

Brand Group Core steigert operatives Ergebnis im ersten Halbjahr – neuer Markengruppenvorstand verstärkt markenübergreifende Zusammenarbeit

Die Brand Group Core (BGC), der organisatorische Verbund der Volumenmarken innerhalb des Volkswagen Konzerns, hat im ersten Halbjahr 2026 ein operatives Ergebnis von 3,61 Milliarden Euro erzielt, 4,5 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum. Die operative Rendite verbessert sich im Jahresvergleich leicht auf 4,9 Prozent.

In einem Umfeld, das weiterhin durch US-Handelszölle und wachsenden Wettbewerbsdruck geprägt bleibt, wirken sich die konsequente Kostenkontrolle und verstärkte Zusammenarbeit positiv auf das Halbjahresergebnis aus. Geopolitische Krisen belasten jedoch weiterhin Märkte und Lieferketten. Regulatorische Anforderungen und Handelsbarrieren nehmen stetig weiter zu. Dazu kommen weltweit tiefgreifende Marktumbrüche. Die Brand Group Core wird sich aus den genannten Gründen noch effizienter und robuster aufstellen und strebt weitere Kostensenkungen und die Reduzierung von Komplexität in Prozessen, Strukturen und Produkten an.

Anfang Juli hat deshalb der neu geschaffene BGC-Markengruppenvorstand, bestehend aus den vier Vorstandsvorsitzenden der Volumenmarken (Thomas Schäfer/Volkswagen, Klaus Zellmer/Škoda, Markus Haupt/SEAT&CUPRA, Stefan Mecha/VWN) sowie den Leitern der BGC-Funktionen Finanz (David Powels), Beschaffung (Karsten Schnake), Produktion (Christian Vollmer) und Technische Entwicklung (Kai Grünitz), seine Arbeit aufgenommen. Damit verbunden ist eine veränderte Führungsstruktur mit klar verankerten Zuständigkeiten und zunehmender regionaler Verantwortung in der Volumengruppe des Volkswagen Konzerns.

„Die Ergebnisse des ersten Halbjahres zeigen: Unsere Zusammenarbeit als Markengruppe ist wirksam - und auf den gemeinsamen Erfolg ausgerichtet. Dies zahlt sich nun immer mehr aus! Geopolitische Krisen und tiefgreifende Marktumbrüche belasten jedoch weiterhin unser Geschäft. Mit dem neuen Markengruppenvorstand gehen wir deshalb seit Juli den nächsten organisatorischen Schritt: Klare Verantwortlichkeiten, schlankere Gremien - und eine optimierte Zusammenarbeit in den Bereichen Produktion, Beschaffung und Entwicklung. Wir wissen: Weltweit werden die Herausforderungen weiterhin wachsen - und nur durch konsequente Zusammenarbeit und Nutzung von Synergien werden wir nachhaltig erfolgreich sein.“

**Thomas Schäfer, Mitglied des Konzernvorstands,
CEO Marke Volkswagen Pkw**





„Das erste Halbjahr 2026 zeigt ein differenziertes finanzielles Bild. Dank konsequenter Kostenarbeit, insbesondere als Ergebnis unserer Performanceprogramme, konnten wir Sondereffekte wie die Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Produktionsende des ID.4 in NAR kompensieren - und ein leicht verbessertes Operatives Ergebnis gegenüber dem Vorjahreszeitraum erzielen. Dass die Umsatzsteigerung hinter dem Absatzzuwachs zurückbleibt, zeigt jedoch, wie herausfordernd das wirtschaftliche Umfeld ist. Der stetig zunehmende Wettbewerb und die neuen weltwirtschaftlichen Realitäten erfordern von uns, unser Geschäftsmodell deutlich robuster zu gestalten, um für die Zukunft gerüstet und nachhaltig erfolgreich zu sein. Um unsere Wettbewerbsfähigkeit bis 2030 nachhaltig zu stärken, müssen und werden wir deshalb die erheblichen weiteren Potenziale bei Kosten, Komplexität und Zusammenarbeit heben. Dort, wo wir als Markengruppe gemeinsam steuern, werden Effizienzgewinne und Skaleneffekte zunehmend bereits heute schon sichtbar.“

