

Markengruppe Core steigert Absatz und Umsatz – Sonderfaktoren belasten die Profitabilität

Volkswagen, Škoda, SEAT/Cupra und Volkswagen Nutzfahrzeuge haben im ersten Quartal 2025 ihre Umsatzerlöse mit insgesamt rund 35,3 Milliarden Euro deutlich gesteigert. Der Fahrzeugabsatz profitierte von starken Zuwächsen bei den vollelektrischen Modellen. Gleichzeitig belasteten Rückstellungen im Zusammenhang mit der CO₂-Regulierung in Europa sowie der Diesel-Thematik das Operative Ergebnis, welches im ersten Quartal auf 1,12 Milliarden Euro zurückging. Auch Bestandsabwertungen im Zusammenhang mit den angekündigten Einfuhrzöllen in den Vereinigten Staaten wirkten sich negativ auf das Ergebnis aus.

"In einem anspruchsvollen ersten Quartal hat sich die Markengruppe Core mit Absatz- und Umsatzgewinnen behauptet. Überzeugende Markteinführungen und der gestiegene Absatz vollelektrischer Modelle schaffen ein Gegengewicht zu negativen Einflüssen.

Diese externen Herausforderungen zeigen, dass wir unsere Performance Programme in den Marken weiter mit Nachdruck verfolgen müssen. Wir arbeiten weiter daran, die Batteriekosten zu senken, Fabrikkosten und Gemeinkosten zu reduzieren, Entwicklungszeiten zu verkürzen und die Softwarequalität zu verbessern. Hiermit stärken wir unsere Resilienz und Wettbewerbsfähigkeit als Markengruppe Core nachhaltig."

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





[Absatz steigt auf 1,22 Mio. Fahrzeuge \(1,19 Mio. Fahrzeuge in Q1 2024\)](#)

Im Vergleich zum Vorjahr verzeichnet der Fahrzeugabsatz ein Wachstum von 2,7%. Starker Anteil von BEV-Modellen belasten die Margen. Die Core-Marken konnten insgesamt Marktanteile gewinnen.

[Umsatz verbessert sich deutlich auf 35,34 Mrd. Euro \(32,77 Mrd. Euro in Q1 2024\)](#)

Der Umsatz der Markengruppe Core steigt in einem wettbewerbsintensiven Umfeld deutlich um 7,8%, getragen von einem höheren Fahrzeugabsatz und -mix der Marken Volkswagen und Škoda.

[Operatives Ergebnis von 1,12 Mrd. Euro \(2,08 Mrd. Euro in Q1 2024\)](#)

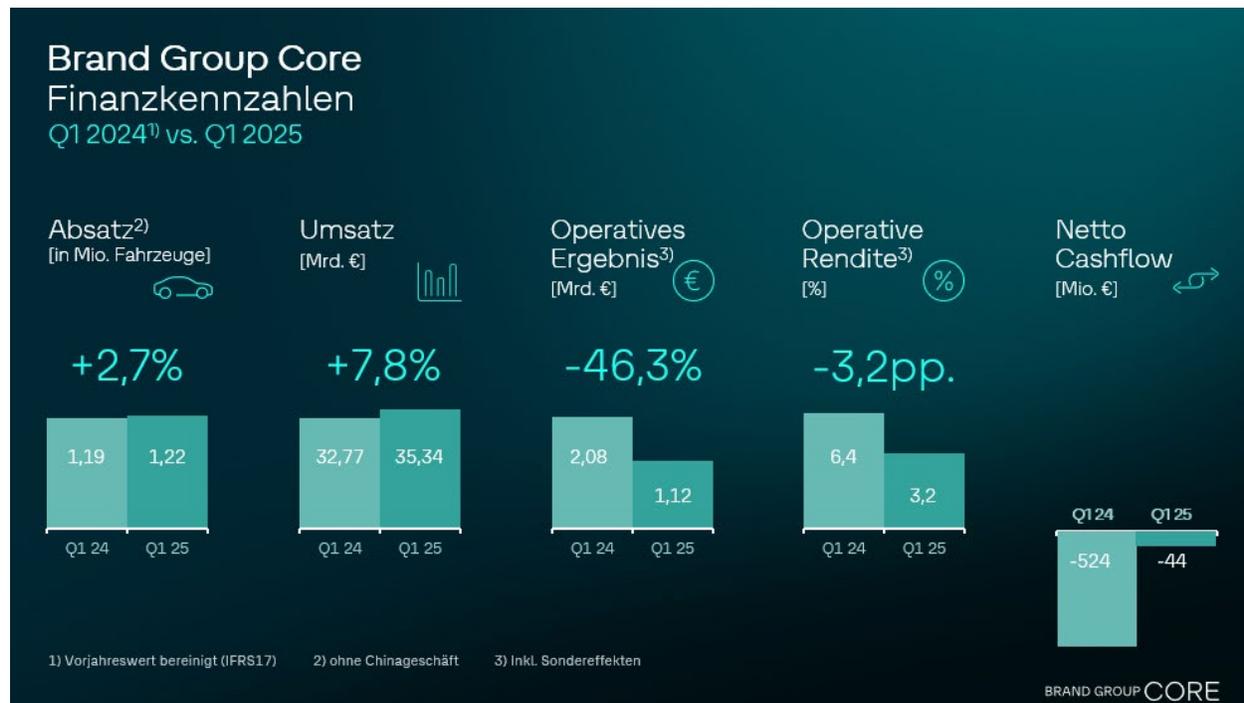
Neben Belastungen aus Rechtsstreitigkeiten im Zusammenhang mit der Diesel-Thematik wirkte die Bildung von Rückstellungen aufgrund der bestehenden CO₂-Regulierung in Europa negativ auf das Ergebnis.

