

VOLKSWAGEN GROUP

regenerate+  
Fortschrittsbericht  
2025



# Unsere Vision: Natur- und gesellschaftspositive Mobilität

Nachhaltigkeit ist für die Volkswagen Group ein strategischer Imperativ – und mehr denn je ein entscheidender Treiber für Wettbewerbsfähigkeit, Innovationskraft und Zukunftsfähigkeit. Wir verstehen Nachhaltigkeit nicht allein als unsere Verpflichtung, sondern als Ausdruck gelebter Verantwortung für Umwelt, Gesellschaft und kommende Generationen. Sie bildet die Grundlage für unseren wirtschaftlichen Erfolg, unsere gesellschaftliche Akzeptanz und die langfristige Stabilität sowie Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens.

Vor diesem Hintergrund haben wir mit regenerate+ im Jahr 2024 eine konzernweite Nachhaltigkeitsstrategie ausgerollt, die wir auch in 2025 konsequent weiterentwickelt haben. Unsere Vision ist es, Mobilität entlang der gesamten Wertschöpfungskette so zu gestalten, dass sie aktiv positive Beiträge für Natur, Gesellschaft und Wirtschaft leistet und sich nicht darauf beschränkt, nur nachteilige Auswirkungen zu reduzieren. Eine für alle verfügbare Mobilität ist hierbei Ziel und Teil der Lösung zugleich.

Im Jahr 2025 hat ein Aspekt weiter an Bedeutung gewonnen: Die Transformation hin zu einer echten Kreislaufwirtschaft. Europas Industrie

bietet die besten Voraussetzungen, ein neues wirtschaftliches Erfolgsmodell zu etablieren – eines, das CO<sub>2</sub> sowie Ressourcen einspart, diese länger nutzt und zurückgewinnt sowie damit Wachstum, Resilienz und Innovationsstärke gleichermaßen fördert. Auch für die Volkswagen Group ist die konsequente Umsetzung zirkulärer Prinzipien ein wesentlicher Hebel, um Abhängigkeiten zu reduzieren, ökologische Belastungen zu minimieren und gleichzeitig wirtschaftliche Chancen zu nutzen.

Unsere konkreten Ziele bleiben klar definiert: Weniger Emissionen, weniger Ressourcenverbrauch, mehr soziale Verantwortung – zusammen mit einer langfristigen Wertsteigerung für alle Stakeholder. Dabei setzen wir seit 2025 verstärkt auf zirkuläres Produktdesign, innovative Geschäftsmodelle, stärkere Rückführung von Materialien sowie die intelligente Nutzung digitaler Lösungen als Enabler der Kreislaufwirtschaft.

Mit regenerate+ begleiten wir diesen Wandel strukturiert. Der Fortschrittsbericht 2025 dokumentiert den Stand unserer Nachhaltigkeitsstrategie und zeigt auf, welchen Beitrag regenerate+ zu natur-, klima- und gesellschaftsbezogenen Aspekten von Mobilität leistet.

# Die vier Dimensionen unserer Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeit ist integraler Bestandteil unserer Unternehmenssteuerung – klar strukturiert, messbar und wirksam. Deshalb haben wir regenerate+ als ganzheitlichen Rahmen entwickelt. Dieser gliedert die

Nachhaltigkeitsaktivitäten des Unternehmens sowie seiner Marken und Gesellschaften in vier strategische Dimensionen, die jeweils durch drei Top-KPIs (Key Performance Indicators) gesteuert werden.



## Natur

Schutz von Klima,  
Ressourcen und  
Biodiversität



## Unsere Belegschaft

Sichere, diverse und  
zukunftsorientierte  
Arbeitswelt



## Gesellschaft

Verantwortung  
in Lieferketten,  
gesellschaftliches  
Engagement



## Business

Nachhaltige  
Geschäftsmodelle,  
Finanzierung, Resilienz

### Dimensionen



Der Volkswagen Konzern trägt die Verantwortung, nachhaltige Mobilität für Generationen zu gestalten. Nachhaltigkeit ist die Grundlage unseres Handelns. Mit regenerate+ haben wir unserem Konzern dafür einen verbindlichen Handlungsrahmen gegeben. Und wir sind auf einem guten Weg, mit klaren Meilensteinen und messbaren Fortschritt. Alle Marken und Bereiche arbeiten erfolgreich an Ideen und Lösungen, die vorgegebenen Nachhaltigkeitsziele umzusetzen.“



**Oliver Blume**  
CEO  
Volkswagen Group



Mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie regenerate+ haben wir Nachhaltigkeit als strategischen Rahmen fest in der Unternehmenssteuerung der Volkswagen Group verankert. regenerate+ gilt als unser Nordstern und gibt uns eine klare Richtung vor. Unsere Strategie verbindet ökologische und gesellschaftliche Verantwortung mit wirtschaftlicher Wertschöpfung und macht Fortschritte messbar und steuerbar. 2025 haben wir regenerate+ konsequent weiterentwickelt und in der Umsetzung entlang der gesamten Wertschöpfungskette und mit einem klaren Anspruch weiterhin mit dem Ziel geschärft, die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeiten weiter zu reduzieren und gleichzeitig positive Beiträge für Natur, Gesellschaft und Wirtschaft zu leisten.“



**Dirk Voeste**  
Chief Sustainability Officer  
Volkswagen Group

## Verantwortung messbar machen

Nachhaltigkeit braucht mehr als gute Absichten – sie erfordert klare Ziele, konkrete Maßnahmen, belastbare Kennzahlen und eine transparente Erfolgskontrolle.

Nachhaltigkeit ist für die Volkswagen Group fester Bestandteil der Konzernsteuerung. Als zentrales Element der Konzernstrategie The Group

Strategie macht regenerate+ Nachhaltigkeit messbar, überprüfbar und steuerbar – konzernweit, markenübergreifend und global.

Die definierten Top-KPIs in den vier strategischen Dimensionen ermöglichen uns, Wirkung gezielt zu steuern – und da nachzujustieren, wo es notwendig ist.

### Drei Dinge stehen dabei im Fokus:

# 1

#### Strategische Herleitung und Systematik:

Wie wir Nachhaltigkeit im Unternehmen steuern – über ein konsistentes, KPI-basiertes Framework mit zwölf Schlüsselkennzahlen.

# 2

**Konkrete Fortschritte:** Welche Ziele wir bereits erreicht haben – und wie wir diesen Fortschritt nachweisen können.

# 3

**Offene Herausforderungen:** Welche Aufgaben noch vor uns liegen – und wie wir diese gezielt angehen wollen.

# Steuerung der Messgrößen

## So steuert und stärkt die Volkswagen Group ihre Nachhaltigkeitsstrategie

#### Die Umsetzung erfolgt auf mehreren Ebenen:

- Steuerung im Rahmen der Konzernstrategie The Group Strategy – Mobility for Generations und des Top-10-Programms.
- Vier strategische Dimensionen (Natur, Unsere Belegschaft, Gesellschaft, Business) mit jeweils klar definierten Zielen, 12 Top-KPIs als verbindliche Steuerungsgröße für alle Marken.
- OKR-basierte Umsetzung (Objectives & Key Results) mit kontinuierlichem Monitoring und regelmäßiger Fortschrittsüberprüfung.

Diese Systematik sorgt dafür, dass Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette – von der Produktion bis zur Investition – konsequent in Entscheidungsprozesse integriert ist.

#### Validierung durch externe Perspektiven ergänzt unsere interne Steuerung:

- ESG-Ratings geben uns strukturierte Rückmeldungen zur Wirksamkeit unserer Maßnahmen – und zeigen, wo noch Verbesserungspotenzial besteht.
- Mit der Value Balancing Alliance (VBA) erproben wir innovative Methoden zur monetären Bewertung ökologischer und sozialer Wirkungen. So wollen wir nicht nur die Wirkung unserer Beiträge messbar machen, sondern auch sicherstellen, dass wir einen echten Mehrwert schaffen.

# Stakeholderbeziehungen: Nachhaltigkeit gemeinsam gestalten

Nachhaltigkeit lebt vom offenen und konstruktiven Dialog mit der Gesellschaft. Um unsere Wirkung gezielt auszubauen, setzen wir auf offene Austauschformate, strukturiertes Feedback und langfristige Partnerschaften.

