

Markengruppe Core steigert Absatz, Umsatz und Ergebnis – Restrukturierungskosten belasten

Die Markengruppe Core hat in den ersten neun Monaten 2025 ihre positive Entwicklung fortgesetzt und konnte Fahrzeugabsatz, Umsatzerlöse und Operatives Ergebnis deutlich gegenüber dem Vorjahreswert steigern.

Umgesetzte Kostenreduzierungen aus den Performanceprogrammen der jeweiligen Marken waren wesentliche Treiber dieser positiven Entwicklung, in dessen Folge das operative Ergebnis der Markengruppe um 6,8% auf 4,7 Milliarden Euro anstieg. Erfolgreiche Markteinführungen sowie die starke Nachfrage nach Modellen wie dem Tayron, T-Cross und ID.7 Tourer, dem neuen Volkswagen Transporter/Multivan, CUPRA Terramar und Škoda Elroq trugen ebenfalls zu diesem Erfolg bei. Jedoch wirkten sich gleichzeitig der Hochlauf der margenschwächeren E-Fahrzeuge sowie Aufwendungen für US-Importzölle signifikant negativ auf das kumulierte Ergebnis aus. Restrukturierungsmaßnahmen – insbesondere der Marke Volkswagen – führten zu zusätzlichen Belastungen in Ergebnis und Netto Cashflow.

"Auch im saisonal bedingt schwächeren dritten Quartal - geprägt durch den Werkurlaubkorridor - zeigt sich die Stärke der Markengruppe Core: Wir haben insgesamt in den ersten neun Monaten Absatz, Umsatz und Operatives Ergebnis deutlich gesteigert. Unsere aktive Kostenarbeit greift. Gleichzeitig belasten jedoch Sondereffekte unser Ergebnis in erheblichem Umfang. Positiv ist: Wir bringen schneller als bisher neue und vor allem attraktive Modelle auf den Markt. Das ist der entscheidende Hebel, mit dem wir unsere Wettbewerbsfähigkeit als Markengruppe im globalen Umfeld absichern."

**David Powels, Mitglied des Markenvorstands
Volkswagen, Geschäftsbereich Finanz sowie Leitung
Finanz der Markengruppe Core**



Absatz steigt auf 3,77 Mio.
Fahrzeuge (ohne China)
(9M 2024: 3.63 Mio. Fahrzeuge)

Im Vergleich zum Vorjahr verzeichnet der Fahrzeugabsatz ein Wachstum von 4,0%. Angetrieben insbesondere durch neue Modelle aller Antriebsarten. Die Core-Marken konnten insgesamt Marktanteile gewinnen.

Umsatz verbessert sich deutlich
auf 106,95 Mrd. Euro
(9M 2024: 101,52 Mrd. Euro)

Der Umsatz der Markengruppe Core steigt in einem wettbewerbsintensiven Umfeld deutlich um 5,3%, getragen von einem höheren Fahrzeugabsatz.

Operatives Ergebnis von
4,72 Mrd. Euro
(9M 2024: 4,42 Mrd. Euro)

