



Medieninformation

NR. 29/2024

Markengruppe Core steigert im Jahr 2023 Ergebnis und Rendite – engere Zusammenarbeit zwischen den Volumenmarken greift

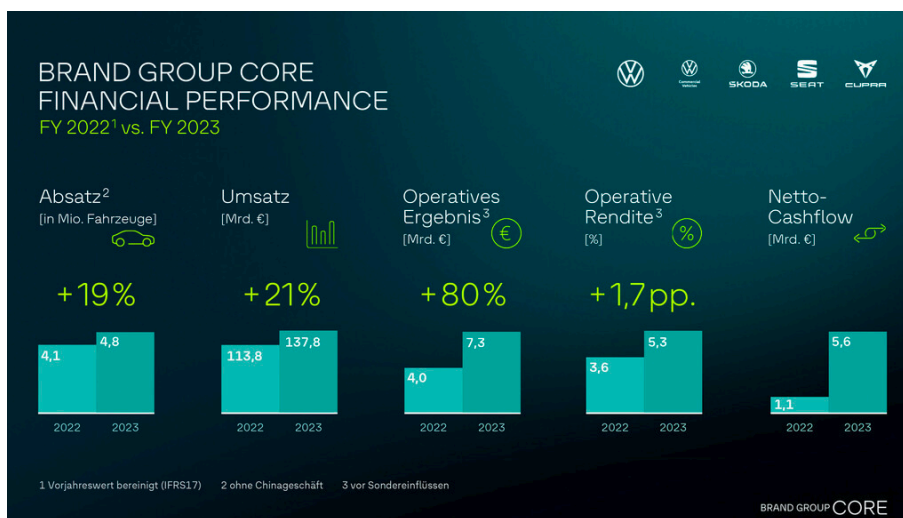
- Operatives Ergebnis der Markengruppe Core wächst im Geschäftsjahr 2023 um 80% auf 7,3 Mrd. Euro
- Strikter Fokus auf Kostendisziplin und Profitabilität führt im Jahr 2023 zur Steigerung der operativen Rendite auf 5,3%
- Renditeverbesserung zum Vorjahr bei allen fünf Volumenmarken SEAT/CUPRA, Škoda, Volkswagen Nutzfahrzeuge und Marke Volkswagen
- Umsatzerlöse der Markengruppe Core erhöhen sich um 21% auf 138 Mrd. Euro
- Konsequenter Abbau der Vorräte verbessert Netto-Cashflow in 2023 deutlich auf 5,6 Mrd. Euro
- Markengruppe Core plant ihr Ergebnis in 2024 zu steigern, unterstützt durch die jeweiligen Effekte aus den laufenden Performance-Programmen der Volumenmarken
- Thomas Schäfer, Mitglied des Vorstands der Volkswagen AG, Markengruppe Core & CEO Marke Volkswagen: „Wir haben in der Markengruppe Core eine klare Strategie – und wir liefern: Durch die enge Zusammenarbeit unserer Marken arbeiten wir effizienter, werden wettbewerbsstärker und steigern unsere Innovationskraft für unsere Kunden weltweit. Es ist sehr wichtig, dass wir in einem schwierigen Umfeld unsere wirtschaftliche Leistungsfähigkeit weiter steigern. So schaffen wir den finanziellen Spielraum, um gezielt in Fahrzeuge und Technologien zu investieren, mit denen wir die hohen Erwartungen der Kunden an unsere Marken erfüllen werden.“

Wolfsburg, Wolfsburg, 14. März 2024 – Die Markengruppe Core hat im Jahr 2023 robuste finanzielle Ergebnisse erzielt. Höhere Volumen- und Preiseffekte, eine verbesserte Teilverfügbarkeit sowie geringere Fixkosten wirkten positiv, gestiegene Produktkosten und die Entkonsolidierung der Volkswagen Group Rus belasteten das Ergebnis hingegen. Das globale Markt- und Wettbewerbsumfeld bleibt herausfordernd. Besonders aufgrund der langsameren Marktentwicklung der Elektromobilität in Europa arbeitet die Markengruppe Core an einer weiteren Stabilisierung ihrer Performance, um widerstandsfähiger gegenüber externen Faktoren zu werden.

