



Brand Group Core mit soliden Ergebnissen – Einmaleffekte belasten Marke Volkswagen

Die Brand Group Core (BGC), der organisatorische Zusammenschluss der Volumenmarken des Volkswagen Konzerns, hat das erste Quartal 2026 mit einem operativen Ergebnis von 1,54 Mrd. Euro abgeschlossen. Der Umsatz lag bei 34,9 Mrd. Euro, die operative Umsatzrendite bei 4,4 %. Der Absatz stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum moderat auf 1,23 Mio. Fahrzeuge. Über alle Marken der Brand Group Core hinweg wurde die Ergebnisentwicklung durch optimierte Produktkosten und konsequentes Kostenmanagement getragen.

Belastungen durch schwächere Volumina in China und den USA wurden kompensiert – ein Beleg für die anhaltenden Fortschritte bei den Effizienzmaßnahmen.

Bei der Marke Volkswagen wirkten sich im ersten Quartal Produktmix und Zollbelastungen negativ auf das Ergebnis aus. Zusätzlich belastend wirken Aufwendungen aus der Einstellung der Produktion des ID.4 in den USA. Dies hatte den größten Ergebniseffekt im Quartal. Škoda Auto verzeichnete starke Entwicklungen in Vertrieb, Marge und Cashflow und verbesserte seine Umsatzrendite auf 8,3 %. SEAT&CUPRA steigerte die Rentabilität auf 1,2 %, Volkswagen Nutzfahrzeuge verbesserte die Marge auf 3,9 %. Der Netto-Cashflow belief sich in Q1 auf -53 Mio. Euro. Dies ist auf übliche saisonale Effekte im Nettoumlaufvermögen zurückzuführen. Die operative Cash-Generierung im Kerngeschäft blieb robust. Bereinigt um die modellspezifische Abschreibung bei der Marke Volkswagen setzt die Brand Group Core ihren Kurs zur Margenverbesserung und Kostendisziplin konsequent fort.

„Die Markengruppe Core hat im ersten Quartal eine solide Leistung in einem herausfordernden Umfeld erzielt. Wenn man die Aufwendungen aus der Einstellung der ID.4-Produktion von Volkswagen in den USA außen vor lässt, fällt die operative Entwicklung in Q1 insgesamt positiv aus – ein Beleg für die Fortschritte, die wir bei Margen und Kostendisziplin erzielen. Dennoch verdienen wir damit aktuell noch nicht genug, um unsere Zukunft nachhaltig zu finanzieren. Konsequente Kostenkontrolle und operative Performance bleiben deshalb unsere Top-Prioritäten.“

David Powels, CFO Marke Volkswagen & Brand Group Core





Kennzahlen Brand Group Core (Jan. – März 2026)

Absatz der Brand Group Core steigt auf 1,23 Mio. Fahrzeuge (1,22 Mio. Fahrzeuge in Q1 2025)

Im Vergleich zum Vorjahr wächst der Fahrzeugabsatz moderat um 0,2 %.

Umsatz sinkt um 1,3 % auf 34,9 Mrd. Euro (35,3 Mrd. Euro in Q1 2025)

Der leichte Umsatzrückgang spiegelt das herausfordernde Marktumfeld wider; Škoda erzielt ein deutliches Plus durch das starke Europageschäft.

Operatives Ergebnis von 1,54 Mrd. Euro (1,12 Mrd. Euro in Q1 2025)

Das operative Ergebnis verbesserte sich deutlich um rund 38 %. Eingeleitete Effizienzmaßnahmen zeigen Wirkung.