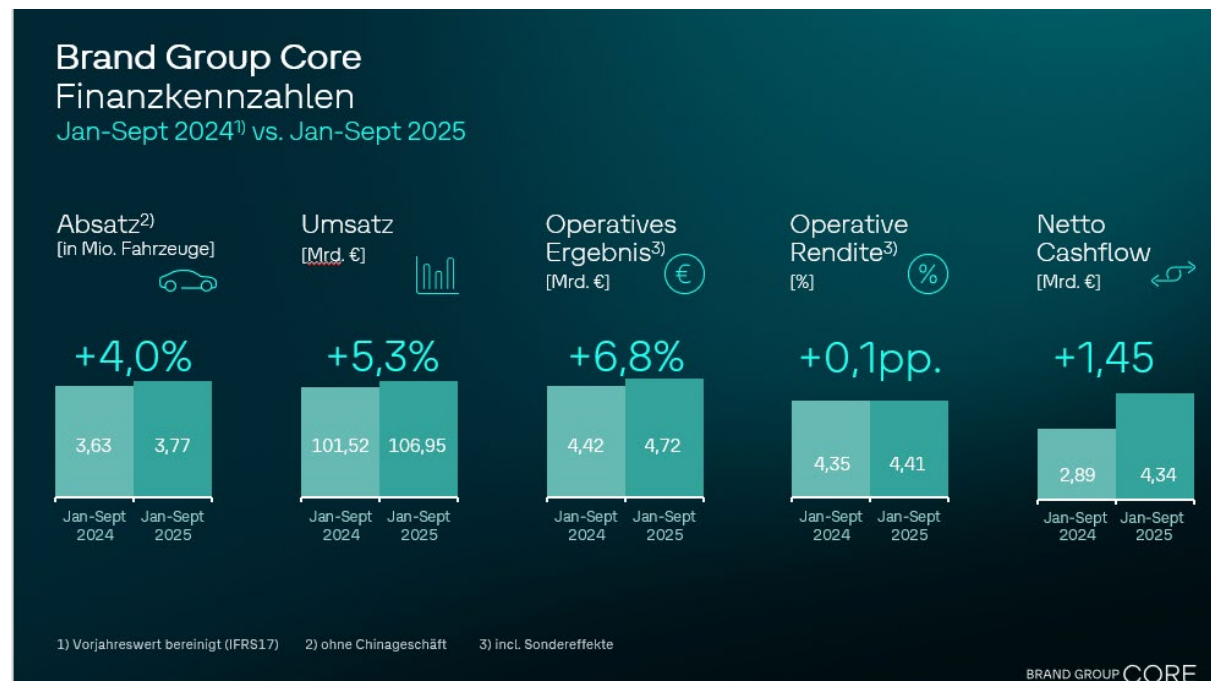
Trotz signifikanter Aufwendungen für US-Importzölle sowie des Hochlaufs der margenschwächeren E-Fahrzeuge konnte das operative Ergebnis um 6,8% gegenüber Vorjahr gesteigert werden. Positiv wirkten sich das gestiegene Volumen sowie Kostenreduzierungen durch den Tarifeffekt des Programms „Zukunft Volkswagen“ aus.

4,41% operative Rendite
(9M 2024: 4,35%)

Die op. Rendite bleibt trotz zusätzlicher Belastungen auf Vorjahresniveau und damit stabil. Ohne die genannten Belastungen läge die Rendite der Markengruppe Core bei 5,5%, die op. Rendite der Marke Volkswagen bei 4,0%.

Netto-Cash Flow verbessert
sich signifikant auf 4,34 Mrd.
Euro (9M 2024: 2,89 Mrd. Euro)

Der Netto-Cash Flow verbesserte sich im Jahresvergleich um 1,45 Mrd. Euro durch Lagerabbau und disziplinierte Investitionspolitik sowie reduzierte Entwicklungsausgaben.



Rückblick Q3 / Jan-Sept 2025

Auch im dritten Quartal 2025 setzte die Markengruppe Core ihre positive Entwicklung bei Absatz, Umsatz und Ergebnis fort und profitierte dabei von der breit angelegten markenübergreifenden Produktoffensive.

Die erfolgreiche Markteinführung des Volkswagen Tayron sowie die starke Nachfrage nach T-Cross und neuen Modellen wie dem ID.7 Tourer, Transporter/Multivan, CUPRA Terramar und Škoda Elroq sorgten für starke Bestelleingänge.

Durch die erweiterte Zusammenarbeit im Entwicklungsverbund konnten Kosten gesenkt und das operative Ergebnis verbessert werden. Gemeinsam genutzte Technologien und Standards ermöglichten Synergieeffekte über alle Marken hinweg. Die Ergebnisverbesserungsprogramme der BGC-Marken tragen Früchte in den Fixkosten, welche absolut und prozentual gegenüber dem Vorjahreszeitraum deutlich gesunken sind.

Die ersten neun Monate des Jahres wurden beeinflusst von negativen Wechselkurseffekten und einem veränderten Modellmix mit höherem BEV-Anteil. Hinzu kamen insgesamt erhebliche Belastungen durch US-Importzölle sowie Restrukturierungsmaßnahmen in Gesamthöhe von rund 1,1 Mrd. Euro. Ohne diese Belastungen läge die kumulierte operative Rendite der Markengruppe Core bei 5,5%, in der Marke Volkswagen bei 4,0%.

Ausblick

Innerhalb der Markengruppe Core liegt der Fokus auf der konsequenten Umsetzung der Kostenreduzierungen aus den jeweiligen Performanceprogrammen.