MARKENGRUPPE CORE - #5Brands1Core



Der systematische Ausbau der Zusammenarbeit in markenübergreifend vereinbarten Kernhandlungsfeldern wirkt sich nachhaltig positiv auf die wichtigsten Finanzkennzahlen aus: Die Markengruppe Core konnte das **operative Ergebnis vor Sondereinflüssen** im Vergleich zum Vorjahr um 80% auf 7,3 Mrd. Euro erhöhen (2022: 4,1 Mrd. Euro). Wesentlicher Treiber war hier eine Steigerung des **Absatzes** um 19% auf 4,826 Mio. Fahrzeuge (2022: 4,069 Mio. Fahrzeuge). Der **Netto-Cashflow** stieg von 1,1 Mrd. Euro in 2022 auf 5,6 Mrd. Euro. Diese Entwicklung war vor allem getrieben durch den einmaligen Abbau von Vorräten, der damit den Lageraufbau aufgrund knapper Logistikressourcen aus dem Vorjahr weitgehend korrigiert hat. Die **operative Rendite vor Sondereinflüssen** verbesserte sich um 1,7 Prozentpunkte auf 5,3% (2022: 3,6%), die **Umsatzerlöse** kletterten um 21% auf 138 Mrd. Euro (2022: 114 Mrd. Euro).



Fokus auf strikte Kostendisziplin und Profitabilität in der Markengruppe Core.

Thomas Schäfer, Mitglied des Vorstands der Volkswagen AG, Markengruppe Core und CEO-Marke Volkswagen: „Die engere Zusammenarbeit in der Markengruppe Core greift. Unsere Arbeit trägt erste Früchte. Wir haben uns dazu systematischer und stärker vernetzt. Es gibt mittlerweile viele Projekte, in denen die Kooperation über die bisher bekannten Markengrenzen hinaus geht. Der Teamgeist stimmt. Als CEO-Team der Volumenmarken haben wir diesen Wandel in den vergangenen Monaten stark vorangetrieben. Unser gemeinsames Ziel: Wir werden unsere Leistungsfähigkeit als Markengruppe voll ausschöpfen, indem wir Wissen teilen und gemeinsam an den besten Lösungen arbeiten. Wir decken wichtige Marktsegmente mit unseren starken, klar differenzierten Modellen ideal ab, ohne uns gegenseitig zu kannibalisieren. Und wir werden uns immer enger vernetzen, um das riesige gemeinsame Potential in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld und einer sich stark wandelnden Autoindustrie künftig noch besser zu heben. Das ist gut für jede Marke, den Konzern und unsere Kundinnen und Kunden.“

MARKENGRUPPE CORE - #5Brands1Core



Die aktuellen Kennzahlen der Markengruppe Core im Überblick:

Finanzkennzahlen	2023	2022	Veränderung 23/22
Absatz (inkl. Fahrzeuge anderer Marken)	4.826.276 Fzg.	4.069.342 Fzg.	+19%
Umsatz	137,770 Mrd. Euro	113,762 Mrd. Euro	+21%
Operatives Ergebnis vor Sondereinflüssen	7,273 Mrd. Euro	4,045 Mrd. Euro	+80%
Operative Rendite vor Sondereinflüssen	5,3%	3,6%	+1,7%-Punkte
Netto-Cashflow	5,625 Mrd. Euro	1,131 Mrd. Euro	

Alle Einzelmarken Volkswagen, Škoda, SEAT/CUPRA und Volkswagen Nutzfahrzeuge haben zum positiven Gesamtergebnis der Markengruppe Core – und damit auch des Volkswagen Konzerns – im Geschäftsjahr 2023 beigetragen.

