



Medieninformation

NR. 120/2023

Markengruppe Core steigert Rendite und operatives Ergebnis im ersten Halbjahr 2023 – Weg zu mehr Profitabilität im Volumensegment wird konsequent fortgesetzt

- Markengruppe Core steigert operatives Ergebnis im ersten Halbjahr 2023 um 42,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr
- Ergebnis wird angetrieben durch Effizienzsteigerungen in wesentlichen Synergiefeldern und ein höheres Absatzvolumen im Vorjahresvergleich
- Neues Steuerungsmodell kombiniert Stärken der Einzelmarken mit Skalenvorteilen der fünf Volumenmarken des Konzerns – Umbenennung der bisherigen Markengruppe Volumen in Markengruppe Core spiegelt diese fokussierte Ausrichtung wider
- Konzernvorstandsmitglied Thomas Schäfer: „Die solide Entwicklung der Markengruppe Core im ersten Halbjahr 2023 zeigt, dass wir mit unserer Fokussierung auf mehr Effizienz und Ertragskraft auf dem richtigen Weg sind. Am Ziel sind wir aber noch lange nicht. In einem extrem anspruchsvollen Umfeld müssen wir unsere Zusammenarbeit weiter intensivieren und alle Synergiepotenziale systematisch heben. Davon profitieren die einzelnen Marken, die Markengruppe und der Konzern. Vor allem aber die Kundinnen und Kunden, weil wir auf dieser Grundlage in Innovationen sowie Technologien investieren und auch in Zukunft wettbewerbsüberlegene Fahrzeuge anbieten können.“

Wolfsburg, 28. Juli 2023 – Die Markengruppe Core (MGC) des Volkswagen Konzerns hat ihre Entwicklung im ersten Halbjahr 2023 fortgesetzt. Dank der verstärkten Zusammenarbeit zwischen den Schwestermarken Volkswagen, Škoda, SEAT/CUPRA und Volkswagen Nutzfahrzeuge konnten Effizienz und Profitabilität innerhalb der gesamten Markengruppe gesteigert werden. Die neue Bezeichnung als Markengruppe Core spiegelt dabei die zentrale Rolle des Markenverbands als Rückgrat des Volkswagen Konzerns wider. Mit seinem neuen Steuerungsmodell will der Volkswagen Konzern die Leistungsfähigkeit der Markengruppen und gleichzeitig die Größenvorteile des Konzerns so effizient wie möglich nutzen.

VOLKSWAGEN GROUP



Mit verbesserten Verkaufszahlen und Effizienzgewinnen setzt die Markengruppe Core ihren Weg zu mehr Profitabilität erfolgreich fort.

Der unmittelbare Erfolg der Weichenstellungen der vergangenen Monate zeigt sich vor allem am operativen Ergebnis vor Sondereinflüssen, welches die Markengruppe Core im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 42,5 Prozent auf 3,77 Mrd. Euro steigern konnte (H1 2022: 2,65 Mrd. Euro). Auch die operative Rendite vor Sondereinflüssen legte zu – von 5,0 Prozent im ersten Halbjahr des Vorjahres auf 5,5 Prozent. Die konsolidierten Umsatzerlöse kletterten um 30 Prozent auf 68,76 Mrd. Euro (H1 2022: 53,01 Mrd. Euro), gleichzeitig stieg der Netto-Cashflow auf 2,56 Mrd. Euro (H1 2022: 1,75 Mrd. Euro; +46,4 Prozent). Neben Synergien und Skaleneffekten trugen auch Preismaßnahmen aus dem Jahr 2022 zur Ergebnissteigerung bei, die die Belastung durch Rohstoffpreise und die Entkonsolidierung der russischen Gesellschaften kompensieren.

Die Markengruppe Core steigerte im ersten Halbjahr den Absatz um 25 Prozent von 1,96 Mio. Fahrzeugen im Vorjahreszeitraum auf 2,45 Mio. in 2023. Auch bei den Fahrzeugauslieferungen verzeichnet die Markengruppe Core einen deutlichen Zuwachs gegenüber einem schwächeren Vorjahreszeitraum. Insgesamt wurden in den ersten sechs Monaten 3,12 Mio. Fahrzeuge an Kunden übergeben. Das sind 11,6 Prozent mehr als im ersten Halbjahr 2022. Besonders stark war der Anstieg im BEV-Segment: Insgesamt wurden 227.300 E-Autos ausgeliefert – und damit 54,1 Prozent mehr (147.500 Fahrzeuge).

