

Brand Group Core trotz Sondereinflüssen auf Kurs; Neues Steuerungsmodell gibt 2026 zusätzlichen Schub

- **Operatives Ergebnis 2025 trotz erheblicher externer Belastungen mit 6,8 Mrd. Euro nahezu auf Vorjahresniveau**
- **Fixkosten durch Performance-Programme und Umsetzung der tariflichen Einigung deutlich gesenkt – dennoch weitere Effizienzsteigerungen notwendig**
- **Neuordnung des Markengruppenvorstands Brand Group Core verschlankt ab 2026 Prozesse, Entscheidungswege und vereinfacht die Steuerung**
- **Electric Urban Car Family macht Elektromobilität mit neuen Modellen wie ID. Polo¹ und ID. Cross² ab 2026 noch erschwinglicher für viele Kunden**

Die Brand Group Core (BGC) im Volkswagen Konzern hat 2025 ihre strategisch gesetzten Ziele planmäßig umgesetzt - und trotz erheblicher negativer Sondereinflüsse mit 6,8 Milliarden Euro ein operatives Ergebnis auf Vorjahresniveau erreicht. Bereinigt um zusätzliche Aufwendungen für Restrukturierung, Diesel-Thematik sowie US-Importzölle, liegt das operative Ergebnis im Jahr 2025 bei 8,2 Milliarden Euro - und damit im Einklang mit dem gesteckten Zielkurs. In einem strategisch bedeutenden Jahr 2025 wurden damit die Weichen für gesteigerte Effizienz und wettbewerbsfähigere Produkte gestellt. Dennoch muss die Widerstandskraft in 2026 weiter gestärkt werden. Mit einem neuen markenübergreifenden Steuerungsmodell verschlanken Volkswagen, Škoda, SEAT&CUPRA und Volkswagen Nutzfahrzeuge deshalb die organisatorischen Strukturen - und schaffen dadurch weitere Einsparpotenziale.

„2025 haben wir konsequent geliefert. Die strukturellen Verbesserungen unserer Performance-Programme entfalten nun nachhaltige Wirkung. Gleichzeitig haben wir mit Blick auf die Rendite noch wichtige Schritte vor uns. Faktoren wie die US-Importzölle verdeutlichen, dass wir unsere Widerstandskraft weiter erhöhen müssen. Mit der neuen Governance schaffen wir genau das: schlankere Strukturen, schnellere Entscheidungen und verbesserte Effizienz – ohne die Identität unserer starken Marken zu verwässern. Das ist der Schlüssel zu langfristiger Wettbewerbsfähigkeit. Wir sind insgesamt auf Kurs, aber noch lange nicht am Ziel.“

Thomas Schäfer, Mitglied des Konzernvorstands, CEO der Marke Volkswagen Pkw und Leiter der Markengruppe Core





Kennzahlen Brand Group Core (Jan. – Dez. 2025)

Absatz der Markengruppe Core steigt auf 5,12 Mio. Fahrzeuge (2024: 4,96 Mio.)

Im Vergleich zum Vorjahr verzeichnet der Fahrzeugabsatz ein solides Wachstum von 3,3 %. Dieses ist vor allem auf eine gute Geschäftsentwicklung im Heimatmarkt Europa und den starken Marktanteil im BEV-Segment zurückzuführen.

Umsatz der Markengruppe Core wächst um +3,7 % auf 145,2 Mrd. Euro (2024: 140,0 Mrd. Euro)

Wachstum getrieben durch erfolgreiche Modelleinführungen und verbesserte Produktmixqualität über alle vier Marken hinweg.

Operatives Ergebnis der Markengruppe Core von 6,82 Mrd. Euro (2024: 6,96 Mrd. Euro)

Das operative Ergebnis lag knapp unter dem Niveau des Vorjahres – wurde aber von Sondereinflüssen wie Restrukturisierungskosten, Diesel-Thematik sowie von US-Importzöllen geprägt.

