

Markengruppe Core verbessert Umsatzniveau und erzielt Fortschritte bei der Kosteneffizienz

Die Marken Volkswagen, Škoda, SEAT/Cupra und Volkswagen Nutzfahrzeuge haben im ersten Halbjahr 2025 ihre Umsatzerlöse in einem herausfordernden Marktumfeld mit rund 72,5 Milliarden Euro deutlich gesteigert (+5,0%). Trotz der Belastungen durch deutlich erhöhte Einfuhrzölle in den Vereinigten Staaten konnte das Operative Ergebnis der Markengruppe auf 3,46 Milliarden Euro gesteigert werden. Maßgeblich zu diesem soliden Ergebnis beigetragen haben die erneuerte Produktpalette, eine verbesserte Auslastung der Werke, gesunkene Fabrikkosten - und damit die konsequente Umsetzung der vereinbarten Restrukturierungsinitiativen.

"Wir haben in einem anspruchsvollen ersten Halbjahr bewiesen, dass wir das Potenzial in der Markengruppe Core jetzt heben. Unsere neuen Modelle kommen hervorragend im Markt an, und die gesteigerte Effizienz in der Produktion zahlt sich spürbar aus. Die Richtung stimmt – jetzt kommt es darauf an, den Weg konsequent weiterzugehen: Wir verfolgen unsere Performance Programme mit Nachdruck und investieren gleichzeitig in Zukunftsthemen wie kürzere Innovationszyklen, Batterietechnologie und Softwarequalität. Der nächste große Schritt wird unsere Electric Urban Car Family, mit der wir Einstiegsmobilität in Europa attraktiv und erschwinglich machen."

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





„Wir erzielen Fortschritte bei der Steigerung unserer Kosteneffizienz. Seit Jahresbeginn verzeichnen wir bereits einen Rückgang der Fabrikkosten – was die ersten positiven Effekte unserer umfassenden Kostenoptimierungsinitiativen unterstreicht. Diese Entwicklung ist das Ergebnis einer disziplinierten operativen Umsetzung. Gezielte Maßnahmen führen zur Straffung der Produktionsprozesse und einer besseren Auslastung unserer Werke. Die daraus resultierende positive Dynamik belegt unser konsequentes Engagement, die eingeleiteten Restrukturierungsmaßnahmen erfolgreich umzusetzen – und damit die Grundlage für nachhaltige Profitabilität und finanzielle Stabilität zu schaffen.“

**David Powels, Mitglied des Markenvorstands
Volkswagen, Geschäftsbereich „Finanzen“**



Absatz der Markengruppe Core (inkl. Fremdfertigung) steigt auf 2,53 Mio. (2,49 Mio. Fahrzeuge in H1 2024)

Im Vergleich zum Vorjahr verzeichnet der Fahrzeugabsatz ein leichtes Wachstum von 1,3%. Die Marke Volkswagen konnte zwar die Auslieferungen im ersten Halbjahr steigern (+4,6%), lag aber aufgrund geringerer Fremdfertigung im Konzernverbund beim Absatz auf Vorjahresniveau.

Umsatz der Markengruppe Core verbessert sich deutlich auf 72,5 Mrd. Euro (69,1 Mrd. Euro in H1 2024)

Der Umsatz der Markengruppe Core erhöhte sich in einem wettbewerbsintensiven Umfeld deutlich um 5,0%, getragen von Preissteigerungen, einem verbesserten Produktmix und einem leicht gesteigerten Absatz.

Operatives Ergebnis der Markengruppe Core von 3,46 Mrd. Euro (3,41 Mrd. Euro in H1 2024)

Die eingeleiteten Maßnahmen zur Steigerung der Kosteneffizienz zeigen erste Wirkung: Trotz Belastungen durch erhöhte Einfuhrzölle in den Vereinigten Staaten, Aufwendungen im Zusammenhang mit CO₂-Regulierung, Restrukturierungs- sowie zusätzlichen Aufwendungen aus Rechtsstreitigkeiten im Kontext der Dieseldispute konnte das operative Ergebnis der Markengruppe gesteigert werden.

4,8% operative Rendite der Markengruppe Core (4,9% in H1 2024)

Die operative Rendite erreichte trotz Herausforderungen nach einem schwachen Jahresstart annähernd das Vorjahresniveau.

Netto-Cashflow sank mit 1,17 Mrd. Euro um 0,84 Mrd. Euro (2,01 Mrd. Euro in H1 2024)

Der Netto-Cashflow ist wesentlich durch Zahlungsmittelabflüsse im Zusammenhang mit der Zollpolitik der USA beeinflusst.