Ein zentrales Format ist „The Volkswagen Group Sustainability Forum“, das 2026 bereits zum dritten Mal stattgefunden hat. Es bringt Vertreter:innen aus Zivilgesellschaft, Wissenschaft und Wirtschaft mit Konzern- und Markenvertreter:innen zusammen, um Fortschritte zu diskutieren, Erwartungen zu reflektieren und konkrete Impulse für die strategische Weiterentwicklung zu setzen.

Darüber hinaus ist der Nachhaltigkeitsbeirat seit Oktober 2024 als wirksames Format für den strukturierten Dialog mit externen Expert:innen etabliert. In vier strategischen Dimensionen

arbeiten jeweils drei externe Fachpersonen gemeinsam mit drei Volkswagen-Expert:innen in Sustainability Practice Groups zusammen. Hier bringen sie ihre internationale Fachexpertise aktiv in die strategische Weiterentwicklung ein und treten regelmäßig in den konstruktiven Dialog mit dem Konzernvorstand.

Im vergangenen Jahr brachte der Beirat unter anderem konkrete Positionierungsempfehlungen zur europäischen CO<sub>2</sub>-Regulierung ein und begleitete die Erarbeitung der Circular-Economy-Strategie mit fachlicher Expertise und kritischer Einordnung. Zudem kam der Beirat bei einem Besuch in Wolfsburg zu einer offenen Gesprächsrunde mit der Konzern- und Gesamtbetriebsratsvorsitzenden Daniela Cavallo zusammen, um zentrale Arbeitnehmer- und Mitbestimmungsthemen kennenzulernen und zu diskutieren.

**Der Volkswagen Group Nachhaltigkeitsbeirat ist ein branchenweit einzigartiges Zusammenarbeitsmodell, das externe Expertise systematisch mit interner Verantwortung verbindet und praxisnahe Impulse für die nachhaltige Unternehmensentwicklung und konkrete Projekte setzt.**



Stand März 2026

h. R. v. l. n. r. Philip Heck, Marcin Piersiak, Ina Othersen, Steve Faraji, Tobias Bahr, Libor Bocek, William Todts, Jonas Brünig, Jean-Louis Warnholz, Maja Göpel, Robert Kallenberg, Mareike Brockmann, Guido Eickenroth

v. R. v. l. n. r. Aron Cramer, Ludwig Fazel, Raffaella Garippo, Oliver Blume, Dirk Voeste, Frauke Fischer, May Lee, Joel Hartter, Barbara Snakker, Anika Dominik, Lara Di Martino, Hannah Zoller

# Dimension „Natur“

## Was wir unter „naturpositiv“ verstehen – und wie wir es messen

Mit regenerate+ verfolgt die Volkswagen Group das Ziel, Natur nicht nur zu schützen, sondern aktiv zu stärken. Dahinter steht ein klarer strategischer Dreiklang: Dekarbonisierung, Kreislaufwirtschaft und Biodiversitätsschutz. Diese drei Handlungsfelder bilden das Fundament für eine nachhaltige Wertschöpfung – von der Rohstoffgewinnung bis zum Fahrzeugrecycling. Zudem bekennen wir uns zum Pariser Klimaabkommen. Bis 2050 beabsichtigen wir, ein bilanziell CO<sub>2</sub>-neutrales Unternehmen zu sein.

1

### CO<sub>2</sub>-Emissionen

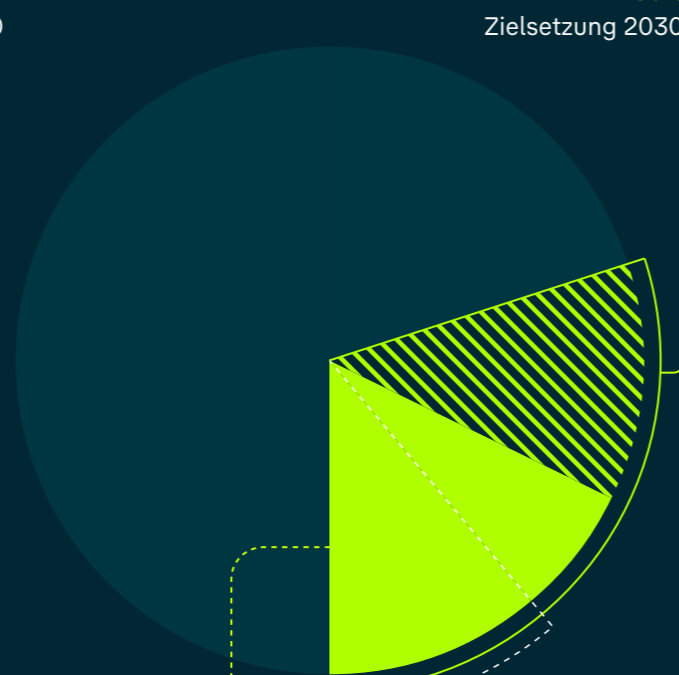
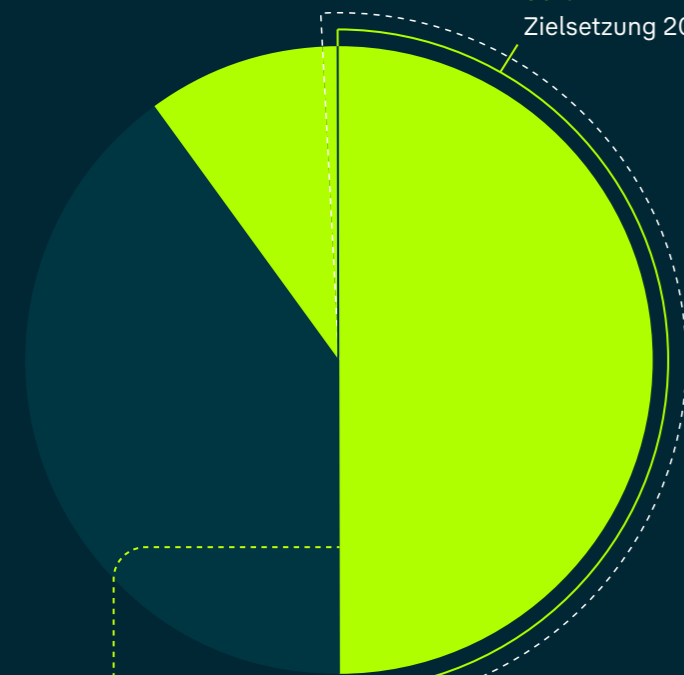
Die Volkswagen Group will ein bilanziell CO<sub>2</sub>-neutrales Unternehmen werden.