„Die solide Entwicklung der Markengruppe Core im ersten Halbjahr 2023 zeigt, dass wir mit unserer Fokussierung auf mehr Effizienz und Ertragskraft auf dem richtigen Weg sind. Am Ziel sind wir aber noch lange nicht. In einem extrem anspruchsvollen Umfeld müssen wir unsere Zusammenarbeit weiter intensivieren und alle Synergiepotenziale systematisch heben. Davon profitieren die einzelnen Marken, die Markengruppe und der Konzern. Vor allem aber die Kundinnen und Kunden, weil wir auf dieser Grundlage kraftvoll in Innovationen sowie Technologien investieren und auch in Zukunft wettbewerbsüberlegene Fahrzeuge anbieten können. Die Markengruppe Core hat noch viel Potenzial. Sie ist ein zentrales Element, wie dieser Konzern jetzt und in Zukunft gesteuert wird“, sagt Thomas Schäfer, Mitglied des Volkswagen Konzernvorstands für die Markengruppe Core.

VOLKSWAGEN GROUP

Die aktuellen Kennzahlen der Markengruppe Core im Überblick:

Finanzkennzahlen MGC	H1 2023	H1 2022	Veränderung 23/22
Absatz	2.450.000 Fzg.	1.956.000 Fzg.	+25%
Umsatz	68,76 Mrd. Euro	53,01 Mrd. Euro	+30%
Operatives Ergebnis vor Sondereinflüssen	3,77 Mrd. Euro	2,65 Mrd. Euro	+42,5%
Operative Rendite vor Sondereinflüssen	5,5%	5,0%	+0,5%-Punkte
Netto-Cashflow	2,56 Mrd. Euro	1,75 Mrd. Euro	+46,4%

Das Halbjahres-Ergebnis der Markengruppe Core insgesamt ist auch auf die konsequente Entwicklung der Einzelmarken Volkswagen, Škoda, SEAT/CUPRA und Volkswagen Nutzfahrzeuge zurückzuführen.

Im ersten Halbjahr 2023 konnte die **Marke Volkswagen** ihren Absatz um 25 Prozent steigern, von 1,22 Mio. Fahrzeugen im Vorjahreszeitraum auf 1,52 Mio. Fahrzeuge in 2023. Das operative Ergebnis vor Sondereinflüssen von 1,64 Mrd. Euro wurde im ersten Halbjahr 2023 von gestiegenen Produktkosten und der Sonderbelastung Russland beeinträchtigt, verglichen mit 1,86 Mrd. Euro im Vorjahreszeitraum. Die Umsatzerlöse stiegen von 33,32 Mrd. Euro im ersten Halbjahr 2022 auf 42,95 Mrd. Euro im gleichen Zeitraum 2023. Die operative Rendite vor Sondereinflüssen betrug in 2023 im ersten Halbjahr 3,8 Prozent und lag damit um 1,8 Prozentpunkte unter dem ersten Halbjahr 2022.

Škoda Auto verzeichnete ein starkes erstes Halbjahr und lieferte weltweit 432.173 Fahrzeuge an Kunden aus (+19,9 Prozent). Das Unternehmen erwirtschaftete dabei Umsatzerlöse in Höhe von 13,75 Mrd. Euro, ein Plus von 34,5 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Das operative Ergebnis vor Sondereinflüssen stieg um 34,8 Prozent auf 911 Mio. Euro. Die Umsatzrendite lag bei 6,6 Prozent und damit auf gleichbleibend solidem Niveau im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, obwohl eine Sonderbelastung aus der Einstellung des Russlandbetriebs das finanzielle Ergebnis in diesem Jahr beeinflusst.