Im Geschäftsjahr 2023 konnte die **Marke Volkswagen** ihren **Absatz**¹ um 13% auf 2,519 Mio. Fahrzeuge erhöhen (2022: 2,236 Mio. Fahrzeuge). Die **Umsatzerlöse** der Marke stiegen auf 86,4 Mrd. Euro (2022: 73,8 Mrd. Euro). Haupttreiber waren hier insbesondere das Lizenzgeschäft mit China und eine starke Leistung im After-Sales-Geschäft. Die neue Fokussierung auf Effizienz und Ertragskraft spiegelt sich auch **im operativen Ergebnis vor Sondereinflüssen** von 3,5 Mrd. Euro wider (2022: 2,6 Mrd. Euro). Mit 4,1% liegt die **operative Rendite vor Sondereinflüssen** um 0,5 Prozentpunkte über dem Vorjahreswert (2022: 3,6%). Das verbesserte operative Ergebnis im Jahr 2023 zeigt, dass die Marke ihre Resilienz ausbaut und die Wettbewerbsfähigkeit steigert. Mit Blick auf die zunehmende Wettbewerbsintensität weltweit und dem damit verbundenen enormen Preis- und Kostendruck soll das im Dezember verabschiedete Performance-Programm ab 2024 zu einer Stabilisierung des Renditepfads beitragen. Die Marke Volkswagen schafft damit die Voraussetzungen für mehr Widerstandsfähigkeit in einem weiterhin herausfordernden Marktumfeld.

Patrik A. Mayer, Mitglied des Markenvorstands Volkswagen, Geschäftsbereich „Finanzen“: „Die soliden Ergebnisse des Geschäftsjahres 2023 zeigen, dass wir finanziell robuster werden. Volkswagen ist die Kernmarke des Konzerns, und wir müssen unserer Verantwortung gerecht werden – mit guten Produkten, aber auch mit guten Zahlen. Wir werden mit der konsequenten Umsetzung unseres Performance Programms Accelerate Forward bis 2026 weiter deutlich effektiver und schneller werden: in den Fabriken, in der Entwicklung und genauso in der Verwaltung und im Vertrieb. Für das anspruchsvolle Jahr 2024 mit gedämpften Konjunkturaussichten sehen wir uns daher gut gerüstet.“

MARKENGRUPPE CORE - #5Brands1Core



Auch **Škoda Auto** verzeichnete ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2023. Weltweit verzeichnete Škoda Auto im vergangenen Jahr einen **Absatz** von 866.800 Fahrzeugen (+18,5 %), wobei der vollelektrische Enyaq das größte Wachstum verzeichnete (81.700 verkaufte Fahrzeuge; +52%). Das vollelektrische Modell war eines der meistverkauften Elektrofahrzeuge in vielen europäischen Märkten. Die Škoda Auto Group erzielte 2023 einen **Rekordumsatz** von 26,5 Milliarden Euro (2022: 21,0 Milliarden Euro; +26,2 %).

Das **operative Ergebnis vor Sondereinflüssen** der Marke lag mit 1,8 Mrd. Euro 183% über dem Vorjahreswert (2022: 0,63 Mrd. Euro). Mit 6,7% war die **operative Rendite vor Sondereinflüssen** deutlich höher als im Vorjahr (2022: 3,0 %). Diese starken Ergebnisse belegen das robuste Geschäftsmodell des Unternehmens für die notwendigen Investitionen in die laufende Transformation hin zur E-Mobilität.

Im vergangenen Jahr überzeugte **SEAT/CUPRA** mit einem deutlichen Anstieg des **Absatzes** um 28% auf 602 Tsd. Fahrzeuge (2022: 468 Tsd. Fahrzeuge). Die Marke konnte außerdem ein **Umsatzwachstum** um 31% auf 14,3 Mrd. Euro verbuchen (2022: 10,9 Mrd. Euro). Das **operative Ergebnis vor Sondereinflüssen** lag mit 625 Mio. Euro deutlich über dem Vorjahreswert von 33 Mio. Euro. Auch hier macht sich die markengruppenweite Steigerung der Profitabilität bemerkbar: die **operative Rendite vor Sondereinflüssen** stieg auf 4,4% (2022: 0,3%). Haupttreiber waren hier der Erfolg von CUPRA, höhere Volumina sowie positive Effekte aus Effizienzsteigerungen.