[3,2% operative Rendite \(6,4% in Q1 2024\)](#)

Die Rendite wurde zudem durch Aufwendungen aus der Bestandsabwertung von im Transport befindlichen Fahrzeugen aufgrund der ab Anfang April 2025 in den Vereinigten Staaten angekündigten Einfuhrzölle belastet.

[Net-Cash Flow verbessert sich um 480 Mio. Euro auf -44 Mio. Euro \(-524 Mio. Euro in Q1 2024\)](#)

Durch den Lagerabbau von Fahrzeugen sowie zielgerichtete Investitionen verbesserte sich der Cashflow im Jahresvergleich um 480 Mio. Euro.



Rückblick Q1 / 2025

Im ersten Quartal 2025 verzeichnete die Markengruppe Core erfolgreiche Markteinführungen und einen deutlich gestiegenen Absatz vollelektrischer Modelle. Sie demonstrierte dabei Stärke und Anpassungsfähigkeit in einem höchst anspruchsvollen Marktumfeld.

Die erfolgreiche Einführung neuer Modelle wie des Volkswagen Tayron und des Škoda Elroq stärken das Portfolio weiter und unterstreichen die Fähigkeit der Marken, die Bedürfnisse und Anforderungen der Kundinnen und Kunden zu bedienen.

Der Jahresbeginn wurde insgesamt von negativen Effekten aus der CO₂-Regulierung in Europa, US-Einfuhrzöllen und von Belastungen aus der Diesel-Thematik beeinflusst.



Ausblick

Trotz der aktuellen Herausforderungen wächst die Markengruppe Core immer enger zusammen - und konzentriert sich in den kommenden Jahren in gemeinsam erarbeiteten strategischen Handlungsfeldern auf die konsequente Steigerung der Effizienz durch eine Ausweitung der Zusammenarbeit.

Im Sinne stärkerer Vernetzung wird das globale Produktionsnetzwerk der Markengruppe, bestehend aus 22 Standorten, künftig über fünf Produktionsregionen gesteuert. Die Produktion wird effizienter und zukunftsorientiert aufgestellt, es werden markenübergreifende Synergien sowie regionale Kostenvorteile gehoben.

Auch die Anzahl der Ländercluster für die Technische Entwicklung wird markenübergreifend reduziert. Marktanforderungen und Kundenwünsche lassen sich künftig besser und effizienter berücksichtigen. Zudem werden die Entwicklungszeiten neuer Fahrzeuge verkürzt, verbunden mit einer schnelleren Reaktionszeit auf Marktveränderungen.

Die Zusammenarbeit der Volumenmarken im „Electric Urban Car Family“-Projekt verläuft planmäßig. Ab 2026 wird die Markengruppe Core unter der Projektleitung von SEAT/CUPRA Elektroautos zu einem Preis von rund 25.000 Euro auf den Markt bringen. Die vier geplanten Modelle - zwei von der Marke Volkswagen und je ein Modell von CUPRA und Škoda - werden an den spanischen Standorten Martorell und Pamplona gefertigt. Über den gesamten Produktlebenszyklus erschließt sich allein durch die Zusammenarbeit in der „Electric Urban Car Family“ auf Markengruppenebene ein Synergiepotential von insgesamt 650 Mio. Euro.