4,7 % operative Rendite der Markengruppe Core (2024: 5,0 %)

Der Rückgang um 0,3 Prozentpunkte ist auf externe Sondereinflüsse zurückzuführen. Ohne diese läge die operative Rendite der Markengruppe bei 5,6 % - und damit im Rahmen der ursprünglichen Erwartungen.

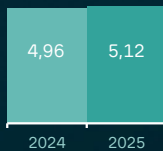
Netto-Cashflow steigt um 2,27 Mrd. Euro auf 6,95 Mrd. Euro (2024: 4,68 Mrd. Euro)

Der deutliche Anstieg des Netto-Cashflows unterstreicht die verbesserte Kapitaleffizienz und das erfolgreiche Working-Capital-Management. Strategisch notwendige Investitionen in Zukunftstechnologien und in Modellhochläufe wurden umgesetzt.

Brand Group Core Finanzkennzahlen 2024 vs. 2025

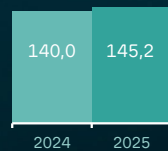
Absatz ¹⁾
[in Mio. Fahrzeuge]

+3,3%



Umsatz
[Mrd. €]

+3,7%



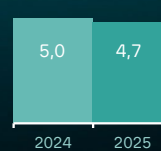
Operatives
Ergebnis ²⁾
[Mrd. €]

-2,0%



Operative
Rendite ²⁾
[%]

-0,3pp.



Netto
Cashflow
[Mrd. €]

+48,4%



¹⁾ ohne China Geschäft

²⁾ incl. Sondereinflüssen und US-Importzöllen

BRAND GROUP CORE

„2025 haben wir die finanzielle Basis der Brand Group Core entscheidend gestärkt: Sinkende Fabrik- und Gemeinkosten sowie der Tarifabschluss aus 2024 zeigen klar messbare Fortschritte. Bereinigt um Sondereinflüsse liegen wir operativ voll im Plan. Gleichzeitig müssen wir jedoch realistisch bleiben: Der Gegenwind durch die Zölle wird bleiben. Deshalb intensivieren wir unsere Performance-Programme. Mit der neuen markenübergreifenden Steuerung in Produktion, Beschaffung und Entwicklung erhöhen wir in den kommenden Jahren Effizienz und Investitionsdisziplin nochmals deutlich. 2026 wird damit zu einem Jahr konsequenter finanzieller und operativer Disziplin – und schafft die Grundlage für den erfolgreichen Anlauf unserer Electric Urban Car Family.“

David Powels, CFO Marke Volkswagen & Brand Group Core





Rückblick

Die Markengruppe Core hat ihre Position im Jahr 2025 trotz eines schwierigen Marktumfelds weiter gefestigt. Die starken, klar positionierten Marken der BGC behaupteten sich erfolgreich in einem Umfeld geprägt von neuen US-Importzöllen, stagnierenden europäischen Märkten, geopolitischen Spannungen, wachsendem Wettbewerbsdruck aus China und einem insgesamt langsamer verlaufenden BEV-Wachstum. Der erzielte Absatz- und Umsatzanstieg unterstreicht damit die Attraktivität der Modellpalette der BGC.

Gleichzeitig zeigen die eingeleiteten Effizienzmaßnahmen deutliche Wirkung: Gemein- und Fabrikkosten wurden nachhaltig gesenkt, Prozessoptimierungen in Produktion und Entwicklung steigerten die Leistungsfähigkeit, und die Produktkosten reduzierten sich durch Standardisierung und geringere Komplexität. Die Entwicklungskostenquote blieb plangemäß unterhalb des strategischen Zielwertes von 4%.

Regional entwickelte sich das Geschäft unterschiedlich: Europa bleibt stark und verlangt konsequente Marktbearbeitung. Südamerika zeigt in Summe positive Dynamik, während der nordamerikanische Markt herausfordernd bleibt.