Scope 1+2

50%  
Zielsetzung 2030

Scope 3 Cat. 11

30%  
Zielsetzung 2030

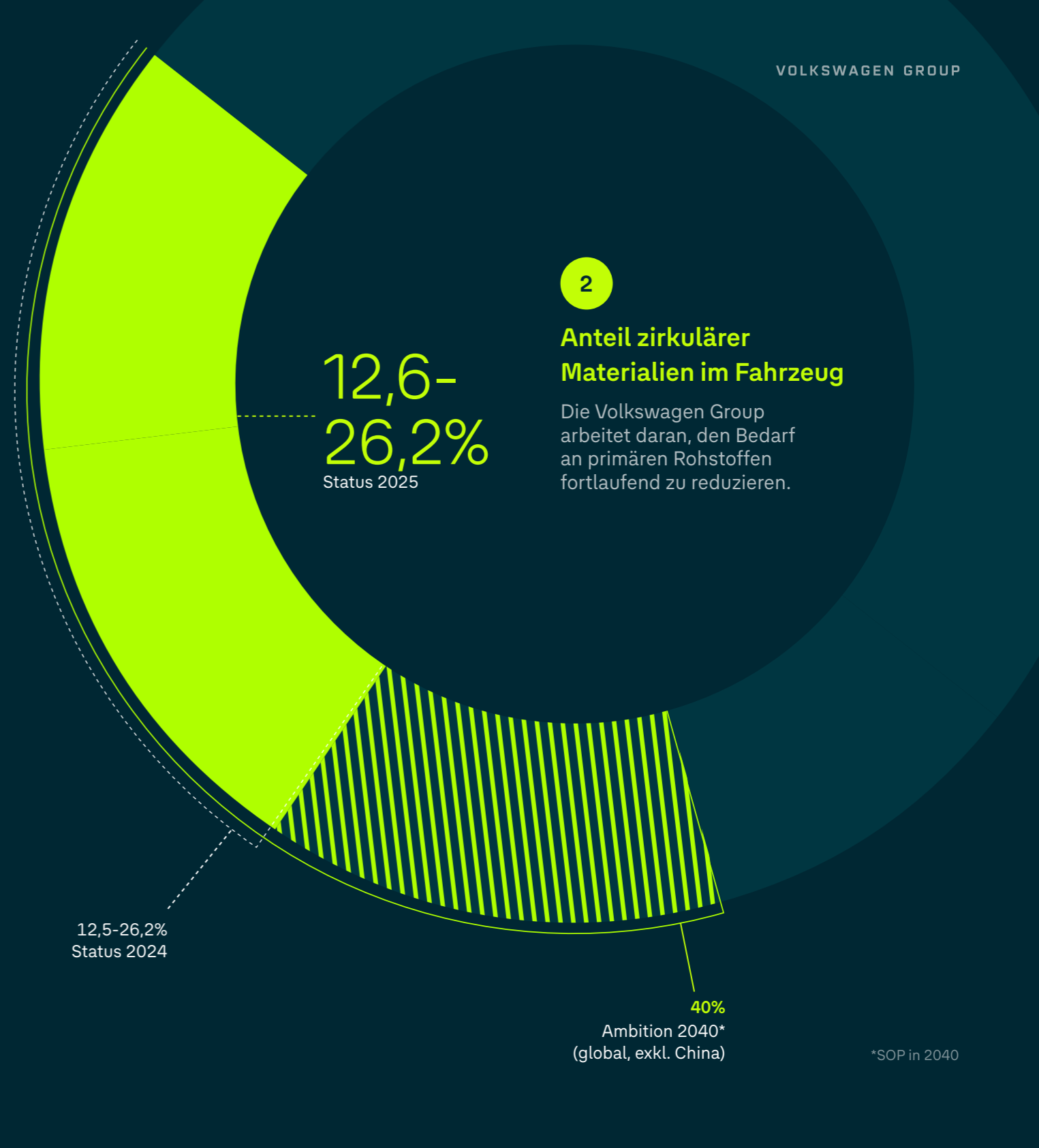


60%  
Status 2025

51%  
Status 2024

17,7%  
Status 2025

11%  
Status 2024



2

### Anteil zirkulärer Materialien im Fahrzeug

Die Volkswagen Group arbeitet daran, den Bedarf an primären Rohstoffen fortlaufend zu reduzieren.

3

### Biodiversitäts-Index

Die Volkswagen Group schützt, erhält und fördert Biodiversität und Ökosysteme entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

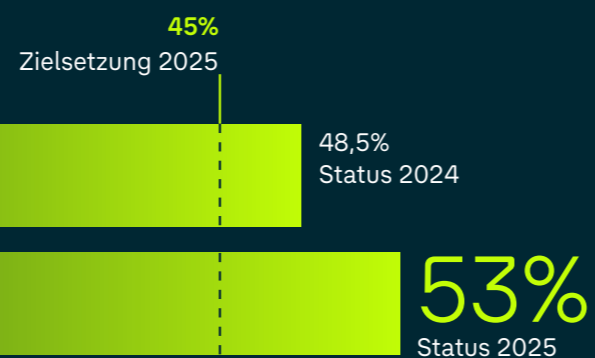
Zielsetzung	Status 2025
in Entwicklung	KPI ab 2026

## Dimension „Natur“

Beispiele, wie wir Natur schützen

### Umweltentlastung beginnt in der Produktion

Kennzahl Umweltentlastung Produktion (UEP)



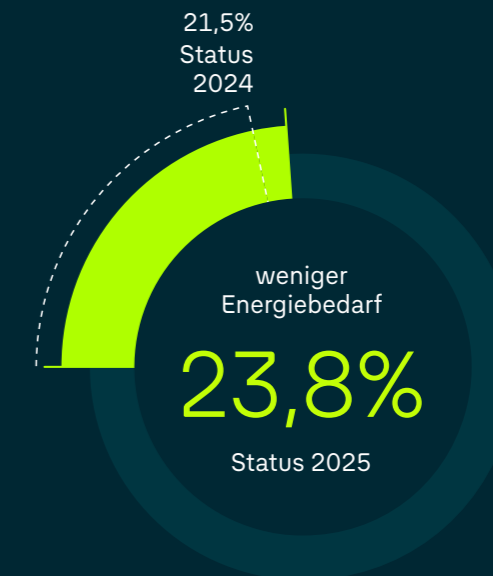
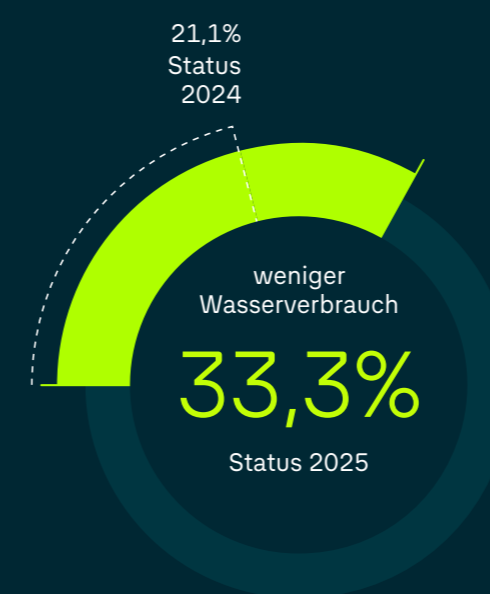
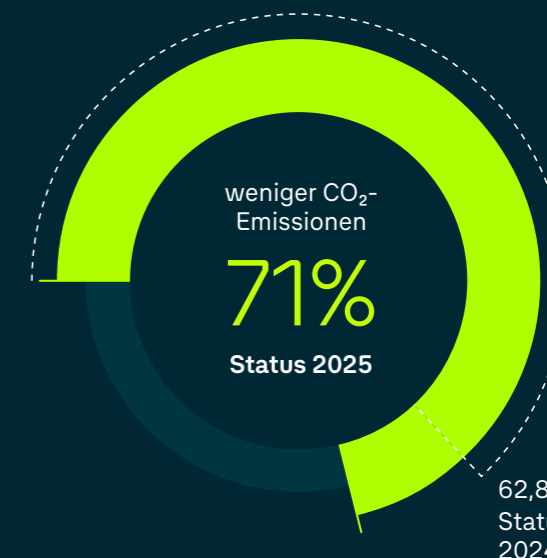
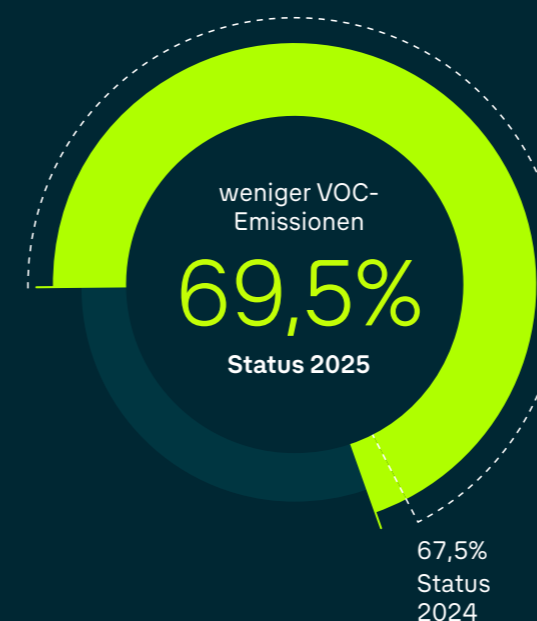
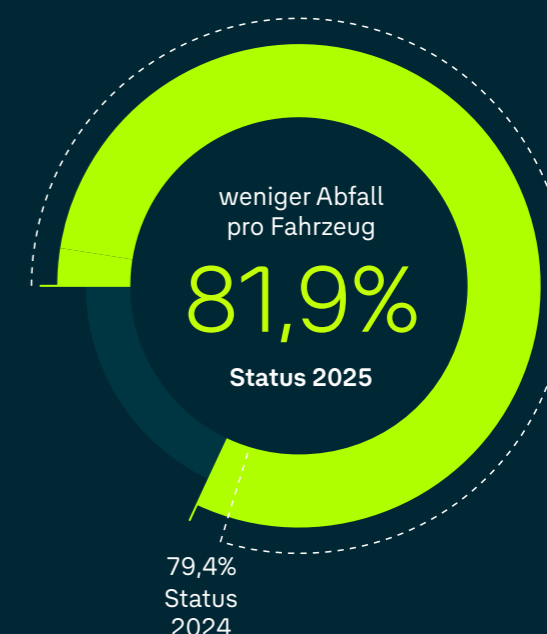
Das starke Ergebnis 2025 ist das Resultat weltweiter Teamarbeit, kontinuierlicher Optimierungen und konsequent effizienter Prozesse in allen Standorten des Fahrzeugbaus und der Komponentenfertigung.

