

NR. 56/2026

Substanz stärken, gezielt in die Zukunft investieren, nachhaltigen Wert schaffen: Oliver Blume stellt wesentliche Hebel des Zukunftsplans bei der Hauptversammlung der Volkswagen AG vor

- Volkswagen Konzern richtet Transformation als dauerhaften Prozess auf neue Herausforderungen aus und stärkt Wettbewerbsfähigkeit: Bis 2030 will der Konzern weltweit attraktivster Automobilhersteller sein.
- Acht strategische Hebel im Fokus: Komplexität reduzieren, stärkerer Fokus bei Technologien, Überkapazitäten abbauen, regionale Verantwortung stärken, Beteiligungs-Portfolio straffen, operative Exzellenz steigern, Leistung fördern, Konzernsteuerung verschlanken
- Ambition 2030: operative Umsatzrendite von 8 bis 10 Prozent und deutlich höherer Netto-Cashflow im Konzernbereich Automobile
- Oliver Blume, CEO Volkswagen Group, sagte bei der virtuellen Hauptversammlung der Volkswagen AG: „Wir machen den Volkswagen Konzern noch robuster und wettbewerbsfähiger. Dafür haben wir einen klaren Zukunftsplan entwickelt. Wir stellen uns finanziell noch krisenfester auf und machen uns kostenseitig, strukturell und technologisch noch zukunftsfähiger - gegen äußere Einflüsse, gegen wachsende Risiken in einem radikal veränderten Umfeld. In den vergangenen drei Jahren haben wir den Konzern grundlegend neu strukturiert und stabilisiert. Wir sind deshalb mitten im größten Umbruch unserer Industrie handlungsfähig und führen die Transformation unseres Unternehmens entschlossen in die nächste Phase. Unser Ziel ist klar: Substanz stärken, gezielt investieren und nachhaltigen Wert schaffen, für unsere Kunden, Anteilseigner und Beschäftigten. Die nächsten Jahre entscheiden – und wir haben es selbst in der Hand.“

München/Wolfsburg, 18. Juni 2026 – Der Volkswagen Konzern hat sich ein ambitioniertes Ziel gesetzt: Bis 2030 will das Unternehmen der weltweit attraktivste Automobilhersteller sein. Dafür hat der Konzern bereits entscheidende Weichen gestellt: In einer umfassenden Produkt-Offensive wurden von den Marken neue, begeisternde Produkte zu den Kundinnen und Kunden gebracht. Wichtige Meilensteine hat Volkswagen zudem bei Technologien, Software, Batterien, bei Design und Qualität erreicht. Angesichts steigender geopolitischer Spannungen, des stärker werdenden Wettbewerbsdrucks sowie zunehmender Handelsbeschränkungen antwortet das Unternehmen zusätzlich mit einem neuen Zukunftsplan auf die großen

VOLKSWAGEN GROUP

Herausforderungen des sich dynamisch verändernden Umfeldes und richtet sich kostenseitig auf ein Nullwachstum der Märkte aus. Bei der virtuellen Hauptversammlung der Volkswagen AG stellte Oliver Blume, CEO Volkswagen Group, die acht entscheidenden Handlungsfelder des Planes vor: Komplexität reduzieren, den Fokus bei den Technologien schärfen, Überkapazitäten abbauen, regionale Verantwortung stärken, das Beteiligungs-Portfolio straffen, operative Exzellenz steigern, Leistung fördern und die Konzernsteuerung verschlanken. Die entschlossene Umsetzung der Maßnahmen soll den nötigen Spielraum für Zukunftsinvestitionen und Wachstum schaffen sowie die finanzielle Robustheit stärken.



Oliver Blume stellt wesentliche Hebel des Zukunftsplans bei der Hauptversammlung der Volkswagen AG vor

Oliver Blume, CEO Volkswagen Group: „Wir machen den Volkswagen Konzern noch robuster und wettbewerbsfähiger. Dafür haben wir einen klaren Zukunftsplan entwickelt. Wir stellen uns finanziell noch krisenfester auf und machen uns kostenseitig, strukturell und technologisch noch zukunftsfähiger - gegen äußere Einflüsse, gegen wachsende Risiken in einem radikal veränderten Umfeld. In den vergangenen drei Jahren haben wir den Konzern grundlegend neu strukturiert und stabilisiert. Wir sind deshalb mitten im größten Umbruch

unserer Industrie handlungsfähig und führen die Transformation unseres Unternehmens entschlossen in die nächste Phase. Unser Ziel ist klar: Substanz stärken, gezielt investieren und nachhaltigen Wert schaffen, für unsere Kunden, Anteilseigner und Beschäftigten. Die nächsten Jahre entscheiden – und wir haben es selbst in der Hand.“

Volkswagen Konzern liegt bei Neustrukturierung im Plan

Mitten in der Transformation und Neustrukturierung hat der Konzern bereits zentrale Weichen gestellt: mit der größten Produktoffensive seiner Geschichte, deutlich verbesserten Produkten bei Design, Qualität und Technologie, einer strategisch neu aufgestellten Softwareorganisation, dem Aufbau eigener Batteriekompetenz, einer stärkeren regionalen Ausrichtung sowie umfassenden Performance-Programmen in den Marken und Gesellschaften.