Ausblick

Die Markengruppe Core setzt 2026 ihren konsequenten Kurs der engeren Zusammenarbeit und Effizienzsteigerung fort. Im Mittelpunkt steht die Optimierung markenübergreifender Prozesse sowie der Ausbau gemeinsamer Initiativen.

Das neue Steuerungsmodell stärkt die übergreifende Geschäftsführung, während die Marken weiterhin eine klare Identität vor dem Kunden behalten. Die Zunahme markenübergreifender Entwicklungsumfänge wird die Gesamtinvestitionen in der BGC künftig auf ein höheres Effizienzniveau heben. Ein schlanker, effizienterer „Maschinenraum“ mit enger Zusammenarbeit in Produktion, Beschaffung und Entwicklung bildet dafür die Basis.

Mit der Electric Urban Car Family bringt die Brand Group Core als zentrales Projekt für 2026 vier Modelle der Marken Volkswagen, CUPRA und Škoda auf den Markt, die Elektromobilität noch erschwinglicher für viele Kunden machen.



Der Volkswagen ID. Polo wird ab einem Einstiegspreis von ca. 25.000 Euro angeboten – CUPRA Raval und Škoda Epiq werden zusätzliche Käufergruppen ansprechen. SEAT&CUPRA übernimmt aus Spanien heraus die führende Rolle in diesem Gemeinschaftsprojekt.

Die Entwicklung dieser markenübergreifenden Plattform spart über Laufzeit rund 650 Millionen Euro im Vergleich zum bisherigen Vorgehen. Geplant sind jährliche Stückzahlen von mehreren hunderttausend Einheiten. Die so erzielten Skaleneffekte werden die Margenlücke zwischen BEV und Verbrennern weiter verringern.

Mit dem seit Januar 2026 neu strukturierten Markengruppenvorstand werden Prozesse, Strukturen und Entscheidungswege deutlich verschlankt. Klare Verantwortlichkeiten und schnellere Entscheidungsprozesse stärken die Wettbewerbsfähigkeit der Markengruppe. Die neue Governance zeigt vor allem in den Bereichen Produktion, Technische Entwicklung und Beschaffung Wirkung.

Die beschlossene Neuordnung des Steuerungsmodells eröffnet bis 2030 allein im Produktionsbereich ein kumuliertes Einsparpotential von einer Milliarde Euro. Die neuen Regionsleiter übernehmen zukünftig marken- und länderübergreifende Planungs-, Steuerungs- und Logistikverantwortung. Dadurch werden die Regionen selbstständiger, effizienter und flexibler.

Auch in der Entwicklung erhöhen markenübergreifende Projekte die Effizienz: Doppelentwicklungen werden vermieden, Entwicklungszyklen verkürzt und Budgets gezielter eingesetzt – bei gleichbleibender Qualität und klarer Markendifferenzierung. Gleichzeitig stärkt die Markengruppe 2026 ihre globale Wettbewerbsfähigkeit durch optimierte Vertriebsleistung, verbessertes Working Capital und einen After-Sales-Plan zur Steigerung der Serviceprofitabilität.

Die Marke Volkswagen treibt parallel mit der Strategie „Volkswagen Boost 2030“ die größte Markenoffensive ihrer Geschichte voran. Das Maßnahmenpaket aus Performance-Programm und Tarifabschluss von 2024 legt die Grundlage für eine stabile Ertragslage und die Erreichung einer Umsatzrendite von mehr als 4% im Jahr 2026.

Die einzelnen Marken der Markengruppe Core

Volkswagen Pkw



Volkswagen Pkw erzielte im Geschäftsjahr 2025 einen Absatz von 3,10 Millionen Fahrzeugen (ohne China, inkl. Fremdfertigung) und lag damit nahezu auf Vorjahresniveau (-0,2%). Die Umsatzerlöse beliefen sich auf 86,57 Mrd. €. Das operative Ergebnis stieg um 1,0% auf 2,61 Mrd. €.