Mit dem vereinbarten Programm „Zukunft Volkswagen“ wurden zum Jahresende die wesentlichen Grundlagen für die Wettbewerbsfähigkeit der Volkswagen AG in Deutschland gelegt. Das Programm bringt wirtschaftliche Stabilität und nachhaltige Beschäftigung in Einklang. Es bildet die Grundlage, dass die Marke Volkswagen als

tragende Säule der Markengruppe Core bis 2030 weltweit zum technologisch führenden Volumenhersteller aufsteigt.

In den kommenden Jahren plant die Markengruppe Core deshalb mit kontinuierlichen Ergebnissteigerungen, getragen von den Effekten aus den laufenden Performance-Programmen aller Volumenmarken. Es wird mit Hochdruck an der Umsetzung der beschlossenen Maßnahmen gearbeitet - und damit ein Renditepfad generiert, der mittelfristig für die Markengruppe Core eine Umsatzrendite von 8% abbildet.

Die Marken der Markengruppe Core im Überblick

Volkswagen Pkw



Volkswagen Pkw erzielte im ersten Quartal 2025 einen Absatz von 726.267 Fahrzeugen (ohne China, inkl. Fremdfertigung), was einem Anstieg von 4,6% gegenüber dem Vorjahreswert entspricht. Hierzu hat unter anderem der anziehende Verkauf der Modelle ID.4, ID.7, T-Cross und Tiguan sowie die erfolgreiche Markteinführung des Tayron beigetragen.

Die Umsatzerlöse lagen mit 21,2 Mrd. EUR um 10,2% höher als im vergleichbaren Vorjahreszeitraum.

Das operative Ergebnis ging insbesondere nach Sondereffekten um 84,9% auf 112 Mio. EUR zurück. Besonders belasteten Rückstellungen im Zusammenhang mit der CO₂-Regulierung in Europa das Ergebnis. Hinzu kamen Belastungen aus Rechtsstreitigkeiten im Zusammenhang mit der Diesel-Thematik sowie Aufwendungen aus der Bewertung von Fahrzeugtransporten aufgrund der ab Anfang April in den Vereinigten Staaten eingeführten Einfuhrzölle.

Die operative Rendite der Marke Volkswagen sank dadurch deutlich auf 0,5% gegenüber 3,9% im Vorjahr.



„Wir sind mit einem starken und rundum erneuerten Produktangebot ins Jahr gestartet und sehen mit einem hohen Auftragseingang eine anhaltend positive Dynamik. Das Q1-Ergebnis ist aber aufgrund gegenläufiger Effekte nicht zufriedenstellend. Mit der weiteren Umsetzung unseres Performance Programms und der geschlossenen Vereinbarung "Zukunft Volkswagen" sowie der aktuellen Produktsubstanz werden wir unser vereinbartes Renditeziel von 4 % in 2025 erreichen.“

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

Škoda Auto



Škoda Auto Group konnte im ersten Quartal 2025 an die Erfolge aus dem Geschäftsjahr 2024 – dem besten in seiner Geschichte – anknüpfen. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum konnte Škoda seine Auslieferungen um 8,2% auf 238.600 Fahrzeuge steigern. Die Auslieferungen vollelektrischer Fahrzeuge und Plug-in-Hybride wurden mit insgesamt 36.900 Fahrzeugen mehr als verdoppelt. Durch die steigende Nachfrage, das breite und moderne Modellangebot sowie die konsequente Kosteneffizienz im Rahmen des Next Level Efficiency+ Programms erzielte die Marke einen Umsatz von 7,259 Milliarden Euro (+10,4%). Das operative Ergebnis stieg auf 546 Mio. Euro bei einer stabilen Umsatzrendite von 7,5%.



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

„Škoda Auto knüpft mit einem starken ersten Quartal an das bisher erfolgreichste Geschäftsjahr 2024 an. Dies resultiert insbesondere aus der weiterhin hohen Nachfrage nach unseren Produkten und unserem Fokus auf konsequente Kosteneffizienz. Gleichzeitig profitieren wir von unserem ausgewogenen Modellportfolio aus effizienten Verbrennern, optimierten Plug-in-Hybriden und vollelektrischen Fahrzeugen, der Umsetzung von KI-Projekten sowie bestehenden Synergien innerhalb der Brand Group Core. Wir bleiben unserem Ziel verpflichtet, den Wandel der Automobilindustrie in Richtung Elektromobilität voranzutreiben - sowohl unsere eigene, die unseres Heimatmarktes Tschechien, innerhalb Europas, und auch darüber hinaus. Deshalb setzen wir alles daran, eine solide Basis für zukünftige Investitionen zu sichern, um damit unser Unternehmen weiterhin zu stärken.“