„Alle zentralen strategischen Ziele wurden erreicht. Zum Teil früher als geplant. Und das in einer Zeit, in der sich die Welt rasant verändert hat“, sagte Oliver Blume.

So haben die Konzernmarken im Jahr 2025 mehr als 30 neue Modelle auf den Markt gebracht. Dieses Jahr werden es weitere 20 Fahrzeuge sein.

Ein besonders starkes Zeichen hat der Volkswagen Konzern in der Elektromobilität gesetzt. Im Jahr 2025 wurden weltweit 32 Prozent mehr vollelektrische Fahrzeuge ausgeliefert. In Europa lag das Wachstum bei 66 Prozent – der Marktanteil erreichte im vergangenen Jahr 27 Prozent. Damit war der Volkswagen Konzern in Europa Marktführer bei vollelektrischen Fahrzeugen – mit großem Abstand zu den Wettbewerbern. Fünf der zehn meistverkauften Autos waren Modelle von Konzernmarken. Und mit der Electric Urban Car Family – bestehend aus Volkswagen ID. Polo⁰¹, Volkswagen ID. Cross, Cupra Raval⁰², Škoda Epiq⁰³ – bringt der Konzern bezahlbare E-Mobilität in die Einstiegsklasse.

Ausgehend von der Kooperation mit Xpeng wurde in nur 18 Monaten eine eigene moderne Elektronik-/Elektrik Architektur in China entwickelt und in Serie gebracht. Auch die im Joint

VOLKSWAGEN GROUP

Venture mit Rivian vorangetriebene Entwicklung der zonalen Software-Architektur für die westliche Hemisphäre liegt voll im Plan.

Mit der Tochter PowerCo stärkt der Volkswagen Konzern seine Batterie-Kompetenz. Als erster europäischer Hersteller entwickelt und produziert das Unternehmen Batteriezellen im industriellen Maßstab. Aktuell wird in Deutschland der Produktionshochlauf vorangetrieben – gefolgt von Fabriken in Spanien und Kanada. Die Weiterentwicklung in Richtung künftiger Batteriegenerationen wird bereits vorbereitet.

Auch auf der Kostenseite kommt der Volkswagen Konzern voran. Mit strukturierten Performance Programmen in allen Marken konnten Fortschritte im zweistelligen Milliardenbereich erzielt werden. Dadurch war es möglich, umfeldbedingte finanzielle Belastungen zu großen Teilen zu kompensieren. Daran hatten auch Tarifeinigungen und Personalabbau ihren Anteil, durch die 2025 konzernweit nachhaltige Kosteneffekte von rund einer Milliarden Euro erzielt werden konnten. Inklusive der bereits vereinbarten Reduzierung der technischen Produktionskapazitäten sollen bis 2030 jährliche Netto-Einsparungen von mehr als sechs Milliarden Euro erreicht werden. Beim Stellenabbau liegt der Konzern auf Kurs. Für Volkswagen, Audi, Porsche und die Software-Tochter CARIAD ist der Abbau von rund 50.000 Stellen vereinbart worden. Davon 35.000 Stellen bei der Volkswagen AG. Insgesamt sind hier bereits mehr als 28.000 Austritte bis 2030 verbindlich vereinbart.

Ebenso wurden die Fabrikkosten an deutschen Volkswagen-Standorten allein im Jahr 2025 im Durchschnitt bereits um mehr als 20 Prozent gesenkt.

Auf dieser Grundlage hat der Konzernvorstand einen Zukunftsplan entwickelt. Er knüpft an die Fortschritte der vergangenen Jahre an und richtet den Konzern auf ein dauerhaft volatiles Marktumfeld aus und ein Szenario stabiler Absatzvolumina aus. Der Fokus liegt dabei auf starken Produkten, überzeugenden Technologien, konsequenter Arbeit an der Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit.

Acht strategische Handlungsfelder für die nächste Phase der Transformation

Im Zentrum des Zukunftsplans stehen acht strategische Hebel, mit denen Volkswagen seine Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig stärken will:

- 1. Komplexität reduzieren*
Volkswagen will das Modell- und Variantenangebot übersichtlicher machen und noch stärker an den Erwartungen der Kunden in den Regionen ausrichten. Dadurch soll zudem ein höheres Volumen pro Modell erreicht werden.
- 2. Technologischen Werkzeugkasten vereinfachen*
Weniger Plattformen und Elektronikarchitekturen sollen Komplexität reduzieren, das Tempo der Entwicklung erhöhen und den Aufwand verringern.
- 3. Produktionsnetzwerk konsequent an Marktrealitäten ausrichten*
Überkapazitäten sollen weiter abgebaut werden - Ziel ist ein regionales, intelligentes und wirtschaftliches Produktionsnetzwerk.
- 4. Regionales Wachstum stärken*
Mehr Verantwortung und Entscheidungsspielraum vor Ort sollen die Wettbewerbsfähigkeit in den wichtigsten Märkten erhöhen.