Sondereinflüsse wie Restrukturisierungskosten, Diesel sowie US-Importzölle belasteten dieses Ergebnis mit insgesamt 1,3 Mrd. €. Dem gegenüber standen deutliche Erfolge bei der Kostenreduzierung: Gesunkene Gemeinkosten durch konsequente Umsetzung der Performance-Programme und die Wirkung der tarifvertraglichen Einigung kompensierten die genannten externen Belastungen weitgehend.



„2025 war für Volkswagen ein Jahr des Aufholens. Wir haben uns auf das konzentriert, wofür unsere Marke steht: Qualität, intuitive Bedienung und klare Produktidentität. Die Erfolge in Europa zeigen, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Mit der größten Modelloffensive unserer Geschichte machen wir 2026 den entscheidenden Schritt nach vorn – der ID. Polo wird Elektromobilität mit einem Einstiegspreis von 25.000 Euro vielen Menschen zugänglich machen. Wir haben zugehört. Wir haben aufgeholt. Jetzt liefern wir.“

**Thomas Schäfer, Mitglied des Konzernvorstands,
CEO der Marke Volkswagen Pkw, Leiter der Markengruppe Core**

Volkswagen Nutzfahrzeuge



Volkswagen Nutzfahrzeuge leistete 2025 einen wichtigen Beitrag zur Performance der Brand Group Core. In einem herausfordernden Marktumfeld steigerte die Marke den Absatz auf 428.000 Fahrzeuge, den Umsatz auf 16,9 Mrd. Euro und erzielte aufgrund signifikanter Ergebnisbelastungen ein operatives Ergebnis von 245 Mio. Euro. Für 2026 setzt VWN auf umfassende Modellpflegen, neue Derivate und Technologie-Updates zur weiteren Stärkung von Volumen und Profitabilität.

„Insgesamt hat Volkswagen Nutzfahrzeuge 2025 in einem rückläufigen Gesamtmarkt den Marktanteil substantiell gesteigert. Wir bleiben die klare Nummer 1 in zwölf europäischen Märkten, darunter in unserem Heimatmarkt Deutschland. Der ID. Buzz bleibt dabei mit 25 Prozent Marktanteil unangefochtener Marktführer in seinem Segment in Europa. Auch unsere konsequente Kostenarbeit und Ausgabendisziplin hat Wirkung gezeigt. Bei der Reduzierung der Personalkosten sind wir exakt im Plan.“

**Stefan Mecha, Vorsitzender des Markenvorstands
Volkswagen Nutzfahrzeuge**



SEAT/CUPRA



Angetrieben vom Portfolio von CUPRA steigerte SEAT&CUPRA im Jahr 2025 den Absatz um 3,2 % und erreichte mit 657.400 Fahrzeugen einen Allzeitrekord. Die Elektrifizierungsstrategie des Unternehmens ist erfolgreich, wie die starke Nachfrage nach PHEVs und BEVs wie CUPRA Born und Tavascan zeigt. Diese Entwicklung trieb die Umsätze auf ein historisches Hoch von 15,3 Milliarden Euro. Gleichzeitig beeinflussten negative Einmaleffekte, ein sehr wettbewerbsintensives Marktumfeld, EU-Zölle auf den in China produzierten CUPRA Tavascan und Produktkosten das operative Ergebnis von 1 Mio € in 2025. Im Jahr 2026 wird sich das Unternehmen darauf konzentrieren, die Margenqualität durch strenge Kostenkontrollmaßnahmen zu verbessern, während es seine Elektrifizierungsstrategie mit der Einführung der Electric Urban Car-Familie, beginnend mit dem CUPRA Raval, weiter vorantreiben wird.