Dr. Tobias Bahr  
Leiter Konzern-Umwelt

Die Kennzahl Umweltentlastung Produktion (UEP) bildet einen gewichteten Mittelwert aus fünf zentralen Umweltindikatoren: Energieverbrauch, CO<sub>2</sub>-Emissionen, Wasserverbrauch, VOC-Emissionen und Beseitigungsabfälle – jeweils bezogen auf ein produziertes Fahrzeug (Pkw und leichte Nfz sowie Komponenten).

### Die konkreten Ergebnisse im Jahr 2025:

(ggü. dem Basisjahr 2010)



# Dimension „Natur“

## Group Circular Economy Strategie REDUCE & GROW

“Making circularity the new normal in mobility”



### REDUCE & GROW – Der Ansatz

Industrielle Transformation als Doppelstrategie: Die Circular Economy Strategie folgt dem Prinzip „REDUCE & GROW“: Primärrohstoffe und Emissionen werden konsequent reduziert, während gleichzeitig neue Wertschöpfung, Resilienz und innovative Geschäftsmodelle aufgebaut werden. Umsetzung und Steuerung erfolgen über zentrale KPIs wie Circular Materials, Circular Revenues und Dekarbonisierung.

### Operationalisierung der Circular Economy Strategie

Zur Umsetzung der konzernweiten Circular-Economy-Aktivitäten wurde eine zentrale Einheit mit einem Projekthaus etabliert. Das Fahrzeugwerk Zwickau wird dabei zum Kompetenzzentrum; es ist geplant in den kommenden Jahren bis zu 90 Mio. € für den Standortumbau zu investieren. Ab 2027 soll die Kapazität stufenweise auf bis zu 15.000 zu zerlegende Fahrzeuge pro Jahr ab 2030 steigen.

## Aktuelle Group Aktivitäten / Projekte



Volkswagen Pkw setzt im neuen T-Roc bis zu 40 kg recycelten Kunststoff im Fahrzeug ein (je nach Ausstattung und Motorisierung bis zu 140 Bauteile des Exterieurs und Interieurs, wie z.B. Unterboden- und Kofferraumverkleidungen oder Dachhimmel).



SEAT & CUPRA stärken ihr Nachhaltigkeitsversprechen mit dem neuen Circular Economy Hub in Barcelonas Zona Franca – einem Zentrum für Fahrzeugdemontage sowie Teile- und Komponentenrecycling.



Škoda nutzt im Projekt „From bumper to bumper“ recycelte Stoßfänger als Materialbasis für die Serienfertigung neuer Stoßfänger und leistet damit einen Beitrag für geschlossene Materialkreisläufe.



Audi etabliert ein Rückführungskonzept für Gebrauchtteile und Rezyklate aus Altfahrzeugen – branchenweit einmalig; ein Digitales Materialkonto ermöglicht kosteneffizienten Einsatz von recycelten Post-Consumer-Sekundärmaterialien.



Porsche initiierte gemeinsam mit Cylib ein Pilotprojekt zum Recycling von Hochvoltbatterien mit dem Ziel, recycelte Materialien in die Produktion neuer Porsche-Batterien zu integrieren.



### Fahrzeugwerk Zwickau

Startschuss für den Umbau am Standort Zwickau; Förderung der Aktivitäten in Höhe von bis zu 10,7 Mio. € durch das Land Sachsen.

# Dimension „Unsere Belegschaft“

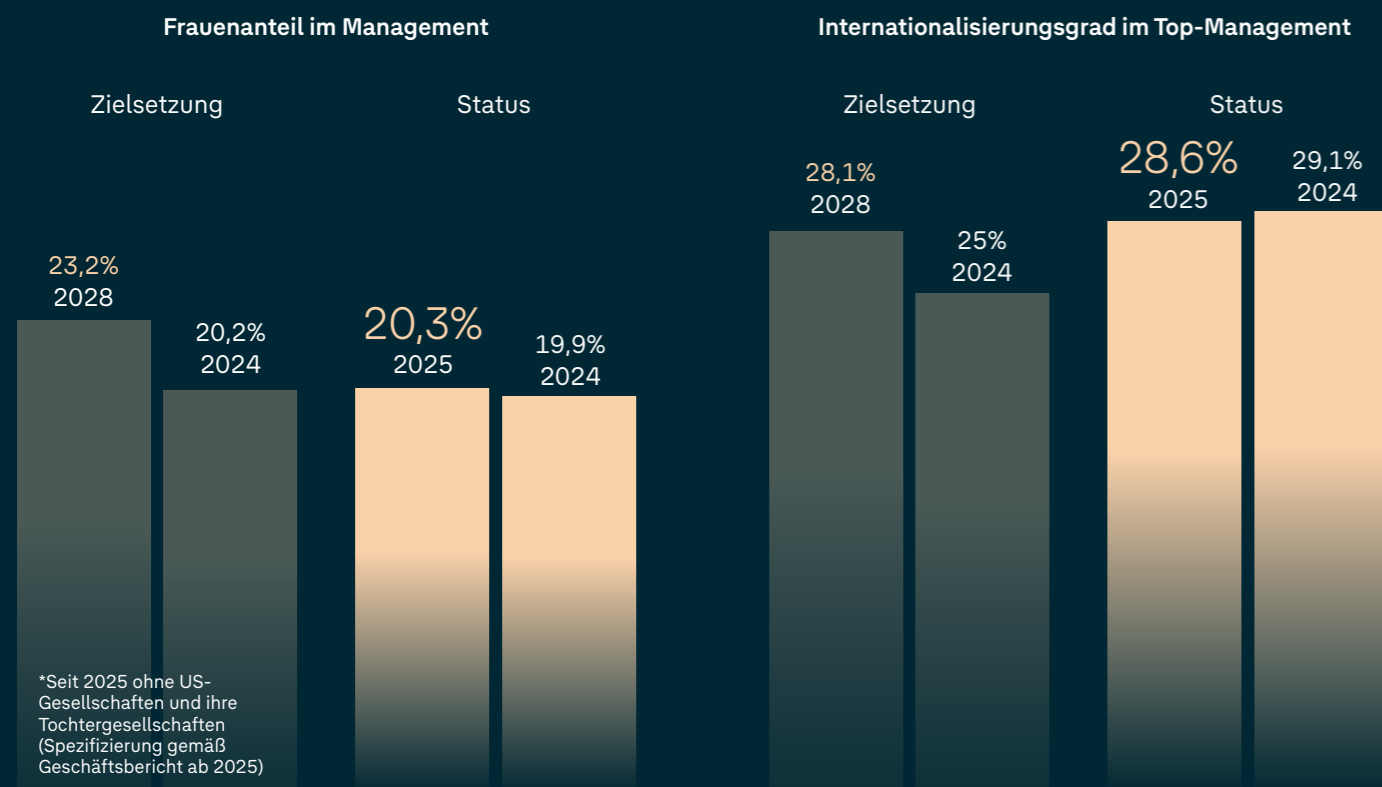
## Wandel braucht Menschen, die ihn gestalten

Die Transformation der Mobilität ist auch eine Transformation der Arbeit. Mit der Dimension „Unsere Belegschaft“ legt regenerate+ den Fokus auf die Menschen, die diesen Wandel ermöglichen: Unsere über 660.000 Mitarbeitenden weltweit. Es geht darum, Sicherheit, Teilhabe, Entwicklung und Diversität im Arbeitsalltag aktiv zu fördern – und gleichzeitig die Volkswagen Group als Arbeitgeber zukunftsfähig zu positionieren.

