe. Seit Juli 2024 ist er Vorstand für Vertrieb, Marketing und After Sales bei Volkswagen Pkw.

Martin Jahn begann 2006 seine Karriere im Volkswagen Konzern als Škoda Personalvorstand. Im Anschluss wurde er zum Geschäftsführer der Volkswagen Group NSC in Russland ernannt, wo er für den Konzernvertrieb verantwortlich war. Von 2010 bis 2016 war er Geschäftsführer des internationalen Flottengeschäfts des Volkswagen Konzerns in Wolfsburg. 2016 wurde er bei FAW-VW im chinesischen Changchun zum Executive Vice President für Sales & Marketing und Managing Director der Marke Volkswagen berufen. Seit März 2021 ist Martin Jahn Vorstand für Vertrieb und Marketing bei Škoda Auto.

Martina Biene kam 2001 zu Volkswagen. Sie hatte verschiedene Positionen im Volkswagen Konzern inne, darunter Strategie und Vertrieb von Premiumfahrzeugen, Area Sales Manager für Belgien und Luxemburg, Head of Product Planning für Deutschland, Head of Global Product Marketing und Head of the Volkswagen Brand in South Africa. Im August 2020 wurde sie zur Leiterin der Volkswagen Baureihe Small und Compact ernannt. Seit September 2022 ist sie Vorsitzende und Geschäftsführerin der Volkswagen Group Africa.



Medieninformation

Christiane Zorn ist seit 20 Jahren in der Automobilindustrie tätig. Nach mehreren Jahren als Beraterin bei der Boston Consulting Group ging sie im Jahr 2013 zu BMW, mit Stationen in München und Peking. Ab März 2020 war sie in verschiedenen leitenden Funktionen bei Audi tätig, unter anderem im Vertrieb China, als Leiterin Produktmarketing sowie als Leiterin Produktstrategie. Im Mai 2025 wechselte sie zur Porsche AG und übernahm die Leitung Vertrieb Overseas.

Jens Katemann

Leiter Kommunikation •
Volkswagen Marke & Brand Group Core

+49 (0) 152 0912 7561

jens.katemann@volkswagen.de

Tobias Riepe

CEO & Strategic Communications

+49 (0) 152 02130389

tobias.riepe@volkswagen.de



Medieninformation

Über den Volkswagen Konzern

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).

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, Financial Services und MOIA. Innerhalb der Markengruppe Core (MGC) arbeiten mehr als 200.000 Mitarbeiter der Schwestermarken Volkswagen, Škoda, SEAT/CUPRA und VW Nutzfahrzeuge an 21 Standorten zusammen, um ihre bestehenden gewaltigen Synergiepotenziale zu realisieren. Durch die Standardisierung und Verschlankeung von Prozessen sowie die stärkere Nutzung gemeinsamer Ressourcen werden die Core-Marken insgesamt deutlich effizienter - und schaffen so den benötigten Freiraum für die aufeinander abgestimmte und nachhaltige Entwicklung von „best in class“-Produkten im jeweiligen Marktsegment. Um als volumenstarker Kern des Volkswagen Konzerns zu agieren, strebt die Markengruppe Core durch gemeinsam erarbeitete und klar definierte Schwerpunkt-Themenfelder eine nachhaltige konsolidierte Umsatzrendite von acht Prozent an.