"Wir haben erwartet, dass 2025 aufgrund unseres klaren Engagements für die Elektrifizierung und für die Transformation unseres Unternehmens ein herausforderndes Jahr wird. Unerwartete Einmaleffekte machten es nochmals schwieriger. Das letzte Jahr hat aber auch gezeigt, dass wir auf Kurs sind. Wir sind bereit für den Start der Electric Urban Car Family, und der Schwung von CUPRA hält an. Nach Rekordauslieferungen im letzten Jahr wird 2026 das Jahr des Raval sein: ein bahnbrechendes Auto, das selbst die größten Skeptiker der Elektrifizierung überzeugen wird."

Markus Haupt, Chief Executive Officer SEAT&CUPRA

Škoda Auto



Škoda Auto setzte 2025 seine Erfolgsgeschichte fort und erzielte erneut ein herausragendes Geschäftsjahr. Die Auslieferungen stiegen weltweit um 7,6% auf 1,17 Millionen Fahrzeuge. Ein gutes Viertel davon entfiel auf elektrifizierte Fahrzeuge, was einer Verdopplung im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Das konsequent umgesetzte Performance Programm „Next Level Efficiency+“ zeigte nachhaltige Wirkung: Das operative Ergebnis wuchs um 9% auf 2,5 Mrd. €. Mit einer Umsatzrendite von 8,3% demonstriert Škoda Auto finanzielle Stärke und operative Exzellenz. Diese solide Position ermöglicht es, die Transformation der Branche aus einer Position der Stärke heraus anzugehen und weiter in Zukunftstechnologien zu investieren.

„Das Jahr 2025 war ein wichtiger Meilenstein für Škoda Auto. Wir haben Rekordfinanzergebnisse erzielt, mehr als eine Million Fahrzeuge ausgeliefert und wurden zur drittmeistverkauften Automarke in Europa. Unser Wachstum ist zunehmend global: Der Absatz in Indien hat sich verdoppelt, wir haben die Produktion in Vietnam aufgenommen und neue Märkte im Nahen Osten erschlossen. Auch nach unserem 130-jährigen Jubiläum konzentrieren wir uns weiterhin auf erschwingliche und innovative Mobilität. Wir bieten unseren Kunden die Wahl zwischen Fahrzeugen mit Verbrennungs-, Hybrid- und vollelektrischem Antrieb. In diesem Jahr werden wir mit zwei wichtigen neuen Elektromodellen – dem Škoda Epiq und dem Škoda Peaq – den nächsten Schritt gehen.“



Klaus Zellmer, Vorstandsvorsitzender Škoda Auto a.s.



Wesentliche Kennzahlen der Markengruppe Core:

Finanzkennzahlen	2025	2024	Veränderung 25 /24
Absatz (inkl. Fremdfahrzeuge)	5.125 Tsd. Fzg.	4.960 Tsd. Fzg.	3,3%
Umsatz	145.202 Mio. Euro	140.004 Mio. Euro	3,7%
Operatives Ergebnis	6.821 Mio. Euro	6.961 Mio. Euro	-2,0%
Operative Rendite	4,7%	5,0%	-0,3%-Punkte
Netto-Cashflow	6.946 Mio. Euro	4.680 Mio. Euro	48,4%

Wesentliche Kennzahlen der einzelnen Marken innerhalb der Markengruppe Core:

	Absatz		Umsatz		Operatives Ergebnis		Operative Rendite	
Tsd.Fzg. / Mio. €	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024
Volkswagen Pkw	3.104	3.109	86.570	88.262	2.612	2.587	3,0%	2,9%
Volkswagen Nutzfahrzeuge	428	404	16.857	15.124	245	743	1,5%	4,9%
SEAT/CUPRA	657	637	15.272	14.530	1	633	0,0%	4,4%
Škoda Auto	1.173	1.090	30.105	27.787	2.502	2.305	8,3%	8,3%

¹⁾ ID. Polo - Seriennahe Studie.

²⁾ ID. Cross - Seriennahe Studie. Das Modell wird noch nicht zum Verkauf angeboten.



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 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).

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 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.