**David Powels, CFO Marke Volkswagen Pkw,
Leiter Finanz Brand Group Core**

Brand Group Core Finanzkennzahlen

H1 2025 vs. H1 2026

Absatz ¹⁾
[in Mio. Fahrzeuge]



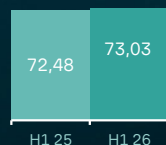
+2,5%



Umsatz
[Mrd. €]



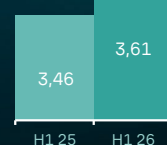
+0,8%



Operatives
Ergebnis ²⁾
[Mrd. €]



+4,5%



Operative
Rendite ^{2) 3)}
[%]



+0,2pp.



Netto
Cashflow
[Mio. €]



+485



1) ohne Chinageschäft

2) inkl. Sondereinflüsse

3) gerundeter Wert

Absatz der Markengruppe Core steigt leicht auf 2,59 Mio. Fzg. (2,53 Mio. Fahrzeuge in H1 2025)

Treiber sind Absatzsteigerungen bei Škoda, SEAT&CUPRA und Volkswagen Pkw sowie eine starke Nachfrage nach vollelektrischen Modellen – insbesondere Volkswagen ID.3 und Škoda Elroq.

Die neue Electric Urban Car Family verzeichnet in den ersten Wochen seit Marktlaunch einen insgesamt sehr guten Auftragseingang.

Umsatz der Markengruppe Core verbessert sich leicht um 0,8 % auf 73,0 Mrd. Euro (72,5 Mrd. Euro in H1 2025)

Zuwächse bei Škoda und SEAT&CUPRA können die Rückgänge bei VW und VWN überkompensieren – und führen zu einem Gesamtumsatz der Markengruppe leicht über Vorjahresniveau.

Operatives Ergebnis der Markengruppe Core von 3,61 Mrd. Euro (+4,5 %) (3,46 Mrd. Euro in H1 2025)

Laufende Effizienzprogramme und die engere markenübergreifende Zusammenarbeit tragen zur Ergebnisverbesserung bei. Belastend wirken weiterhin US-Einfuhrzölle sowie Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Produktionsende des ID.4 in Chattanooga.

4,9 % operative Rendite der Markengruppe Core (4,8 % in H1 2025)

Die operative Rendite steigt leicht. Bereinigt um die Kosten für Restrukturierungen und das ID.4-Produktionsende in den USA läge die H1-Rendite der BGC bei 5,9 %.

Netto-Cashflow steigt auf 1,66 Mrd. Euro (+490 Mio. Euro) (H1 2025: 1,17 Mrd. Euro)

Der Netto-Cashflow der BGC verbessert sich zum Vorjahreszeitraum spürbar, getragen von disziplinierter Steuerung von Vorräten sowie Investitionen in Sachanlagen und Forschung & Entwicklung.

Rückblick erstes Halbjahr 2026

Die Markengruppe Core hat im ersten Halbjahr 2026 ein verbessertes operatives Ergebnis erzielt und damit bewiesen, dass die eingeleiteten Effizienzprogramme in den Volumenmarken greifen. Dennoch bleibt sie mit den erzielten Ergebnissen noch ein ganzes Stück hinter der eigenen Ambition zurück.

Škoda erzielte mit einem Absatzplus von 8,2 % die stärkste Wachstumsdynamik innerhalb der Markengruppe. SEAT&CUPRA verbesserte das operative Ergebnis und setzt damit den Turnaround des vergangenen Quartals fort.