Bei der Marke **Volkswagen Nutzfahrzeuge (VWN)** ist ebenfalls eine positive Geschäftsentwicklung zu verzeichnen: der **Absatz** stieg um rund 25% auf 423.000 Fahrzeuge (2022: 340.000 Fahrzeuge) und die **Umsatzerlöse** erhöhten sich um 34% auf 15,3 Mrd. Euro (2022: 11,5 Mrd. Euro). Zudem verbesserte sich das **operative Ergebnis vor Sondereinflüssen** um 65% auf 873 Mio. Euro (2022: 529 Mio. Euro). Die Fortschritte bei der Profitabilitätssteigerung zeigen sich hier in einer Zunahme der **operativen Rendite vor Sondereinflüssen** auf 5,7% im Vergleich zu 4,6% im Vorjahr. Zurückzuführen ist dieses Rekordergebnis auf die robuste Aufstellung der Marke. Fahrzeuge für Privat- und Gewerbekunden, der ikonische ID. Buzz sowie die markenprägenden California Modelle erfüllen individuelle Kundenansprüche. Die konsequente Umsetzung des Ergebnisprogramms bei VWN und die damit verbundene Kostendisziplin haben das Ergebnis ermöglicht.

Ausblick

Die Markengruppe Core plant ihr Ergebnis in 2024 zu steigern, unterstützt durch die jeweiligen Effekte aus den laufenden Performance-Programmen der Volumenmarken.

Die Gruppe zielt insgesamt weiterhin auf eine operative Rendite von 8% in 2026 ab. Eine verbesserte Zusammenarbeit der Schwestermarken soll Synergie- und Skaleneffekte heben und zur Erreichung dieses Ziels beitragen. Dazu gehören die Optimierung von Produktkosten, die Reduzierung von Gemeinkosten durch die verschiedenen Performance Programme der Marken sowie die damit einhergehende Absicherung nachhaltigen Wachstums. Darüber hinaus plant die Markengruppe Core weiteres Volumenwachstum durch die verbesserte Versorgungssituation mit kritischen Rohstoffen und Bauteilen. Weiteres Wachstum in Schlüsselregionen

MARKENGRUPPE CORE - #5Brands1Core



(z.B. Nordamerika) sowie die Erschließung neuer Märkte (z.B. Škoda Auto / Vietnam) sollen die Rendite positiv beeinflussen. Ein starker Wettbewerb, politische Herausforderungen und notwendige Zukunftsinvestitionen werden das laufende Geschäftsjahr prägen. Klare Verantwortlichkeiten und eine gemeinsame Aufgabenerfüllung sind Basis der starken Zusammenarbeit, die auch künftig den Erfolg der Markengruppe und des gesamten Volkswagen Konzerns vorantreiben wird.

¹⁾ ohne Fahrzeuge anderer Marken; ohne China

Organisatorischer Hinweis:

Jahrespressekonferenz Skoda,	Freitag 15.3., 10:00 Uhr
Jahrespressekonferenz VWN	Donnerstag 21.3., 09:00 Uhr
Jahrespressekonferenz SEAT/CUPRA	Donnerstag 21.3., 11:00 Uhr.

Christoph Adomat

Volkswagen AG

Kommunikation Markengruppe Core

+49 (0) 160 90832110

christoph.adomat@volkswagen.de | www.volkswagen-group.com



MARKENGRUPPE CORE - #5Brands1Core



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 114 Produktionsstätten in 19 europäischen Ländern und 10 Ländern in Nord- und Südamerika, Asien und Afrika. Der Konzern beschäftigt rund 684.000 Mitarbeiter. Die Fahrzeuge der Gruppe 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 2023 betrug die weltweiten Auslieferungen von Konzernfahrzeugen 9,2 Millionen (2022: 8,3 Millionen). Der Umsatz des Konzerns belief sich im Jahr 2023 auf 322,3 Milliarden Euro (2022: 279,1 Milliarden Euro). Das operative Ergebnis vor Sondereinflüssen betrug im Jahr 2023 22,6 Milliarden Euro (2022: 22,5 Milliarden 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 (MGC) arbeiten 200.000 Mitarbeiter der Schwestermarken Volkswagen, Škoda, SEAT/CUPRA und VW Nutzfahrzeuge an 24 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.