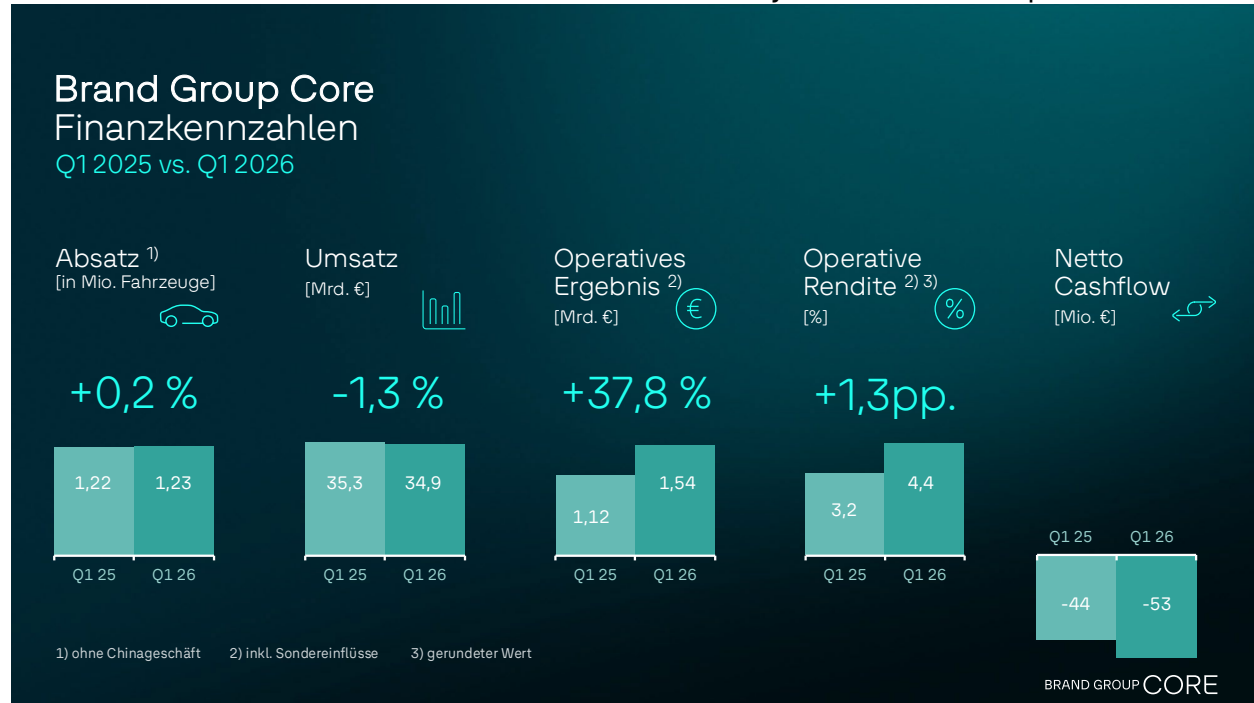
4,4 % operative Rendite der Markengruppe Core (3,2 % in Q1 2025)

Die operative Rendite von 4,4 % spiegelt insbesondere die höheren US-Importzölle, anhaltende Restrukturierungskosten und Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Produktionsstopp des ID.4 in den USA wider, liegt aber über Vorjahr. Bereinigt um Kosten für Restrukturierungen und den ID.4 Produktionsstopp läge die Rendite der BGC bei 6,3 %.

Netto-Cashflow sinkt auf -53 Mio. Euro (-44 Mio. Euro in Q1 2025)

Der Netto-Cashflow lag im ersten Quartal 2026 bei -53 Mio. Euro, was auf übliche saisonale Umlaufvermögensseffekte

zurückzuführen ist und in etwa dem Vorjahresniveau entspricht.



Ausblick

Die Markengruppe Core setzt ihren Kurs konsequenter Effizienzsteigerung und markenübergreifender Zusammenarbeit fort. Mit dem seit Januar 2026 neu strukturierten Markengruppenvorstand wurden die organisatorischen Grundlagen geschaffen, um Entscheidungswege zu verkürzen, Strukturen zu verschlanken und die Wettbewerbsfähigkeit der Markengruppe weiterhin nachhaltig zu stärken.

Mit dem Anlauf der Electric Urban Car Family im Jahr 2026 bringt die Markengruppe Core vier Elektromodelle im Kompaktsegment auf den Markt. Unter der Projektleitung von SEAT/CUPRA entstehen an den spanischen Standorten Martorell und Pamplona zwei Modelle der Marke Volkswagen, sowie je ein Modell von CUPRA und Škoda. Sie wurden gemeinsam entwickelt, sind jedoch in Design, Positionierung und Kundenversprechen klar differenziert. Die Modelle zeigen, dass Skalierung nicht Kompromiss bedeutet, sondern erschwingliche elektrische Mobilität und einen starken



Markenauftritt. Über den gesamten Produktlebenszyklus erschließt die Electric Urban Car Family ein Synergiepotenzial von 650 Mio. Euro.