1

## Diversity Index\*

Die Volkswagen Group fördert eine vielfältige, inklusive und diskriminierungsfreie Kultur.

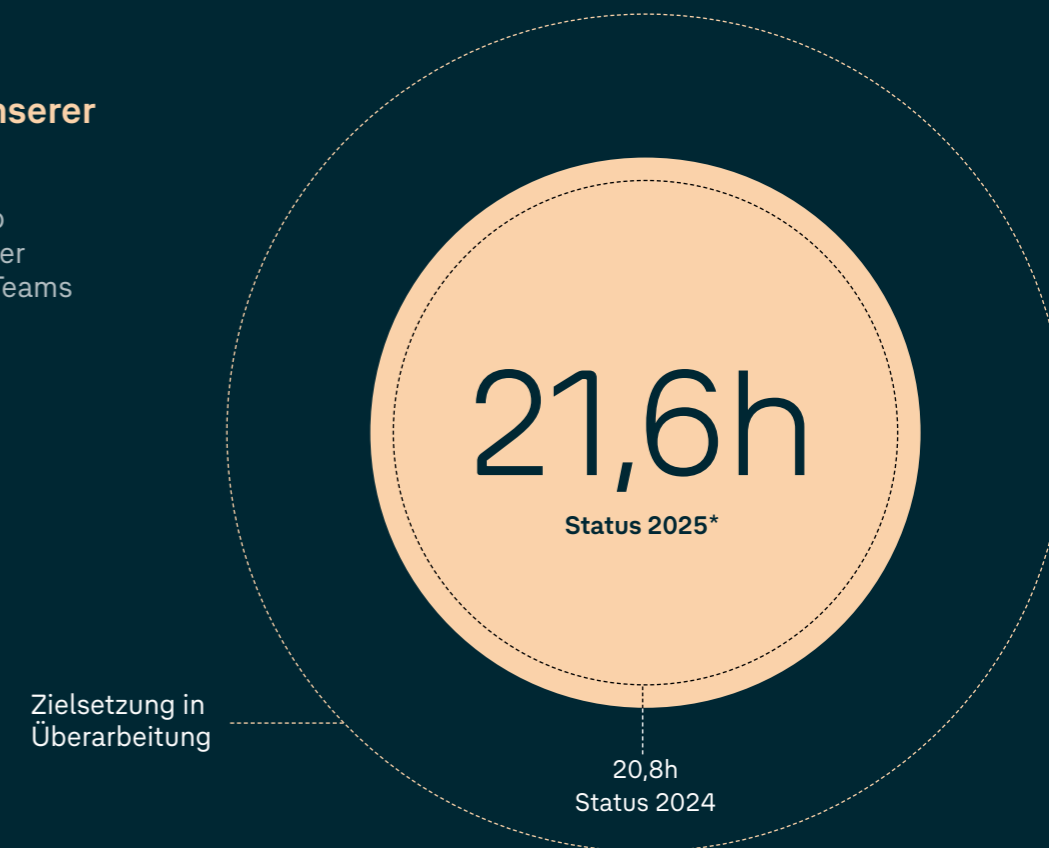


2

## Weiterbildung unserer Mitarbeitenden

Die Volkswagen Group möchte ein einzigartiger Arbeitgeber sein und Teams zum Erfolg führen.

h pro Mitarbeitenden



\*Anpassung Scope ab 2025

3

## Unfallhäufigkeitsindex (LTIFR)\*

Die Volkswagen Group steht für einen exzellenten Gesundheits- und Arbeitsschutz.



\*LTIFR (Lost Time Injury Frequency Rate)

## Dimension „Unsere Belegschaft“

### Group Diversity Conference 2025

Die jährlich stattfindende Group Diversity Conference vereint und stärkt das globale Netzwerk der Diversity Experts aus allen Marken und Gesellschaften der Volkswagen Group.

In 2025 wurde die zweitägige Konferenz unter dem Leitmotiv #TakeaStand virtuell ausgerichtet und setzte ein klares Zeichen für Haltung und Verlässlichkeit in gesellschaftlich herausfordernden Zeiten.

Im Fokus der rund 60 Teilnehmenden standen Impulsvorträge, Paneldiskussionen und ein intensiver Best Practice-Austausch.

Unter anderem befasste sich die Internationale Diversity Community mit den Themen Führungsverantwortung und „Male Allyship“ als entscheidende Hebel für nachhaltige Fortschritte für mehr gelebte Vielfalt in Unternehmen.

Den Abschluss bildete eine Präsentation zu den Auswirkungen künstlicher Intelligenz auf das Streben nach diskriminierungsfreien Organisationen.

Die Group Diversity Conference treibt den weltweiten Wissens-/Erfahrungsaustausch voran und setzt wichtige Impulse für die strategische Ausrichtung des Unternehmens.

Group Diversity Conference 2025



**Netzwerkarbeit ist ein zentraler Baustein für gelebte Diversity im Unternehmen. Sie schafft Räume für Austausch, gegenseitige Unterstützung und Sichtbarkeit auf Basis eines gemeinsamen Mindsets und Engagements der Beteiligten.“**

Dr. Gerrit Spengler  
CHRO North America Region

### Integrität & Compliance: Tones from the Top und Dialogformate

Im Jahr 2025 setzten alle Mitglieder des Konzernvorstands der Volkswagen AG in verschiedenen Formaten deutliche Signale für Integrität und Compliance (I&C). Sie hoben die Bedeutung einer gelebten I&C-Kultur, einer klaren Haltung und verantwortungsbewussten Handelns für den langfristigen Unternehmenserfolg hervor. Die Kommunikation richtete sich gezielt an die Beschäftigten, die über einen digitalen „Integrity & Compliance Day“ zusätzlich die Möglichkeit hatten, ihr Verständnis für I&C weiter zu vertiefen.

Darüber hinaus bot das Format „SPEAK & LEAD“ Führungskräften die Gelegenheit, sich direkt mit I&C-Expert:innen zu zentralen I&C-Themen auszutauschen und ihre Funktion als Wertebotschafter:innen weiter auszubauen.

Zudem wurde im Berichtsjahr ergänzend zu den verpflichtenden Compliance-Schulungen das Angebot freiwilliger, fachbereichsspezifischer Dialogformate gezielt ausgebaut. Die interaktiven Formate förderten den praxisnahen Austausch, machten Compliance im Arbeitsalltag erlebbar und stießen auf hohe Resonanz. Mitarbeitende und Führungskräfte diskutierten konkrete Fragen, teilten Erfahrungen und entwickelten mit Expert:innen Lösungsansätze, wodurch Eigenverantwortung und das Verständnis für bereichsspezifische Risiken gestärkt wurden.



**Integrität und Compliance entfalten ihre Wirkung vor allem dann, wenn sie nicht nur vermittelt, sondern im Arbeitsalltag diskutiert und gelebt werden. Die freiwilligen Austauschformate schaffen genau diesen Raum.“**

Nicolas Heyer,  
Group Chief Integrity and Compliance  
Officer der Volkswagen AG

# Dimension „Unsere Belegschaft“

## Freiwilligentag 2025

Am 13. September 2025 fand der 4. Volkswagen Freiwilligentag statt – ein deutschlandweites Engagementformat, das Volkswagen Mitarbeitende und gemeinnützige Organisationen zusammenbringt. Mehr als 150 Mitarbeitende an fünf Volkswagen Standorten engagierten sich um lokale Projekte wirkungsvoll zu unterstützen. Insgesamt wurden rund 800 Stunden freiwillige Hilfe geleistet – ein starkes Zeichen der Beschäftigten für ein gesellschaftliches Miteinander und die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung über die Volkswagen Werktole hinaus.