Die Marke Volkswagen arbeitet konsequent an der Umsetzung der Unternehmensstrategie „BOOST 2030“ – mit dem klaren Ziel, bis 2030 zum technologisch führenden Volumenhersteller weltweit aufzusteigen.

Zentrale Hebel sind hierbei die kontinuierliche Steigerung der Effizienz, die Intensivierung der markenübergreifenden Zusammenarbeit sowie die Nutzung von Synergiepotenzialen im globalen Produktions- und Entwicklungsnetzwerk. Das Produktionsnetzwerk innerhalb der Markengruppe wird über fünf Regionen gesteuert, um regionale Stärken gezielt zu nutzen und die Fertigung noch effizienter auszurichten.

Parallel dazu organisiert sich auch die Technische Entwicklung markenübergreifend neu, um Entwicklungszeiten deutlich zu verkürzen und schneller auf Markt- und Kundenbedürfnisse reagieren zu können.

Mit dem Start der markenübergreifenden „Electric Urban Car Family“ ab 2026 unter der Projektleitung von SEAT/CUPRA setzt die Markengruppe Core einen weiteren Meilenstein auf dem Weg zu erschwinglicher und nachhaltiger Elektromobilität.

Die vier geplanten Modelle – zwei von Volkswagen, je eines von CUPRA und Škoda – werden an den spanischen Standorten Martorell und Pamplona gefertigt. Über den gesamten Produktlebenszyklus hinweg erschließen sich damit Synergiepotenziale von mehr als 600 Mio. Euro.

Die einzelnen Marken der Markengruppe Core im Überblick

Volkswagen Pkw



Volkswagen Pkw erzielte in den ersten neun Monaten 2025 einen Absatz von 2,28 Mio. Fahrzeugen, was einem Anstieg von rund 0,8% gegenüber dem Vorjahreswert entspricht. Hierzu hat insbesondere die hohe Nachfrage nach den Modellen der ID.-Familie und der SUV-Fahrzeuge T-Cross, T-Roc sowie dem neu eingeführten Tayron beigetragen. Die Umsatzerlöse konnten mit 63,8 Mrd. EUR um 0,4% gegenüber dem Vorjahreszeitraum (63,5 Mrd. EUR) gesteigert werden. Das operative Ergebnis steigt auf 1,48 Mrd. EUR (Vorjahr: 1,28 Mrd. EUR), während die operative Rendite auf 2,3% (Vorjahr: 2,0%) steigt.

Positiv wirken Kostenreduzierungen aus dem Programm „Zukunft Volkswagen“, während Sonderbelastungen aus den Einfuhrzöllen der Vereinigten Staaten, Restrukturierungsaufwendungen und der Hochlauf der margenschwächeren E-Fahrzeuge das operative Ergebnis belasten.

Ohne die genannten Sonderbelastungen läge die operative Rendite der Marke Volkswagen nach neun Monaten bei 4,0%.



„Wir sehen eine starke Dynamik bei unseren Modellen – angeführt von Tayron, T-Cross und der ID.-Familie. Gleichzeitig bewegen wir uns weiterhin in einem volatilen globalen Umfeld: Die Herausforderungen in China und starker Gegenwind aus den USA aufgrund von Zöllen belasten Profitabilität und Cashflow. In Europa zeigen sich erste Anzeichen der Erholung, doch die Quartalsergebnisse bleiben volatil. Unsere Prioritäten bleiben unverändert: Wir müssen die Kosten weiter senken und die Effizienz in allen Bereichen steigern.“

**David Powels, Mitglied des Markenvorstands Volkswagen,
Geschäftsbereich Finanz & Leitung Finanz der Markengruppe Core**