Volkswagen Nutzfahrzeuge steigerte das operative Ergebnis gegenüber dem Vorjahreszeitraum - bei einem leichten Absatzrückgang. In NAR bleibt das Marktumfeld schwierig. Maßnahmen zur Absatzförderung, Mixeffekte und Aufwendungen für das Produktionsende des ID.4 in Chattanooga führten maßgeblich dazu, dass die Marke Volkswagen ihr H1-Vorjahresergebnis leicht verfehlt.

Ein besonders positives Signal sendet jedoch die Electric Urban Car Family: die erst vor wenigen Wochen eingeführte Kleinwagenfamilie kommt sehr gut bei den Kunden an. Für die attraktiven Fahrzeuge von VW, Škoda und CUPRA im Einstiegssegment sind bereits mehr als 70.000 Bestellungen eingegangen, obwohl mit CUPRA Raval, ID. Polo¹⁾ und Škoda Epiq erst drei der geplanten vier Modelle verfügbar sind.

Die operative Rendite der Markengruppe Core liegt bei 4,9 %.
Bereinigt um die genannten Sondereffekte liegt die operative Performance bei 5,9 %.

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

Neue Qualität der Zusammenarbeit innerhalb der Brand Group Core ab Juli

Die Markengruppe Core setzt den Kurs der Effizienzsteigerung und engeren Zusammenarbeit konsequent fort. Auf Grundlage eines neuen Kooperationsvertrags verändert sich mit Wirkung zum 1. Juli 2026 die organisatorische Verankerung wesentlicher BGC-Funktionen -

mit Auswirkungen auf Strukturen und Prozesse bei den beteiligten Volumenmarken Volkswagen, Škoda, SEAT&CUPRA und VW-Nutzfahrzeuge.

Das neue Board, das so genannte Core Executive Committee (CEC), vergleichbar mit einem Markenvorstand auf Gruppenebene, ist nun offiziell in Kraft. Die Umsetzung des neuen Gremiums ist ein wesentlicher Schritt, um eine neue Qualität der Zusammenarbeit innerhalb der Markengruppe Core zu erreichen. Ein gemeinsam verabschiedeter Kooperationsvertrag regelt verbindliche Transparenz-, Informations- und Abstimmungspflichten zwischen Marken und Funktionen. Dies schafft eine durchgängige Logik – mit eindeutigen Rollen und klaren Zuständigkeiten über alle Marken hinweg.

Gradmesser der Zusammenarbeit ist künftig das Gesamtoptimum für die Markengruppe – und eine neue Kultur der gemeinsamen Entscheidungsfindung. Gleichzeitig bleiben die Marken Volkswagen Pkw, Škoda, SEAT/CUPRA und Volkswagen Nutzfahrzeuge eigenständig in ihrer Marktverantwortung und Markenidentität.

Diese neue Struktur ist eine Antwort auf den steigenden Wettbewerbsdruck und den hohen finanziellen Handlungsdruck, unter dem die Markengruppe zunehmend steht.

Besonders der Produktionsbereich zeigt mit der vereinbarten Strategie „Future Production Governance“ sehr konkret, wie das neue Steuerungsmodell funktioniert. Ziel ist eine klar regionsorientierte Steuerung – das heißt: Verantwortung wird dort gebündelt, wo sie am wirksamsten ist, nämlich in den Regionen der Welt, nah an den Werken und am Geschäft. Im ersten Halbjahr wurden dafür die wesentlichen Strukturen geschaffen. Die Regionsleitungen sind nun etabliert und übernehmen end-to-end die Verantwortung für ihre Produktionsverbünde. Gleichzeitig wurden zentrale Schritte in der Organisation umgesetzt: Die Region Mitteleuropa wurde neu aufgestellt, vergleichbare Strukturen bestehen auch für die Iberische Halbinsel und für Zentraleuropa.

Das Fundament ist damit gelegt: weniger Schnittstellen, klare Zuständigkeiten und deutlich mehr Steuerungsfähigkeit in den Regionen. Weg von komplexen, markengetrennten Strukturen hin zu einer integrierten, leistungsfähigen Aufstellung.