SEAT/CUPRA



SEAT S.A. erzielte in Q1/25 einen Umsatz von 3,895 Mrd. Euro, was einem Anstieg von 2,4% gegenüber Q1/24 (3,803 Mrd. Euro) entspricht. Gleichzeitig erzielte SEAT S.A. in Q1/25 ein operatives Ergebnis von 5 Mio. Euro, ein Rückgang von 221 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahr (Q1 2024: 226 Mio. Euro). Dieser Rückgang ist auf mehrere Faktoren zurückzuführen, z. B. eine Verschiebung des Verkaufsmixes hin zu BEV-Fahrzeugen sowie europäische Einfuhrzölle auf den in China produzierten CUPRA Tavascan. Zusätzlicher Druck ergab sich aus einem komplexen globalen Umfeld und einem sich verschärfenden Wettbewerb, insbesondere in wichtigen Märkten für BEV-Modelle. Die operative Umsatzrendite sank auf 0,1 %, was einem Rückgang von 5,8 Prozentpunkten gegenüber Q1 2024 entspricht.



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) erreichte im ersten Quartal 2025 einen Absatz von 108.721 Fahrzeugen - was einem Rückgang von 10,8% gegenüber dem Vorjahresquartal entspricht. Der Hauptgrund hierfür liegt im geplanten Modellwechsel auf den neuen Transporter, der das „Bulli Trio“ mit Multivan und ID. Buzz komplettiert. Die Umsatzerlöse lagen mit 4,1 Mrd. EUR auf Vorjahresniveau (-0,8%). Das operative Ergebnis sank um 91% auf 37 Mio. EUR. Die operative Rendite lag bei 0,9%, ein Rückgang von 8,6 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahreswert.

„Wir liegen mit dem Absatz im ersten Quartal - insbesondere beim ID. Buzz - in unserem Planungskorridor, teilweise darüber. Nach dem Generationswechsel bei den T-Modellen starteten der neue Transporter und Caravelle wie geplant das Jahr 2025. Der Auslauf des T6.1 verschaffte uns im Vorjahr eine außergewöhnlich hohe Nachfrage. Die guten Auftragseingänge lassen uns weiter positiv auf die kommenden Monate blicken. Der Ergebnisrückgang im ersten Quartal ist maßgeblich auf den Anlauf der neuen Modelle, ein verschärftes Wettbewerbsumfeld sowie Rückstellungen im Zusammenhang mit der CO2-Flottenregulierung in Europa zurückzuführen.“



Michael Obrowski,
Mitglied des Markenvorstands Volkswagen
Nutzfahrzeuge, Geschäftsbereich „Finanzen und IT“

Die wesentlichen Kennzahlen der Markengruppe Core:

Finanzkennzahlen	Q1 2025	Q1 2024	Veränderung 25 /24
Absatz (inkl. Fahrzeuge anderer Marken)	1.224 Tsd. Fzg.	1.192 Tsd. Fzg.	2,7%
Umsatz	35,340 Mio. Euro	32,773 Mio. Euro	7,8%
Operatives Ergebnis	1,118 Mio. Euro	2,082 Mio. Euro	-46,3%
Operative Rendite	3,2%	6,4%	-3,2%-Punkte
Netto-Cashflow	-44 Mio. Euro	-524 Mio. Euro	

**Wesentliche Kennzahlen der einzelnen Marken:**

Fzg. / Mio. €	Absatz		Umsatz		Operatives Ergebnis		Operative Rendite	
	Q1 25	Q1 24	Q1 25	Q1 24	Q1 25	Q1 24	Q1 25	Q1 24
Volkswagen Pkw	726.267	694.617	21.226	19.264	112	746	0,5%	3,9%
Škoda Auto	276.245*	268.400*	7.259	6.574	546	535	7,5%	8,1%
SEAT/CUPRA	158.238	164.318	3.895	3.803	5	226	0,1%	5,9%
Volkswagen Nutzfahrzeuge	108.721	121.906	4.138	4.170	37	398	0,9%	9,5%

*) umfasst die Verkäufe der Škoda Auto Gruppe an Vertriebsgesellschaften inkl. anderer Konzernmarken

Kontakt**Christoph Adomat**

Kommunikation Markengruppe Core

+49 (0) 160 908 321 10

christoph.adomat@volkswagen.de

Elena Storm

Kommunikation CEO und Marke Volkswagen Pkw

+49 (0) 1520 1491259

elena.storm@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 konkurrenzlosen 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. Im Jahr 2024 betragen 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 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 auf Grundlage gemeinsam erarbeiteter und klar definierter Schwerpunkt-Themenfelder mittelfristig eine operative Rendite von acht Prozent an.