



Medieninformation

NR. 158/2023

Markengruppe Core verbessert operatives Ergebnis, Absatz und Umsatzerlöse – Produktkostensteigerungen und Produktionsausfälle belasten Profitabilität

- **Operatives Ergebnis steigt von Januar bis September 2023 um 34,0 Prozent im Vergleich zum Vorjahr; operative Rendite liegt mit 4,9 Prozent leicht über dem Vorjahres-Vergleichswert**
- **Gesamtentwicklung ist Ergebnis von Effizienzsteigerungen in wesentlichen Synergiefeldern; Trend wird im dritten Quartal markenübergreifend beeinflusst durch Produktionsausfälle aufgrund mangelnder Teileverfügbarkeit sowie hohen Produktkosten**
- **Konzernvorstandsmitglied Thomas Schäfer: „Die Ergebnisse der Markengruppe Core als Ganzes zeigen: Wir sind auf dem richtigen Weg, haben aber noch viel Potenzial – in den Marken und als Gruppe. Mit der derzeitigen Profitabilität können und dürfen wir nicht zufrieden sein – hier müssen wir entschlossen gegensteuern.“**

Wolfsburg, 27. Oktober 2023 – Die Markengruppe Core des Volkswagen Konzerns hat in den ersten neun Monaten des Jahres 2023 die übergreifende Zusammenarbeit ausgeweitet. Durch disziplinierte Investitionen und erhöhte Kosteneffizienz zwischen den Marken Volkswagen, Škoda, SEAT/CUPRA und Volkswagen Nutzfahrzeuge konnten zusätzliche Synergie- und Skaleneffekte erzielt werden. Die Gesamteffektivität der Markengruppe stieg leicht an – dennoch trübten ungeplante negative Einflussfaktoren wie Produktionsausfälle infolge der Überschwemmungen in Slowenien das Ergebnis.

MARKENGRUPPE CORE - #ONE TEAM



Thomas Schäfer, Mitglied des Volkswagen Konzernvorstands für die Markengruppe Core:

„Die Ergebnisse der Markengruppe Core als Ganzes zeigen: Wir sind auf dem richtigen Weg, haben aber noch viel Potenzial – in den Marken und als Gruppe. Mit der derzeitigen Profitabilität können und dürfen wir nicht zufrieden sein – hier müssen wir entschlossen gegensteuern. Die einzig richtige Antwort auf das schwierige Umfeld und den fundamentalen technologischen Wandel ist die noch engere Zusammenarbeit zwischen unseren Marken. Durch Synergien, die Bündelung von Kompetenzen und unsere Effizienzprogramme schaffen wir den nötigen Freiraum für notwendige Zukunftsinvestitionen. Die Ziele, Prioritäten und Verantwortlichkeiten in der Markengruppe stehen, jetzt schalten wir einen weiteren Gang nach oben in der gemeinsamen Umsetzung.“

Das Zusammenwachsen der fünf Marken spiegelt sich im Ergebnis der Markengruppe Core von Januar bis September 2023 wider. Das operative Ergebnis vor Sondereinflüssen konnte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum insgesamt um 34,0 Prozent auf 4,99 Mrd. Euro verbessert werden (Q3 YTD 2022: 3,72 Mrd. Euro). Der Netto-Cashflow übertraf das Ergebnis des Vorjahres (Q3 YTD 2022: 1,86 Mrd. Euro) und wurde auf 3,57 Mrd. Euro gesteigert. Die operative Rendite vor Sondereinflüssen liegt bei 4,9 Prozent und stieg damit aufgrund gegenläufiger Effekte nur um 0,3 Prozentpunkte (Q3 YTD 2022: 4,6 Prozent). Die Umsatzerlöse legten um 24,0 Prozent auf 101,06 Mrd. Euro zu (Q3 YTD 2022: 81,36 Mrd. Euro).