Škoda Auto



Škoda Auto setzte seinen Erfolgskurs bei Auslieferungen, Umsatz und Gewinn in den ersten neun Monaten des Jahres 2025 fort. Mit 765.700 ausgelieferten Fahrzeugen steigerte Škoda seinen Absatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 14,1% und festigte damit seine Position als drittstärkste Automobilmarke in Europa. Der Gesamtabsatz der Škoda Auto Group, inklusive des Absatzes an Vertriebsgesellschaften anderer Marken der Volkswagen Group, beläuft sich auf 869.700 Einheiten. Der Umsatz stieg um 9,5% auf 22,344 Mrd. Euro. Das operative Ergebnis verbesserte sich um 5,4% auf 1,79 Mrd. Euro, was zu einer weiterhin soliden Umsatzrendite von 8,0% führte. Zugleich führt Škoda die Elektrifizierungsstrategie in Europa erfolgreich fort: der Anteil elektrifizierter Fahrzeuge (BEV und PHEV) am Portfolio erhöhte sich von 11,1% im Vorjahreszeitraum auf 24,1%. Dazu trägt insbesondere der Elroq bei, der seit Verkaufsbeginn bereits 100.000 Bestellungen erreichte. Auch die Internationalisierungsstrategie des Unternehmens greift, insbesondere in Indien mit einem Auslieferungsrekord von 49.400 Fahrzeugen (+106,1%).



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

"Die Ergebnisse des dritten Quartals bestätigen die Stärke unseres Geschäftsmodells. Trotz anhaltender Herausforderungen im Marktumfeld konnten wir dank einer weiterhin starken Nachfrage nach unseren Modellen sowohl unseren Umsatz als auch den operativen Gewinn steigern – bei einer gleichzeitig robusten Umsatzrendite von 8%. Dies unterstreicht: unser 'Next Level Efficiency+' Programm greift, während wir durch konsequente Kostenkontrolle und Synergien innerhalb der Brand Group Core profitabel wachsen. Unser Fokus liegt weiterhin darauf, die Transformation zur Elektromobilität voranzutreiben und gleichzeitig unsere Wettbewerbsfähigkeit zu sichern."

SEAT/CUPRA



SEAT S.A. erzielte in den ersten neun Monaten 2025 einen Umsatz von 11,241 Mrd. Euro, was einem Anstieg von 6,9% gegenüber dem Vorjahreszeitraum (10,515 Mrd. Euro) entspricht.

Auch der Fahrzeugabsatz entwickelte sich positiv mit 480.600 Fahrzeugen (Jan-Sept 2024: 466.400). Das operative Ergebnis sank auf 16 Mio. Euro, ein Rückgang von 399 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahr (Jan-Sept 2024: 415 Mio. Euro). Die operative Umsatzrendite ging entsprechend auf 0,1% zurück (Vorjahr 3,9%, -3,8 Prozentpunkte). Dieser Rückgang ist auf mehrere Faktoren zurückzuführen: Eine Verschiebung des Verkaufsmixes hin zu BEV-Fahrzeugen sowie europäische Einfuhrzölle auf den in China produzierten CUPRA Tavascan. Ein komplexes globales Umfeld und verschärfter Wettbewerb – insbesondere in wichtigen Märkten für BEV-Modelle – erhöhten den Druck zusätzlich.



Patrik Andreas Mayer,
Mitglied des Markenvorstands SEAT/CUPRA,
Geschäftsbereich „Finanzen und IT“

„Wir haben ein äußerst herausforderndes Wettbewerbsumfeld erwartet, das Flexibilität und Agilität erfordert, um unsere Ziele zu erreichen. In den kommenden Monaten werden wir uns weiterhin auf die Margenqualität unserer elektrifizierten Fahrzeuge konzentrieren, während wir unsere Kostenkontrollprogramme vorantreiben. Wir werden weiterhin daran arbeiten, SEAT S.A. als noch nachhaltigeres und profitableres Unternehmen zu positionieren, indem wir uns auf unsere strategischen Prioritäten konzentrieren.“

Volkswagen Nutzfahrzeuge



Volkswagen Nutzfahrzeuge (VWN) hat den Absatz in den ersten neun Monaten des laufenden Jahres um fünf Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum auf 324 Tsd. Fahrzeuge gesteigert. Der Umsatz stieg im selben Zeitraum um 13 Prozent auf 12,5 Mrd. Euro an. Der Mixeffekt aus dem Wechsel von Verbrennern zu höherpreisigen BEV-Modellen ist der Hauptgrund für diesen Anstieg. Der Rückgang der Auslieferungen an Kunden auf 278.200 Fzg. (-10,7 Prozent ggü. VJ) geht vor allem auf die Markteinführung des neuen Transporters zurück, der sich in vielen Märkten im An- und Hochlauf befindet. Besonders positiv entwickeln sich die Auslieferungszahlen der vollelektrischen Fahrzeuge von VWN, die sich im Berichtszeitraum auf 39.600 knapp verdoppelt haben. Treiber dieser Entwicklung ist weiterhin der ID. Buzz: Mit einem Marktanteil von 22,5 Prozent bleibt er auch nach neun Monaten europäischer (EU27+4) Marktführer der elektrischen leichten Nutzfahrzeuge. Das operative Ergebnis der Marke beträgt zum Ende des dritten Quartals kumuliert 220 Mio. Euro (VJ: 599 Mio. Euro), die Umsatzrendite sinkt entsprechend um 3,7 Prozentpunkte auf 1,8 Prozent.