Im ersten Halbjahr 2023 konnte **SEAT/CUPRA** mit 317.395 Fahrzeugen einen starken Anstieg beim Absatz in Höhe von 35% verzeichnen. Das Unternehmen registriert das beste Halbjahr seiner Geschichte. Das operative Ergebnis betrug im ersten Halbjahr 371 Mio. Euro und lag damit um 486 Mio. Euro über dem Vorjahreszeitraum. Die H1-Umsatzrendite stieg auf 5,0 Prozent. Der Umsatzerlös stieg auf 7,41 Mrd. Euro, was einem Anstieg um 37,8 Prozent im Vergleich zum ersten Halbjahr 2022 entspricht.

Volkswagen Nutzfahrzeuge (VWN) konnte im ersten Halbjahr 2023 seine positive Geschäftsentwicklung aus dem Jahr 2022 fortsetzen. Der Absatz von Fahrzeugen stieg um 38 Prozent auf 211.747 Fahrzeuge. Der Umsatzerlös stieg um 47 Prozent auf knapp 7,42 Mrd. Euro. Das operative Ergebnis vor Sondereinflüssen konnte im ersten Halbjahr auf 448 Mio. Euro

VOLKSWAGEN GROUP

gesteigert werden, verglichen mit 187 Mio. Euro im Vorjahreshalbjahr. Entsprechend stieg die Umsatzrendite von 3,7 Prozent im ersten Halbjahr des Vorjahres auf nunmehr 6,0 Prozent.

Ausblick

Im Einklang mit dem auf dem jüngsten Kapitalmarkttag angekündigten Steuerungsmodell konzentriert sich die Markengruppe Core auch im zweiten Halbjahr darauf, die Ziele für Profitabilität und Effizienzsteigerung zu erreichen. Aufbauend auf den Erfolgen des ersten Halbjahres strebt die Markengruppe für 2023 eine insgesamt höhere Rendite als im Jahr 2022 (3,5 Prozent) an. Patrik Andreas Mayer, Mitglied des Markenvorstands Volkswagen, Geschäftsbereich „Finanzen“ und verantwortlich für die Finanzen der Markengruppe Core, sagt: „In einer herausfordernden Marktumgebung werden wir mit der Markengruppe Core durch die eingeleiteten Performance Programme in allen Marken unsere Wettbewerbsfähigkeit kontinuierlich verbessern und mit Skalierung und Synergien den Weg des Volkswagen-Konzerns zu mehr Rentabilität und langfristigem Erfolg vorantreiben.“

Die Markengruppe Core will dabei von einer verbesserten Verfügbarkeit von Teilen, einschließlich Halbleitern, profitieren. Gleichzeitig werden die Einzelmarken mit einer wertorientierten Produktion, strikter Fixkostendisziplin sowie der Identifizierung und Nutzung von Synergien den anhaltenden Herausforderungen in den Bereichen der E-Mobilität und Energieversorgung entgegentreten.

In Kombination mit dem geplanten Wachstum und dem Gewinn von Marktanteilen sollen diese Maßnahmen dazu beitragen, dass die Markengruppe Core in den Folgejahren weiter an Momentum gewinnt und langfristig eine konsolidierte Umsatzrendite von 8 Prozent erreichen kann.

Christoph Adomat

Volkswagen Communication

Kommunikation Markengruppe Core

+49 160 908 321 10

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



VOLKSWAGEN GROUP

Über den Volkswagen Konzern:

Der Volkswagen Konzern mit Sitz in Wolfsburg ist einer der führenden Automobilhersteller weltweit und der größte Automobilproduzent Europas. Zehn Kernmarken aus sieben europäischen Ländern gehören zum Konzern: Volkswagen Pkw, Audi, SEAT, CUPRA, ŠKODA, Bentley, Lamborghini, Porsche, Ducati und Volkswagen Nutzfahrzeuge. Dabei erstreckt sich das Pkw-Angebot von Kleinwagen bis hin zu Fahrzeugen der Luxusklasse. Ducati bietet Motorräder an. Im Bereich der leichten und schweren Nutzfahrzeuge beginnt das Angebot bei Pick-up-Fahrzeugen und reicht bis zu Bussen und schweren Lastkraftwagen. Rund 675.800 Beschäftigte produzieren rund um den Globus Produkte, sind mit fahrzeugbezogenen Dienstleistungen befasst oder arbeiten in weiteren Geschäftsfeldern. Mit seinen Marken ist der Volkswagen Konzern auf allen relevanten Märkten der Welt vertreten.

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.