Die Marken der Markengruppe Core im Überblick:

Volkswagen Pkw



Volkswagen Pkw erzielte im ersten Halbjahr 2025 einen stabilen Absatz von 1.521.278 Fahrzeugen (ohne China). Obwohl die Marke Volkswagen die Auslieferungen im ersten Halbjahr wegen anziehender Verkäufe der Modelle ID. 3, ID. 4, Polo, Tiguan, T-Cross und sowie der erfolgreichen Markteinführung des Tayron um +4,6% steigern konnte, lag der Absatz insgesamt aufgrund geringerer Fremdfertigung im Konzernverbund auf Vorjahresniveau. Die Umsatzerlöse lagen mit 43,45 Mrd. EUR um 3,0% höher als im Vorjahr. Das operative Ergebnis konnte um 20,3% auf 1,10 Milliarden Euro gesteigert werden. Die konsequente Umsetzung der Ende letzten Jahres vereinbarten Effizienzmaßnahmen zeigt positive Effekte auf die Kostenstrukturen der Marke Volkswagen. Trotz der Belastungen durch Einfuhrzölle in den Vereinigten Staaten, Restrukturierungsaufwendungen sowie der Dieselthematik ist die operative Rendite auf 2,5% gegenüber 2,2% im Vorjahresvergleich gestiegen. Ohne Berücksichtigung dieser nicht-operativen Effekte fiel die Performance der Marke Volkswagen stärker aus - und liegt damit im Rahmen des Ziels für das Gesamtjahr.

Škoda Auto



Škoda Auto knüpfte im ersten Halbjahr 2025 an die Erfolge aus dem Geschäftsjahr 2024 an - dem bisher besten in seiner Geschichte. In den ersten sechs Monaten des Jahres steigerte Škoda Auto seine Auslieferungen weltweit um 13,6% auf 509.400 Fahrzeuge und stieg zur drittbestverkauften Automarke Europas auf. Die starke Nachfrage nach Elektro- und Plug-in-Hybrid-Modellen spielte dabei eine Schlüsselrolle: Fast jeder vierte in Europa verkaufte Škoda (22,8%) ist mit einem elektrifizierten Antriebsstrang ausgestattet. Die starken Verkaufszahlen spiegeln sich auch in den Finanzergebnissen des Unternehmens wider: Der Umsatz stieg auf 15,07 Mrd. € (+10,4%) und der operative Gewinn erreichte 1,285 Mrd. € (+11,8%) bei einer stabilen Umsatzrendite von 8,5% - auch dank der konsequenten Umsetzung des Next Level Efficiency+ Programms.

SEAT/CUPRA



SEAT/CUPRA erzielte im ersten Halbjahr 2025 mit 302.600 ausgelieferten Fahrzeugen ein Absatzplus von 1,7% gegenüber dem Vorjahr. Gleichzeitig sanken die Umsatzerlöse moderat um 2,0% auf 7,6 Milliarden Euro. Das operative Ergebnis sank im Vergleich zum Vorjahr auf 38 Millionen Euro, was auf Veränderungen im Umsatzmix, EU-Zölle auf den in China hergestellten CUPRA Tavascan, steigende Materialkosten und einen verschärften Wettbewerb in Schlüsselmärkten zurückzuführen ist.

Volkswagen Nutzfahrzeuge



Volkswagen Nutzfahrzeuge (VWN) hat im ersten Halbjahr 2025 seinen Umsatz um 7,6 Prozent auf 8,70 Milliarden Euro gesteigert - trotz eines leichten Absatzrückgangs von 3 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Die Marke konnte im zweiten Quartal ihre Kennzahlen deutlich verbessern: Operatives Ergebnis, Absatz, Auslieferungen und Umsatz lagen spürbar über dem Niveau des ersten Quartals 2025. Besonders erfreulich war der vollelektrische ID. Buzz, dessen Auslieferungen - einschließlich der Varianten ID. Buzz Cargo, Langversion, GTX und Pure - im Vergleich zum ersten Halbjahr 2024 um knapp 70 Prozent zulegte. Auch die Auftragsgänge beim ID. Buzz stiegen signifikant und lagen 42 Prozent über dem Vorjahreswert. Das operative Ergebnis entwickelte sich im zweiten Quartal positiv: Nach 37 Millionen Euro im ersten Quartal erreichte VWN im Zeitraum April bis Juni ein Ergebnis von 170 Millionen Euro. Damit ergibt sich für das erste Halbjahr ein kumuliertes operatives Ergebnis von 207 Millionen Euro. Die Umsatzrendite verbesserte sich entsprechend von 0,9 Prozent im ersten Quartal auf 2,4 Prozent nach sechs Monaten. Im Vergleich zum ersten Halbjahr 2024 liegt das Ergebnis jedoch weiterhin unter dem Vorjahresniveau. Gründe hierfür sind vor allem der Generationswechsel bei den T-Modellen, ein insgesamt herausforderndes und teilweise rückläufiges Marktumfeld für leichte Nutzfahrzeuge sowie Rückstellungen im Zusammenhang mit der CO₂-Flottenregulierung in Europa.