Volkswagen Pkw steht vor dem Anlauf des breitesten elektrischen Modellprogramms der Markengeschichte. Im Jahr 2026 feiern ID. Polo¹, ID. Polo GTI², ID. Cross³ und der ID.3 GTI⁴ ihre Weltpremiere - und ergänzen damit den kürzlich vorgestellten ID.3 Neo⁵. Besonders der ID. Polo setzt einen neuen Maßstab für erschwingliche Elektromobilität im Kompaktsegment. Alle Modelle basieren auf der neuesten Entwicklungsstufe des Modularen E-Antriebsbaukastens, dem MEB+. Eine Technologie, die bislang höheren Fahrzeugklassen vorbehalten war, und nun erstmals in der Kleinwagenklasse zugänglich wird. Die Modelloffensive steht insgesamt für die strategische Neuausrichtung der Marke: Qualität, Wertigkeit und technische Kompetenz als Grundlage für die Demokratisierung der Elektromobilität.

In den USA hat Volkswagen die lokale Produktion des elektrischen ID.4 eingestellt, stattdessen wird der Standort Chattanooga auf hochvolumige Verbrennermodelle wie den Volkswagen Atlas ausgelegt. Die damit verbundenen Aufwendungen in Höhe von 0,5 Mrd. Euro reflektieren die Anpassung der lokalen Produktstrategie an die veränderten Marktbedingungen.

Gleichzeitig wird das Geschäftsmodell des Volkswagen Konzerns neu ausgerichtet. Das neue Zielbild 2030 nimmt die derzeitigen Herausforderungen aus einem sich schnell verändernden Umfeld auf. Das Produktportfolio wird ebenso weiter verschlankt wie Strukturen und Prozesse. Der Fokus liegt auf jenen Plattformen und Technologien, die für den Kunden einen erlebbaren Unterschied machen. Weiterhin gilt es, die Verantwortlichkeiten auf allen Ebenen weiter zu schärfen: Klare Zuständigkeiten zwischen Konzern, Marken und Regionen machen Entscheidungen schneller und verbindlicher. Der Ressourceneinsatz findet diszipliniert dort statt, wo Wettbewerbsfähigkeit und Kundenmehrwert geschaffen werden.

Die einzelnen Marken der Markengruppe Core

Volkswagen Pkw



Volkswagen Pkw setzte im ersten Quartal 2026 insgesamt 715.984 Fahrzeugen ab (ohne China, inkl. Fremdfertigung), was einem Rückgang von 1,4% gegenüber dem Vorjahreswert entspricht. Belastend wirkte dabei das insgesamt schwierige Marktumfeld. Die Umsatzerlöse lagen mit 19,9 Mrd. EUR um 6,3 % unter dem Vorjahresniveau. Das operative Ergebnis lag nach Sondereffekten bei 73 Mio. EUR, und damit leicht unter dem Vorjahreswert von 112 Mio. EUR.

Maßgeblich dafür waren Aufwendungen im Zusammenhang mit der Einstellung der ID.4-Produktion in Chattanooga, US-Importzölle sowie Restrukturierungskosten. Die operative Rendite nach Sondereffekten betrug 0,4 %. Ohne Restrukturierungskosten und die Aufwendungen im Zusammenhang mit dem ID.4 läge die Rendite der Marke Volkswagen in Q1 bei 3,5 %.