Michael Obrowski
Markenvorstand für Finanz & IT
Volkswagen Nutzfahrzeuge

„Die Absatzzahlen und der höhere Umsatz im Jahresvergleich sind positive Entwicklungen für uns. Unsere Fahrzeuge kommen bei Gewerbe- und Freizeitkunden gut an. Das verschärfte Wettbewerbsumfeld und insbesondere Rückstellungen im Zusammenhang mit der CO₂-Flottenregulierung in Europa belasten unser operatives Ergebnis deutlich.“

**Die wesentlichen Kennzahlen der Markengruppe Core im Detail:**

Finanzkennzahlen	Jan-Sept 2025	Jan-Sept 2024	Veränderung 25 /24
Absatz (inkl. Fahrzeuge anderer Marken)	3.771 Tsd. Fzg.	3.627 Tsd. Fzg.	+4,0%
Umsatz	106,950 Mrd. Euro	101,523 Mrd. Euro	+5,3%
Operatives Ergebnis	4,719 Mrd. Euro	4,419 Mrd. Euro	+6,8%
Operative Rendite	4,41%	4,35%	+0,1%-Punkte
Netto-Cashflow	4,340 Mrd. Euro	2,894 Mrd. Euro	+1,446 Mrd. Euro

Wesentliche Kennzahlen der einzelnen Marken:

	Absatz		Umsatz		Operatives Ergebnis		Operative Rendite	
Fzg. / Mio. €	Jan-Sept 25	Jan-Sept 24	Jan-Sept 25	Jan-Sept 24	Jan-Sept 25	Jan-Sept 24	Jan-Sept 25	Jan-Sept 24
Volkswagen Pkw	2.279.197*	2.260.151*	63.811	63.535	1.476	1.281	2,3%	2,0%
Škoda Auto	869.653*	808.647*	22.342	20.399	1.790	1.699	8,0%	8,3%
SEAT/CUPRA	480.627*	466.374*	11.241	10.515	16	415	0,1%	3,9%
Volkswagen Nutzfahrzeuge	323.900	309.837	12.539	11.093	220	599	1,8%	5,4%

*) umfasst auch die Verkäufe an Vertriebsgesellschaften inkl. anderer Konzernmarken

Kontakt

Christoph Adomat

Kommunikation Markengruppe Core

+49 (0) 160 908 321 10

christoph.adomat@volkswagen.de

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 115 Produktionsstätten in 17 europäischen Ländern sowie 10 Ländern in Nord- und Südamerika, Asien und Afrika.

Der Konzern beschäftigt rund 680.000 Mitarbeiter. Die Fahrzeuge der Volkswagen Group 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 2024 betrugen die weltweiten Auslieferungen von Konzernfahrzeugen 9,0 Mio. (2023: 9,2 Mio.).

Der Umsatz des Konzerns belief sich im Jahr 2024 auf 324,7 Mrd. Euro (2023: 322,3 Mrd. Euro). Das operative Ergebnis vor Sondereinflüssen betrug im Jahr 2024 insgesamt 19,1 Mrd. Euro (2023: 22,5 Mrd. Euro).

Über die Markengruppe Core

Die Marken des Volkswagen Konzerns sind in die Markengruppen Core, Progressive, Sport Luxury und die Traton Group aufgeteilt. Innerhalb der Markengruppe Core arbeiten mehr als 200.000 Mitarbeiter der Schwestermarken Volkswagen, Škoda, SEAT/CUPRA und VW Nutzfahrzeuge an 22 Standorten (ohne China) zusammen, um bestehende Synergiepotenziale zu realisieren.

Durch die Standardisierung und Verschlinkung 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 auf Grundlage gemeinsam erarbeiteter und klar definierter Schwerpunkt-Themenfelder mittelfristig eine operative Rendite von acht Prozent an.