VOLKSWAGEN GROUP

5. *Beteiligungsportfolio straffen*

Volkswagen will Strukturen verschlanken, Komplexität reduzieren und den Fokus auf das Kerngeschäft schärfen sowie die Bilanz stärken.

6. *Operative Exzellenz steigern*

Zentrale Funktionen wie Entwicklung, Beschaffung, Produktion, Vertrieb und Qualitätssicherung wurden bereits auf CEO-Ebene gebündelt. Zusätzlich werden über systematische Programme Effizienz und Schlagkraft der operativen Bereiche gesteigert – das erschließt zusätzliche Potenziale in allen Kostenarten.

7. *Leistungsstruktur stärken*

Weniger Hierarchien, klare Verantwortlichkeiten und ein leistungsorientiertes Anreizsysteme sollen Leistung konsequent fördern.

8. *Konzernsteuerung verbessern*

Schlankere Prozesse, klarere Entscheidungswege und mehr Verantwortung auf allen Ebenen sollen den Konzern schneller und effektiver machen.

Klare Ambition für 2030

Mit dem Zukunftsplan verfolgt Volkswagen ambitionierte finanzielle Ziele. Bis 2030 strebt der Konzern eine operative Umsatzrendite von 8 bis 10 Prozent sowie einen deutlich höheren Netto-Cashflow im Konzernbereich Automobile an, der 60% des operativen Ergebnisses übersteigen soll. Grundlage dafür sind strikte Kostendisziplin, höhere Effizienz und zielgerichtete Investitionen in Zukunftstechnologien.

Gleichzeitig nutzt Volkswagen die Stärken des Konzerns: starke Marken, attraktive Produkte, technologische Kompetenz, Synergien und globale Skaleneffekte. Die Transformation wird nicht als zeitlich begrenztes Projekt verstanden, sondern als dauerhafter Prozess, mit dem der Konzern seine Widerstandsfähigkeit gegenüber äußeren Einflüssen und Risiken kontinuierlich weiter erhöhen will. Damit sieht sich der Volkswagen Konzern trotz aller Herausforderungen gut aufgestellt, um die Chancen des Wandels zu nutzen.

Oliver Blume sagte: „Die Lage bleibt anspruchsvoll. Trotzdem haben wir es selbst in der Hand: mit unseren starken Marken und Produkten, unserer klaren Strategie und einem Team, das liefern kann. Vor uns liegen große Chancen.“

⁰¹⁾ ID. Polo Stromverbrauch kombiniert: 14,6 - 13,3 kWh/100km, CO₂-Emissionen kombiniert: 0 g/km, CO₂-Klasse: A

⁰²⁾ Cupra Raval, Stromverbrauch kombiniert: 13,8-16,2 kWh/100 km; CO₂-Emissionen: 0 g/km; CO₂-Klasse: A

⁰³⁾ Škoda Epiq Stromverbrauch kombiniert: 14,1 - 13,7 kWh/100km, CO₂-Emissionen kombiniert: 0 g/km, CO₂-Klasse: A

VOLKSWAGEN GROUP

Pietro Zollino

Volkswagen Group Communications

Stellv. Leiter Group Communications & Leiter Corporate Communications

+49 (0) 172 8371 431

pietro.zollino@volkswagen.de | www.volkswagen-group.com

Dr. Christoph Ludewig

Corporate Communications

Leiter Strategy & Finance Communications

+49 (0) 1522 2 997528

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



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 111 Produktionsstätten in 16 europäischen Ländern und 10 Ländern in Nord- und Südamerika, Asien und Afrika. Der Konzern beschäftigt rund 663.000 Mitarbeiter. Die Fahrzeuge der Gruppe werden in über 150 Ländern verkauft.

Mit einem umfassenden 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. Das Ziel: Als „Global Automotive Tech Driver“ die besten automobilen Technologien für Kunden weltweit zugänglich zu machen - von der Einstiegsmobilität bis zum Luxussegment.

Im Jahr 2025 betragen die weltweiten Auslieferungen von Konzernfahrzeugen 9,0 Mio. (2024: 9,0 Mio.). Der Umsatz des Konzerns belief sich im Jahr 2025 auf 321,9 Mrd. Euro (2024: 324,7 Mrd. Euro). Das operative Ergebnis betrug im Jahr 2025 8,9 Mrd. Euro (2024: 19,1 Mrd. Euro).

THE GLOBAL AUTOMOTIVE TECH DRIVER.