Hinzu kommt: Die erfolgte Neuordnung des Steuerungsmodells eröffnet bis 2030 allein im Produktionsbereich der BGC ein kumuliertes Einsparpotential von einer Milliarde Euro.

Die Ergebnisse der einzelnen Marken der Markengruppe Core:

Volkswagen Pkw



Volkswagen Pkw erzielte im ersten Halbjahr 2026 einen Absatz von 1,530 Mio Fahrzeugen (ohne China, inkl. Fremdfertigung), ein moderates Plus von 0,5% gegenüber dem Vorjahreszeitraum. In der Heimatregion Europa bleibt das Marktumfeld schwierig. Die Umsatzerlöse lagen mit 42,30 Mrd. Euro unter dem Vorjahreswert (43,45 Mrd. Euro), was das anhaltend schwierige Marktumfeld und hohen Wettbewerbsdruck widerspiegelt. Das operative Ergebnis ging auf 995 Mio. Euro zurück, belastet durch Aufwendungen im Zusammenhang mit der Einstellung der ID.4-Produktion in den USA sowie weiteren Restrukturisierungskosten. Mit dem Performanceprogramm hat die Marke Volkswagen dennoch die strategische Grundlage für eine nachhaltige Ergebnisverbesserung gelegt. Die eingeleiteten Effizienzmaßnahmen zeigen positive Wirkung. Die operative Rendite liegt in H1 bei 2,4%. Bereinigt um die genannten externen Sondereffekte (anhaltende Restrukturisierungskosten und Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Produktionsende des ID.4 in den USA) liegt der RoS der Marke Volkswagen bei 3,8%.

Škoda Auto



Škoda Auto bestätigte im ersten Halbjahr 2026 seine starke Position auf dem Weltmarkt und lieferte weltweit 555.700 Fahrzeuge an Kunden, was einem Anstieg von 9,1 % im Jahresvergleich entspricht. In Europa blieb der Autohersteller die zweitmeistverkaufte Marke. Angetrieben von der wachsenden Kundennachfrage nach Elektrofahrzeugen verdoppelten sich die Auslieferungen der vollelektrischen Elroq und Enyaq nahezu - und machten Škoda zur viertmeistverkauften BEV-Marke Europas. Die kürzlich eingeführten vollelektrischen Modelle Epiq und Peaq bieten weiteres Wachstumspotenzial - mit bereits mehr als 30.000 Bestellungen für beide Modelle. Der Umsatz von Škoda Auto stieg in H1 um 6,3 % auf 16,0 Milliarden Euro, der Betriebsgewinn stieg um 6,3 % auf 1,37 Milliarden Euro, die Umsatzrendite blieb bei soliden 8,5 %. Diese Ergebnisse wurden durch höhere Verkaufsvolumina, einen günstigeren Verkaufsmix, eine kontinuierliche Optimierung des Produktmixes, strenge Kostendisziplin und den effektiven Einsatz von Synergien innerhalb des Volkswagen-Konzerns und der Markengruppe Core unterstützt.

SEAT/CUPRA



SEAT & CUPRA setzte seine positive Entwicklung im ersten Halbjahr 2026 fort und erzielte einen operativen Gewinn von 122 Millionen Euro, 84 Millionen Euro mehr als im Vorjahr. Der Umsatz stieg um 1,3 % auf 7,7 Milliarden Euro. Die neue Unternehmensstrategie stärkt die Position von SEAT & CUPRA in einem zunehmend wettbewerbsintensiven Marktumfeld. Als einer der wichtigsten Hebel liefert das Performance Programm weiterhin Ergebnisse durch verbesserte operative Effizienz, strenge Kostendisziplin und legt gleichzeitig die Grundlage für zukünftiges Wachstum. Darüber hinaus trägt die Befreiung des CUPRA Tavascan von den zusätzlichen Ausgleichszöllen der EU positiv zum Ergebnis bei.