Insgesamt wurden 16 Organisationen in Emden, Braunschweig, Hannover, Kassel, Salzgitter und Wolfsburg bei dringenden Alltagsvorhaben unterstützt. Die Teams halfen dort, wo Unterstützung direkt ankommt: Von der Zubereitung von Mahlzeiten für Bedürftige, über Renovierungsarbeiten im Tierheim und Hospiz, bis hin zur



Pflege eines Schneitelwalds. Auch eine Apfel-ernte für den guten Zweck und die Reparatur von Tandemfahrrädern für sehbehinderte Menschen standen auf dem Programm.

Der Freiwilligentag ist ein fester Bestandteil des Volkswagen Corporate Volunteering-Programms „Gemeinsam Engagiert“. Es schafft Begegnungen, erleichtert den Einstieg ins Ehrenamt und stärkt dessen Rolle in der Gesellschaft.

Der Freiwilligentag bietet Mitarbeitenden die Chance, gemeinsam etwas Neues auszuprobieren. Ein Projekt, das den Grundsatz „Wir statt ich“ in die Realität umsetzt und eine gelebte Unternehmenskultur in den Regionen beweist. Mit diesem Format erhalten Beschäftigte die Gelegenheit, diese Volkswagen DNA persönlich mitzugestalten und aktiv Teil davon zu werden.

Der Volkswagen Freiwilligentag steht exemplarisch für das starke gesellschaftliche Engagement unseres Volkswagen Teams über unsere Werktole hinaus. Damit leisten wir einen wichtigen Beitrag für unsere Region und das zeichnet unsere Volkswagen Kultur aus.

**Arne Meiswinkel**  
Personalvorstand der Marke Volkswagen Pkw

## Health.Care.Run.

Engagement, Gesundheit und Spaß miteinander verbinden: 12 Länder, 19 Läufe, über 15.000 Teilnehmende – das ist die stolze Bilanz des 3. Internationalen Health.Care.Run. 2025. Von Südafrika bis Peking, von Brasilien bis Wolfsburg nutzten Tausende Mitarbeitende mit Freunden und Familie das Sportevent, um in ihre eigene Gesundheit zu investieren, Teamgeist zu spüren und sich gleichzeitig für einen guten Zweck zu engagieren.

Der internationale Health.Care.Run. steht für Gesundheit, für Gemeinschaft und für soziales Engagement. Ich freue mich, dass das Sportevent inzwischen zu einer Tradition bei Volkswagen geworden ist – und unsere Teams über Ländergrenzen hinweg miteinander verbindet.“

**Schirmherr Arne Meiswinkel,**  
Personalvorstand der Marke Volkswagen Pkw



Mit Blick auf Gesundheit ist Sport ein wahres Wundermittel. Im Team und als Teil von etwas Großem bringt es umso mehr Spaß – und verstärkt den positiven Effekt auf Körper, Geist und Seele.“

**Dr. Lars Nachbar,**  
Leitung Konzern Gesundheitswesen und Arbeitsschutz, Volkswagen AG

## 10 Jahre Volkswagen Konzern Flüchtlingshilfe

Seit 2015 unterstützt der Volkswagen Konzern Flüchtlingshilfe Geflüchtete sowie Opfer von Terror und Naturkatastrophen weltweit. Sie verbindet direkte Hilfe mit langfristiger Integration und setzt dabei auf Bildungs- und Berufsprogramme, die Menschen neue Perspektiven eröffnen. Über 5.000 Menschen erhielten Unterstützung beim Einstieg in den deutschen Arbeitsmarkt – ein starkes Zeichen gelebter Verantwortung.

Eine besondere Erinnerung aus 10 Jahren Flüchtlingshilfe: Der enorme Einsatz unserer Belegschaften und unseres Betriebsrats sowie die größte Belegschaftsspende in der Geschichte von Volkswagen für die notleidenden Menschen in der Ukraine.“

**Dr. Thymian Bussemer**  
Leitung Konzern HR Strategie & Innovation, Volkswagen AG



# Dimension „Gesellschaft“

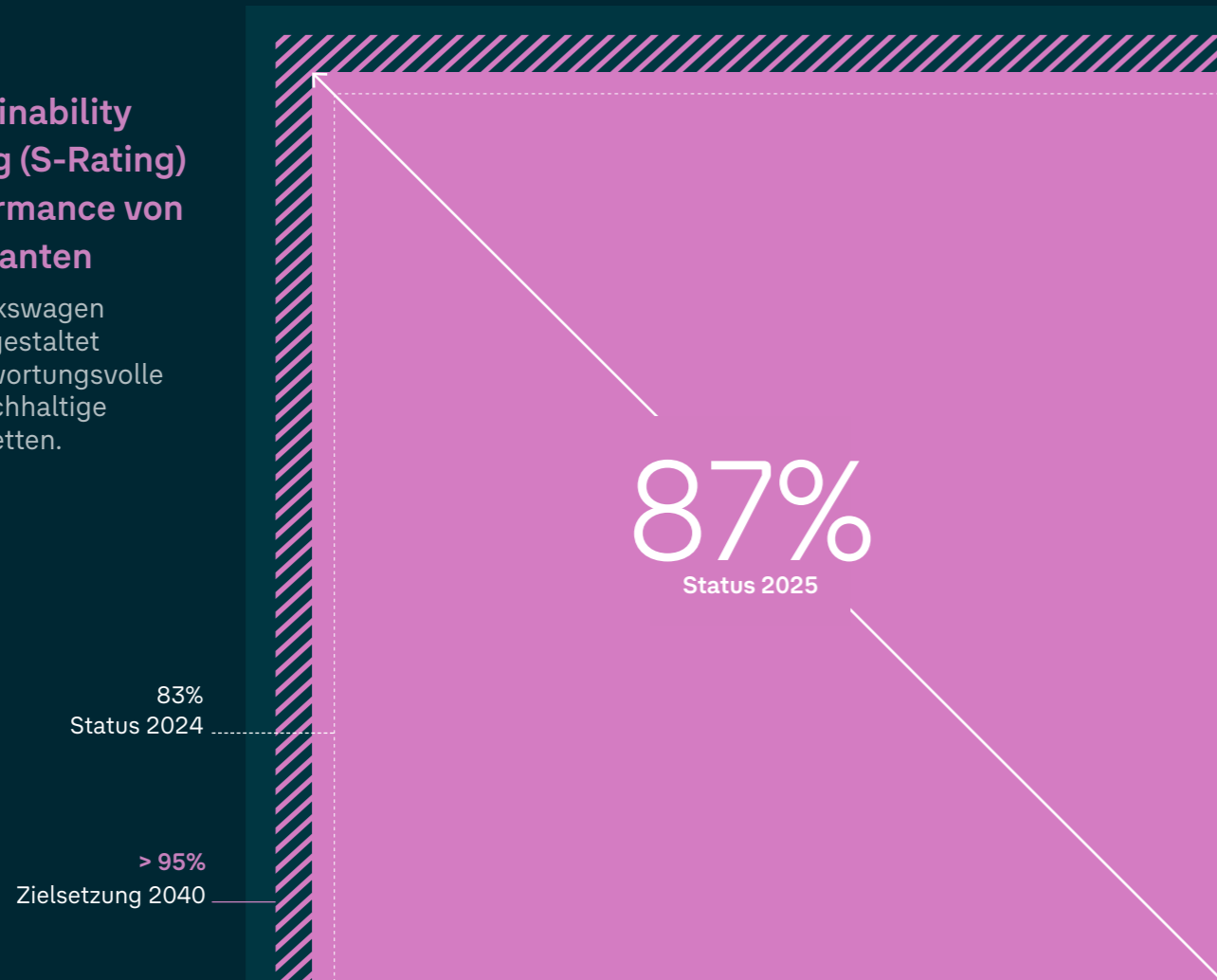
## Gesellschaftliche Verantwortung – entlang Lieferkette und darüber hinaus

Als globales Unternehmen ist die Volkswagen Group Teil weltweiter sozialer Systeme – von der Rohstoffgewinnung bis zum Alltag vor Ort. Die Dimension „Gesellschaft“ von regenerate+ zielt auf konkrete Wirkung: Durch Partnerschaften, globales Engagement und transparente Verantwortung in der Lieferkette. Ziel ist es, Risiken zu minimieren und positiven Wandel mitzugestalten.