Rückblick

Im ersten Halbjahr 2025 setzte die Markengruppe Core ihren erfolgreichen Kurs fort und profitierte von einer weiter erneuerten und attraktiven Produktpalette. Besonders die stärkere Auslastung der Werke und die gezielte Optimierung der Produktionsprozesse sorgten für zusätzliche Effizienzgewinne. Die Nachfrage nach Modellen wie Polo, Tiguan, T-Cross, T-Roc, Golf, Tiguan, Passat und Tayron blieb auf hohem Niveau, während sich bei den vollelektrischen Modellen insbesondere der ID.3 und ID.4, aber auch Formentor, Elroq und Enyaq als Wachstumstreiber erwiesen. Die Marke Volkswagen lag beim Fahrzeugabsatz aufgrund geringerer Fremdfertigung im Konzernverbund auf Vorjahresniveau. Im zweiten Quartal zeigten sich deutliche Fortschritte sowohl auf der Produkt- als auch auf der Preisseite.

Ausblick

Die Markengruppe Core richtet ihren Fokus in den kommenden Jahren konsequent auf die Umsetzung der jeweils vereinbarten Restrukturierungsmaßnahmen in den Marken - und erwartet trotz verbleibender Unsicherheiten insgesamt ein stärkeres zweites Halbjahr. 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 rund 650 Mio. Euro. In den kommenden Jahren plant die Markengruppe Core deshalb mit kontinuierlichen Ergebnissteigerungen, getragen von den Effekten aus den laufenden Performance-Programmen der Volumenmarken inklusive des Programms „Zukunft Volkswagen“. 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.



Wesentliche Kennzahlen der Markengruppe Core:



Finanzkennzahlen	H1 2025	H1 2024	Veränderung 25 /24
Absatz (inkl. Fahrzeuge anderer Marken)	2.527 Tsd. Fzg.	2.494 Tsd. Fzg.	1,3%
Umsatz	72,480 Mio. Euro	69,051 Mio. Euro	5,0%
Operatives Ergebnis	3,455 Mio. Euro	3,405 Mio. Euro	1,5%
Operative Rendite ¹⁾	4,8%	4,9%	-0,2%-Punkte
Netto-Cashflow	1,17 Mio. Euro	2,01 Mio. Euro	836 Mio. Euro

Wesentliche Kennzahlen der Marken innerhalb der Markengruppe Core:

Fzg. / Mio. €	Absatz		Umsatz		Operatives Ergebnis		Operative Rendite	
	H1 25	H1 24	H1 25	H1 24	H1 25	H1 24	H1 25	H1 24
Volkswagen Pkw	1.521.278 ²⁾	1.518.756 ²⁾	43.448	42.194	1.103	917	2,5%	2,2%
Škoda Auto	582.010 ³⁾	547.690 ³⁾	15.070	13.652	1.285	1.149	8,5%	8,4%
SEAT/CUPRA	321.930	344.313	7.598	7.752	38	406	0,5%	5,2%
Volkswagen Nutzfahrzeuge	224.436	231.262	8.698	8.087	207	635	2,4%	7,9%

1) gerundete Werte; 2) incl. Fremdfertigung; ohne China

3) incl. Fremdfertigung; umfasst die Verkäufe der Skoda Auto Group an Vertriebsgesellschaften & 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 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).

THE GLOBAL AUTOMOTIVE TECH DRIVER.

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 (MGC) arbeiten mehr als 200.000 Mitarbeiter der Schwestermarken Volkswagen, Škoda, SEAT/CUPRA und VW Nutzfahrzeuge an 21 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. Um als volumenstarker Kern des Volkswagen Konzerns zu agieren, strebt die Markengruppe Core durch gemeinsam erarbeitete und klar definierte Schwerpunkt-Themenfelder eine nachhaltige konsolidierte Umsatzrendite von acht Prozent an.