„Modelle wie T-Cross und Tayron entwickeln sich im ersten Quartal erfreulich - und mit unseren neuen ID. Modellen bringen wir nun attraktive Einstiegsmobilität und ‚echte Volkswagen‘ auf den Markt. Gleichzeitig sind wir in den USA mit Marktrealitäten konfrontiert, welche die Profitabilität der Marke spürbar belasten und die Notwendigkeit konsequenter Kostenmaßnahmen und weiterer Effizienzsteigerungen nochmals deutlich unterstreichen.“

David Powels, CFO Marke Volkswagen & Brand Group Core

Volkswagen Nutzfahrzeuge



Volkswagen Nutzfahrzeuge (VWN) hat im ersten Quartal rund 88.900 Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert, was einem Wachstum von rund 10 % gegenüber dem ersten Quartal 2025 entspricht. Insbesondere der Anteil vollelektrischer Fahrzeuge konnte weiter gesteigert werden. Wesentliche Treiber dieser Entwicklung waren vor allem der New Transporter sowie ein deutlich gestiegener Absatz des ID. Buzz in Europa. Mit einem Marktanteil von 21,9 % bleibt VWN damit auch weiterhin klarer Marktführer im BEV-Segment. Der Absatz entwickelte sich hingegen mit 99.000 Fahrzeugen um 8 % unter dem Vorjahresniveau. Infolge des geringeren Volumens ging auch der Umsatz auf 3,9 Milliarden Euro (VJ: 4,1 Mrd. EUR) zurück. Fortschritte in der Kostenarbeit führten zu einer deutlichen Ergebnisverbesserung: Das operative Ergebnis der Marke stieg auf 154 Mio. Euro (VJ: 37 Mio. Euro), die Umsatzrendite verbesserte sich auf 3,9 % (VJ: 0,9 %).



„Im ersten Quartal konnten wir uns mit einer Steigerung der Auslieferungen von rund 10 % in einem intensiven Wettbewerbsumfeld gut behaupten. Der erfolgreiche Start neuer Modelle und die starke Entwicklung unserer elektrischen Fahrzeuge bestätigen unseren Kurs. Wir fokussieren uns weiter auf Kostendisziplin, Effizienz und strategische Weiterentwicklung und konnten damit unser operatives Ergebnis deutlich verbessern.“

Michael Obrowski
Mitglied des Markenvorstands Volkswagen Nutzfahrzeuge
Geschäftsbereich Finanzen & IT

SEAT & CUPRA



SEAT & CUPRA erzielte im ersten Quartal 2026 nachhaltiges Wachstum und erreichte zwischen Januar und März einen operativen Gewinn von 43 Millionen Euro - eine Verbesserung von 38 Millionen Euro gegenüber dem ersten Quartal des Vorjahres. Dieser Wandel wurde durch disziplinierte Senkungen bei Produkt- und indirekten Kosten, die konsequente Umsetzung des Performance Programms sowie durch die Befreiung des CUPRA Tavascan von den zusätzlichen EU-Ausgleichszöllen getrieben. CUPRA hielt seinen Schwung aufrecht, erzielte mit insgesamt 79.800 Auslieferungen das stärkste erste Quartal aller Zeiten und verzeichnete im März mit 36.300 Auslieferungen den besten Verkaufsmonat aller Zeiten. Mit Blick auf die Zukunft unterstreicht diese Leistung das Vertrauen in den Gesamtjahresausblick, mit zusätzlichem Schwung für die kommenden Quartale, da der neue CUPRA Born, der überarbeitete CUPRA Tavascan und der CUPRA Raval auf den Markt kommen werden.



"Unsere Leistung im ersten Quartal zeigt die Widerstandsfähigkeit und Entschlossenheit von SEAT & CUPRA. In einem äußerst wettbewerbsintensiven und herausfordernden Marktumfeld erzielen wir dank unseres Performance Programms greifbare Ergebnisse. Wir haben einen klaren Plan und setzen ihn um, indem wir die direkten Produktkosten sowie unsere Fixkostenbasis senken. Gleichzeitig geben uns die Rekordergebnisse von CUPRA sowie die bevorstehenden Modelleinführungen in 2026 Zutrauen für das Gesamtjahr."