Während Synergien und Kostenmanagement positiven Einfluss auf das Ergebnis hatten, führte eine insgesamt gestiegene Nachfrage mit kumulierten 3,57 Mio. Fahrzeugen (Q3 YTD 2022: 2,96 Mio. Fzg.) zu einem Absatzplus der Markengruppe (+21,0 Prozent). Ebenso konnte die Markengruppe bei den Auslieferungen einen Anstieg verbuchen: In den ersten drei Quartalen 2023 wurden mit 4,82 Mio. Einheiten 9,4 Prozent mehr Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert als im Vergleichszeitraum des Vorjahres (Q3 YTD 2022: 4,41 Mio. Fahrzeuge). Bei den batterieelektrischen Fahrzeugen ist derzeit jedoch industrieweit eine Kaufzurückhaltung zu sehen. Hier bleibt die allgemeine Marktentwicklung hinter den Erwartungen zurück.

Patrik Andreas Mayer, Mitglied des Markenvorstands Volkswagen, Geschäftsbereich „Finanzen“ und verantwortlich für die Finanzen der Markengruppe Core: „Unser Ergebnis nach neun Monaten ist ein Beleg für die Wirksamkeit des neuen Steuerungsmodells in der Brand Group Core. Wir haben die Stellschrauben identifiziert und sind auf dem richtigen Weg, unsere Performance Schritt für Schritt zu verbessern. Trotz der unvorhersehbaren Herausforderungen im dritten Quartal wollen wir mit effizientem Kostenmanagement für das Gesamtjahr eine Rendite oberhalb des Vorjahreswertes

MARKENGRUPPE CORE - #ONE TEAM



erzielen. Langfristig streben wir für die Markengruppe Core unverändert eine ehrgeizige operative Rendite von 8 Prozent an.“

Die aktuellen Kennzahlen der Markengruppe Core im Überblick:



Effizienzgewinne und verbesserte Verkaufszahlen sind das Ergebnis einer intensivierte Zusammenarbeit. Die Profitabilität der Markengruppe Core ist auf dem aktuellen Niveau nicht ausreichend.

Finanzkennzahlen MGC	Jan - Sept 2023	Jan - Sept 2022	Veränderung 23/22
Absatz	3.574.700 Fzg.	2.957.400 Fzg.	+21%
Umsatz	101,060 Mrd. Euro	81,356 Mrd. Euro	+24%
Operatives Ergebnis vor Sondereinflüssen	4,985 Mrd. Euro	3,720 Mrd. Euro	+34%
Operative Rendite vor Sondereinflüssen	4,9%	4,6%	+0,3%-Punkte
Netto-Cashflow	3,573 Mrd. Euro	1,855 Mrd. Euro	+92,7%

Das Ergebnis der Markengruppe Core ist insgesamt auch aus der konsequenten Entwicklung der Einzelmarken Volkswagen, Škoda, SEAT/CUPRA und Volkswagen Nutzfahrzeuge abzuleiten.



Durch Produktionsausfälle aufgrund von Teileknappheit und deutlich gestiegene Produktkosten wurde das operative Q3-Ergebnis der Marke Volkswagen deutlich negativ beeinflusst und betrug im dritten Quartal 2,13 Mrd. Euro (Vorjahreszeitraum: 2,46 Mrd. Euro). Dies führt zu einer operativen Rendite vor Sondereinflüssen von 3,4 Prozent im laufenden Jahr – ein Rückgang um 1,4 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Gleichzeitig ist bei den batterieelektrischen Fahrzeugen derzeit industrieweit eine Kaufzurückhaltung zu verzeichnen. Hier bleibt die allgemeine Marktentwicklung hinter den Erwartungen zurück. In den ersten drei Quartalen hat die Marke Volkswagen insgesamt ihren Absatz um 19,0 Prozent gesteigert. Nach 1,88 Mio. Fahrzeugen im Vorjahreszeitraum verzeichnete die Marke im laufenden Jahr 2,24 Mio. Fahrzeuge. Die Umsatzerlöse stiegen von 52,03 Mrd. Euro in den ersten neun Monaten 2022 um 22,0 Prozent auf 63,40 Mrd. Euro im Vergleichszeitraum 2023.