1

### Sustainability Rating (S-Rating) Performance von Lieferanten

Die Volkswagen Group gestaltet verantwortungsvolle und nachhaltige Lieferketten.



2

### Globaler Reputation KPI

Der Volkswagen Konzern ist ein vertrauenswürdiger und angesehener Partner.

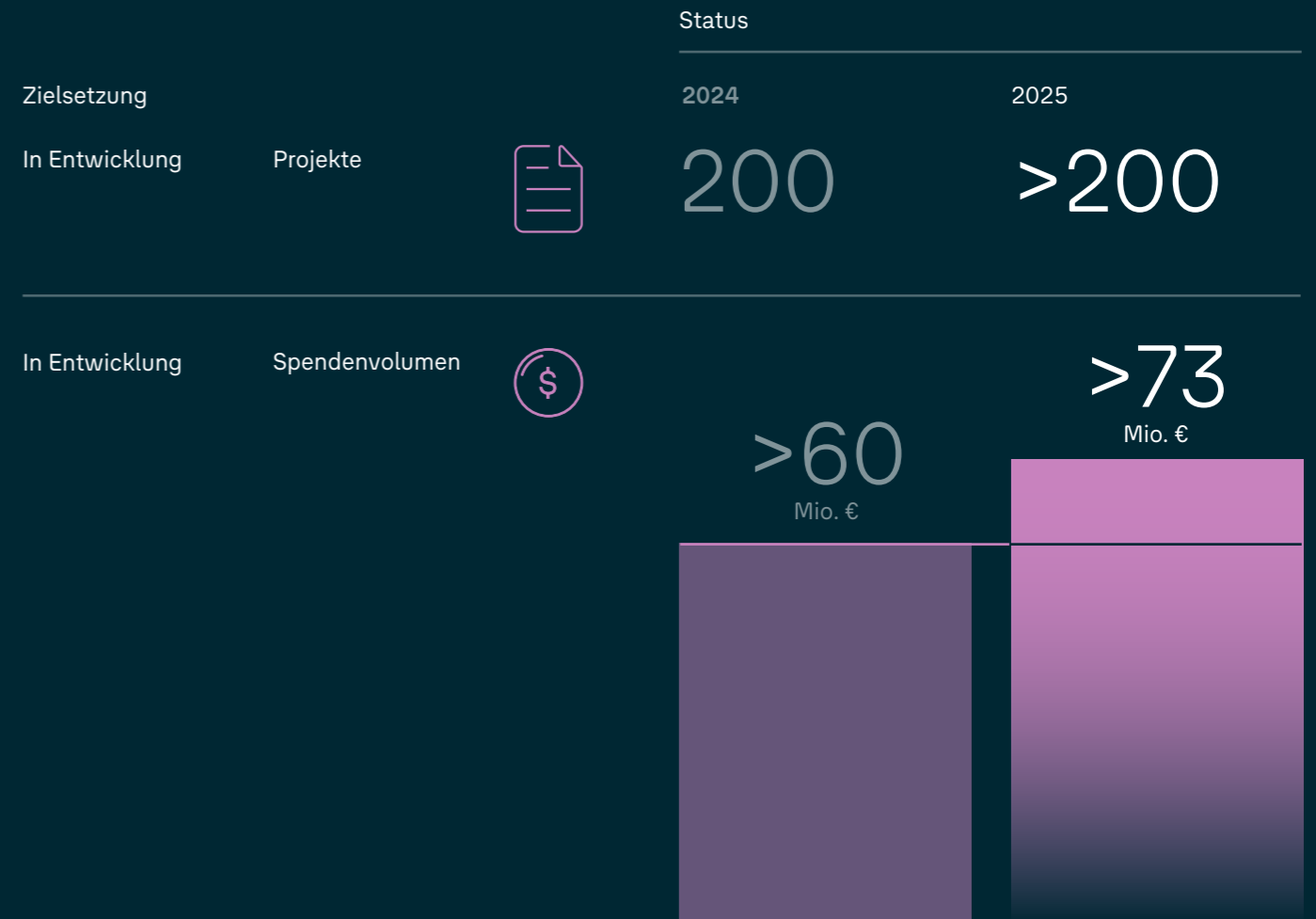
Status 2024: Framework und Studie in Überarbeitung  
Zielsetzung: In Entwicklung

89%  
Status 2025

3

### Societal Impact (Projekte/Spenden)

Die Volkswagen Group steigert die positive gesellschaftliche Wirkung ihres Handelns.



## Dimension „Gesellschaft“

### Jährlicher Rohstoffbericht veröffentlicht

Im Jahr 2025 hat die Volkswagen Group im Rahmen ihres Raw Materials Due Diligence Management Systems 18 priorisierte Rohstoffe bewertet, um menschenrechtliche und ökologische Risiken entlang der Lieferketten systematisch zu steuern. Mit der Veröffentlichung der sechsten Ausgabe des Rohstoffberichts macht die Volkswagen Group diesen Ansatz sowie die Weiterentwicklung marken- und regionsübergreifender Prozesse transparent und nachvollziehbar.

#### Highlights 2025

<b>Global Platform for Sustainable Natural Rubber (GPSNR)</b>	Erstmals nahm ein Vertreter der Volkswagen Group an der jährlichen GPSNR Konferenz in Singapur teil und brachte dort die Perspektive eines Automobilherstellers in den branchenweiten Dialog ein.
<b>Cobalt</b>	Zudem hat die Volkswagen Group ihr fünfjähriges Engagement im Rahmen von Cobalt for Development (C4D) erfolgreich beendet. Das Programm erzielte in der Demokratischen Republik Kongo konkrete Fortschritte, die unter anderem in einem gemeinsamen Lessons Learned Paper dokumentiert sind.
<b>Lithium</b>	Die Volkswagen Group hat die Responsible Lithium Partnership im Salar de Atacama in Chile abgeschlossen. Die Initiative wird nun als eigenständige Stiftung weitergeführt.
<b>Mica</b>	Unter Federführung der Porsche AG initiiert der Volkswagen Konzern gemeinsam mit weiteren Automobilunternehmen Aktivitäten in Madagaskar, die auf die Verbesserung der Arbeitsbedingungen beim Abbau und der Verarbeitung des Rohstoffs Mica ausgerichtet sind. Mit der gleichen Ambition unterstützt die Porsche AG Projekte der Responsible Mica Initiative in indischen Mica-Abbaugebieten.



**Der Rohstoffbericht zeigt kompakt und transparent, wie wir mit Risiken in unseren 18 priorisierten Rohstoffen umgehen und Schritt für Schritt konkrete Maßnahmen umsetzen – und gibt einen Einblick in die Essenz unserer Arbeit: wie wir uns in komplexen Lieferketten orientieren, Verantwortung wahrnehmen und Entwicklungen anstoßen, die zu mehr Nachhaltigkeit beitragen können.“**

**Friederike Schön**  
Global Head Supplier Risk & Sustainability Management,  
Volkswagen AG



### Nickel Impact Programme Indonesia (NIPI) gestartet

Als Gründungsmitglied des lokalen Partnerschaftsprojekts „NIPI“ engagiert sich die Volkswagen Group gemeinsam mit weiteren Industrieunternehmen für die Verbesserung von Umwelt- und Sozialstandards im indonesischen Nickelsektor – insbesondere auf der Insel Halmahera. Die Region ist bedeutend für die Nickelgewinnung; ein Rohstoff, der unter anderem in Batterien für Elektrofahrzeuge verwendet wird. Aufgrund der ökologischen Sensitivität und der sozialen Herausforderungen in den Abbau- und Verarbeitungsgebieten wurde die Region als prioritär für ein partnerschaftliches Engagement identifiziert. Die betroffenen Gemeinschaften stehen im Fokus der Maßnahmen, auch wenn keine direkte Lieferbeziehung zu einer bestimmten Mine besteht. Ziel ist es, Biodiversität zu schützen, Lebensbedingungen zu verbessern und zu einer Verbesserung der Wasserqualität in den Bergbauregionen beizutragen.