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

Škoda Auto

**SKODA**

Škoda Auto knüpfte im ersten Quartal 2026 an seine starke Entwicklung der Vorjahre an. Der weltweite Absatz stieg um 13,9% auf 314.611 Fahrzeuge. Die Umsatzerlöse wuchsen um 9,1% auf 7,9 Mrd. EUR. Das operative Ergebnis stieg um 20,9% auf 660 Mio. EUR. Mit einer operativen Rendite von 8,3% gegenüber 7,5% im Vorjahreszeitraum festigt Škoda Auto seine Position als renditestarke Marke. Die konsequente Umsetzung des Programms Next Level Efficiency+ sowie ein günstiger Modellmix trugen maßgeblich zu dieser Entwicklung bei.



"Unser solides Ergebnis im ersten Quartal zeigt die disziplinierte Art und Weise, wie wir das Geschäft führen. Starkes Umsatzwachstum wurde mit sehr solider Rentabilität kombiniert, was die Effektivität unserer Maßnahmen bestätigt. Die Umsatzrendite bleibt auf einem sehr gesunden Niveau, während der starke Anstieg des Nettocashflows die Widerstandsfähigkeit des Unternehmens unterstreicht. Diese finanzielle Performance stärkt die Widerstandsfähigkeit von Škoda in einer Phase großer Transformation. Gestützt auf das Synergiepotential im Volkswagen-Konzern und der BGC ist Škoda Auto bestens positioniert, um zukünftige Herausforderungen zu meistern."

Holger Peters
Mitglied des Markenvorstands Škoda Auto
Geschäftsbereich Finanzen, IT und Legal Affairs



Wesentliche Kennzahlen der Markengruppe Core:

Finanzkennzahlen	Q1 2026	Q1 2025	Veränderung 26 /25
Absatz (inkl. Fremdfahrzeuge)	1.227 Tsd. Fzg.	1.224 Tsd. Fzg.	+0,2%
Umsatz	34.874 Mio. Euro	35.340 Mio. Euro	-1,3%
Operatives Ergebnis	1.541 Mio. Euro	1.118 Mio. Euro	+37,8%
Operative Rendite	4,4%	3,2%	+1,3%-Punkte ¹⁾
Netto-Cashflow	-53 Mio. Euro	-44 Mio. Euro	

1) gerundeter Wert

Wesentliche Kennzahlen der einzelnen Marken innerhalb der Markengruppe Core:

Tsd.Fzg. / Mio. €	Absatz		Umsatz		Operatives Ergebnis		Operative Rendite	
	2026	2025	2026	2025	2026	2025	2026	2025
Volkswagen Pkw	715.984 ¹⁾	726.267 ¹⁾	19.897	21.226	73	112	0,4%	0,5%
Volkswagen Nutzfahrzeuge	99.490	108.721	3.922	4.138	154	37	3,9%	0,9%
SEAT/CUPRA	155.725	158.238	3.677	3.895	43	5	1,2%	0,1%
Škoda Auto	314.611 ¹⁾	276.245 ¹⁾	7.921	7.259	660	546	8,3%	7,5%

1) umfasst Verkäufe an Vertriebsgesellschaften inkl. anderer Konzernmarken

¹ ID. Polo (155 kW) - Stromverbrauch kombiniert 14,6-13,3 kWh/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert 0 g/km; CO₂-Klasse: A

² ID. Polo GTI - Seriennahe Studie. Das Modell wird noch nicht zum Verkauf angeboten

³ ID. Cross - Seriennahe Studie. Das Modell wird noch nicht zum Verkauf angeboten

⁴ ID.3 GTI - Seriennahe Studie. Das Modell wird noch nicht zum Verkauf angeboten

⁵ ID.3 Neo - Stromverbrauch kombiniert 13,9-15,7 kWh/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert 0 g/km; CO₂-Klasse: A



Medieninformation | 30.04.2026

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, Financial Services und MOIA.

Innerhalb der Markengruppe Core arbeiten mehr als 200.000 Mitarbeiter der Schwestermarken Volkswagen, Škoda, SEAT/CUPRA und VW-Nutzfahrzeuge an über 20 Standorten zusammen, um ihre bestehenden gewaltigen Synergiepotenziale zu realisieren.

Durch die Standardisierung und Verschlanung 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.

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 betragen 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).