Škoda Auto verzeichnet in den ersten drei Quartalen des Jahres ein kontinuierliches Wachstum und verzeichnet positive Ergebnisse bei allen wichtigen Finanzkennzahlen. Das operative Ergebnis vor Sondereinflüssen liegt bei 1,26 Mrd. Euro, was einem Anstieg von 47,2 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum entspricht, während die Umsatzrendite auf 6,4 Prozent (2022: 5,6 Prozent) stieg. Maßgeblich zu dieser positiven Entwicklung beigetragen hat die robuste Absatzentwicklung der vollelektrischen Enyaq-Baureihe (+47,6 Prozent). Weltweit setzte Škoda im Berichtszeitraum 777.500 Fahrzeuge ab (+20,5 Prozent).

Von Januar bis September 2023 konnte **SEAT/CUPRA** mit 454.300 Fahrzeugen einen starken Anstieg beim Absatz in Höhe von 36,5 Prozent verbuchen. Das operative Ergebnis vor Sondereinflüssen liegt mit 501 Mio. Euro um 512 Mio. Euro über dem Vorjahreszeitraum. Die Umsatzrendite erreichte 4,6 Prozent (2022: -0,1 Prozent). Die Umsatzerlöse wurden auf 10,84 Mrd. Euro erhöht, was einem Anstieg um 38,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahreswert entspricht. Das Unternehmen schrieb damit das beste Q3-Ergebnis seiner Geschichte.

Volkswagen Nutzfahrzeuge (VWN) setzt auch im dritten Quartal des laufenden Jahres seine positive Geschäftsentwicklung konsequent fort. Der Absatz nahm im Vorjahresvergleich um 32,0 Prozent auf insgesamt 312.600 Fzg (VJ 236.800) zu. Alle Regionen weltweit, in denen VWN aktiv ist, wiesen ein Wachstum gegenüber dem Vorjahr aus. Dank der im Jahresverlauf weiter ansteigenden Auslieferungen des vollelektrischen ID. Buzz erreichte VWN im dritten Quartal 2023 eine BEV-Quote von 6,5 Prozent. Die positiven Auslieferungs- und Absatzzahlen führen in Summe zu einem um 40,0 Prozent gestiegenen Umsatz von 11,10 Mrd. Euro (Vorjahr 7,96 Mrd. Euro). Dank der konsequent fortgeführten

MARKENGRUPPE CORE - #ONE TEAM



Kosten- und Effizienzarbeit sowie durch positive Preiseffekte stieg das operative Ergebnis vor Sondereinflüssen auf 672 Mio. Euro an und lag damit 88,4 Prozent über dem Vorjahresergebnis (356 Mio. Euro). Entsprechend stieg auch die Umsatzrendite erneut und liegt mit 6,0 Prozent deutlich über dem Vorjahr (4,5 Prozent).



Volkswagen Kommunikation

Kommunikation Markengruppe Core

Kontakt Christoph Adomat

Telefon +49 160 908 321 10

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



MARKENGRUPPE CORE - #ONE TEAM



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 19 europäischen Ländern und 10 Ländern in Nord- und Südamerika, Asien und Afrika. Der Konzern beschäftigt rund 676.000 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 2022 betragen die weltweiten Auslieferungen von Konzernfahrzeugen 8,3 Millionen (2021: 8,9 Millionen). Der Umsatz des Konzerns belief sich im Jahr 2022 auf 279,2 Milliarden Euro (2021: 250,2 Milliarden Euro). Das operative Ergebnis vor Sondereinflüssen betrug im Jahr 2022 22,5 Milliarden Euro (2021: 20,0 Milliarden Euro).

Über die Markengruppe Core:

Die Marken des Volkswagen Konzerns sind in die Markengruppen Core, Progressive, Sport Luxury und Trucks aufgeteilt. Innerhalb der Markengruppe Core (MGC) arbeiten die Schwestermarken Volkswagen, Škoda, SEAT/CUPRA und VW Nutzfahrzeuge 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.