Die Marke CUPRA erzielte mit 170.100 verkauften Fahrzeugen ein Rekordergebnis in der ersten Jahreshälfte. Mit Beginn der Produktion der Electric Urban Car Family in Spanien steht der CUPRA Raval für die erfolgreichste Markteinführung in der Geschichte der Marke. Der Raval führte bei CUPRA im zweiten Quartal zu einem Anstieg der Auftragseingänge für Elektrofahrzeuge um 85 %, was die positiven Aussichten des Unternehmens für das Gesamtjahr weiter stärkt.

Volkswagen Nutzfahrzeuge



Volkswagen Nutzfahrzeuge (VWN) hat im ersten Halbjahr 2026 rund 192.200 Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert, was einem Wachstum von rund 7% im Vergleich zum ersten Halbjahr 2025 entspricht. Insbesondere der Anteil vollelektrischer Fahrzeuge konnte weiter gesteigert werden. Wesentliche Treiber dieser Entwicklung waren vor allem der New Transporter sowie deutlich gestiegene Auslieferungen des ID. Buzz People in Europa. Mit einem Marktanteil von 23,2 % bleibt VWN damit auch weiterhin klarer Marktführer im BEV-Segment. Der Absatz lag hingegen mit 216 Tsd. Fahrzeugen um 4 % unter dem Vorjahresniveau. Infolge des geringeren Volumens ging auch der Umsatz auf 8,2 Mrd. Euro (VJ: 8,7 Mrd. EUR) zurück. Demgegenüber werden im direkten Vergleich zum Vorjahr die Fortschritte in der Kosten- und Effizienzarbeit bei VWN deutlich sichtbar. Das operative Ergebnis betrug 275 Mio. EUR und lag klar über Vorjahr (VJ: 207 Mio. Euro). Damit verbessert sich im Vergleich zum ersten Halbjahr 2025 die Umsatzrendite von 2,4 Prozent auf 3,3 Prozent.



Nr.68/2026

Medieninformation | 24.07.2026

Wesentliche Kennzahlen der Marken innerhalb der Markengruppe Core:

	Absatz		Umsatz		Operatives Ergebnis		Operative Rendite	
Fzg. / Mio. €	H1 26	H1 25	H1 26	H1 25	H1 26	H1 25	H1 26	H1 25
Volkswagen Pkw ²⁾	1.529.566	1.521.278	42.304	43.448	995	1.103	2,4%	2,5%
Škoda Auto ³⁾	629.446	582.010	16.015	15.070	1.366	1.285	8,5%	8,5%
SEAT/CUPRA	328.606	321.930	7.695	7.598	122	38	1,6%	0,5%
Volkswagen Nutzfahrzeuge	216.227	224.436	8.238	8.698	275	207	3,3%	2,4%

Wesentliche Kennzahlen der Markengruppe Core:

Finanzkennzahlen	H1 2026	H1 2025	Veränderung 26 / 25
Absatz (inkl. Fahrzeuge anderer Marken)	2.590 Tsd. Fzg.	2.527 Tsd. Fzg.	+2,5%
Umsatz	73.035 Mio. Euro	72.480 Mio. Euro	+0,8%
Operatives Ergebnis	3.611 Mio. Euro	3.455 Mio. Euro	+4,5%
Operative Rendite	4,9%	4,8%	+0,2%-Punkte ¹⁾
Netto-Cashflow	1.655 Mio. Euro	1.170 Mio. Euro	+485 Mio. Euro

1) gerundete Werte 2) Absatz VW PKW inkl. Fremdfertigung; ohne China

3) Absatz umfasst die Verkäufe der Škoda Auto Group an Vertriebsgesellschaften & Konzernmarken

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 Volkswagen Nutzfahrzeuge an über 20 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 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 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).