## Dimension „Gesellschaft“

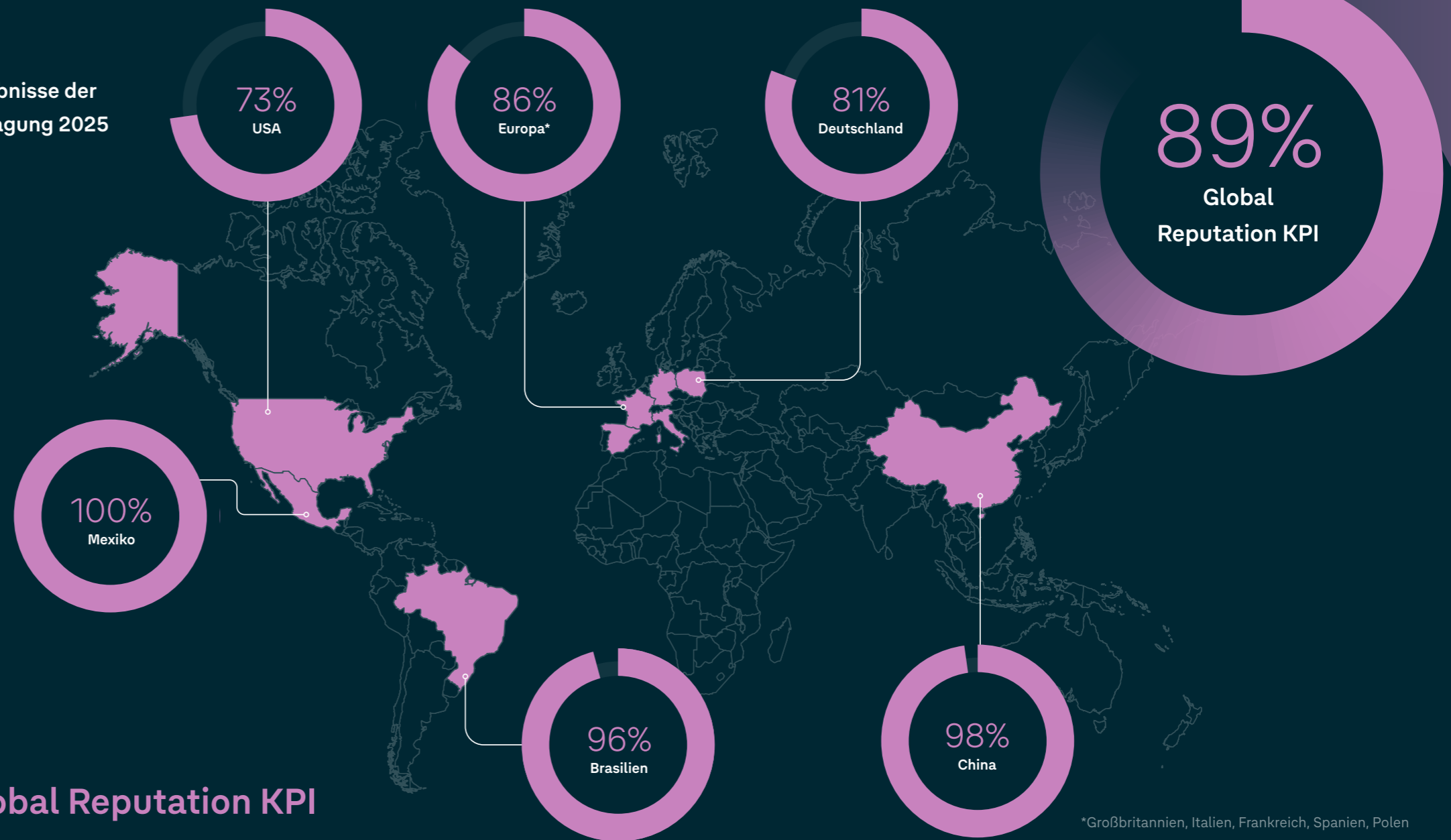
### Weltweites Engagement

Auch jenseits der Lieferkette leistet die Volkswagen Group einen gesellschaftlichen Beitrag – global, lokal, partnerschaftlich. In diesem Jahr wurden über 200 globale Projekte als lokale Engagements an den Standorten der Volkswagen Group gemeldet. Der Fokus der Projekte lag auf der Stärkung lokaler Gemeinschaften und ihrer Resilienz. Darüber hinaus adressierten sie Armutsbekämpfung und soziale Sicherheit als zwei zentrale gesellschaftliche Wirkungskategorien von regenerate+. Gleichzeitig sollten viele Engagements zusätzliche positive Effekte erzielen: Für die eigene Belegschaft etwa in Form von Bildungs- und Gesundheitsangeboten, und für die Natur, etwa durch Aktivitäten zu Biodiversität oder Klimaschutz.

In diesem Jahr förderte der Sustainability Impact Fund unter anderem das Projekt „Gemeinsam engagiert“. Das Corporate-Volunteering-Programm verfolgt das Ziel, gesellschaftliches Engagement zu stärken und Mitarbeitenden die Möglichkeit zu geben, sich aktiv und nachhaltig ehrenamtlich einzubringen.

Ein weiteres gefördertes Projekt richtet sich an unsere weltweiten Handels- und Servicepartner: Mit der Initiative goTOzero RETAIL unterstützen wir sie dabei, ihren ökologischen Fußabdruck messbar zu reduzieren und Nachhaltigkeit fest in ihren betrieblichen Alltag zu integrieren. Durch die Förderung kann das Programm um zusätzliche Nachhaltigkeitsaspekte erweitert werden und leistet so einen wichtigen Beitrag zur erfolgreichen Nachhaltigkeitsperformance unserer Partnerbetriebe.

### Ergebnisse der Befragung 2025



### Global Reputation KPI

Die Reputation der Volkswagen Group ist ein zentraler Faktor für den Unternehmenserfolg. Daher führt die Volkswagen Group seit 2017 regelmäßig eine Studie durch, um das Vertrauen externer Stakeholdergruppen – Medien, NGOs, Wissenschaft, Politik, Investor:innen, Analyst:innen und Business-Partner – zu erfassen.

In den Jahren 2024/25 wurde die Reputationsstudie zusammen mit Wissenschaftler:innen und Expert:innen überarbeitet und erfasst nun neben der Reputation auch deren zentrale Treiber und Effekte.

Im Jahr 2025 wurde die überarbeitete Studie erstmals nicht nur in den Kernmärkten Deutschland, USA und China, sondern auch in weiteren europäischen und amerikanischen Ländern durchgeführt, um ein umfassendes und differenziertes Bild der Konzernreputation in strategisch wichtigen Regionen zu gewinnen.

Der Reputation KPI fasst zusammen, wie das Unternehmen in den Reputations-Dimensionen Vertrauen, Sympathie und Ansehen bewertet wird.

Für jede der drei Dimensionen wird der Anteil positiver Bewertungen erfasst. Der daraus berechnete Durchschnitt dient als KPI für die insgesamt positive Wahrnehmung der Unternehmensreputation.

Der Global Reputation KPI entspricht dabei dem arithmetischen Mittel der regionalen Reputation KPIs.

# Dimension „Business“

## Nachhaltig wirtschaften – zukunftsfähige Geschäftsmodelle entwickeln

Die Zukunft der Mobilität ist emissionsfrei, vernetzt und zirkulär – und zunehmend regulatorisch definiert. Mit der Dimension Business verfolgt regenerate+ das Ziel, **Nachhaltigkeit als Geschäftsprinzip** zu verankern: Durch die Förderung nachhaltiger Geschäftsmodelle, den Ausbau des BEV und die Finanzierung über nachhaltige Finanzprodukte.

1

### Umsatzerlöse aus nachhaltigen Geschäftsmodellen

Die Volkswagen Group nutzt und fördert nachhaltigkeitsorientierte Geschäftsfelder.

Zielsetzung: In Entwicklung

# 63,9 Mrd. €

Status 2025

2

### BEV-Anteil an Gesamtverkäufen

Die BEV-Transformation ist eine klare Priorität für einen nachhaltigen Wandel der Mobilität.



8,3%  
Status 2024

# 10,9%

Status 2025

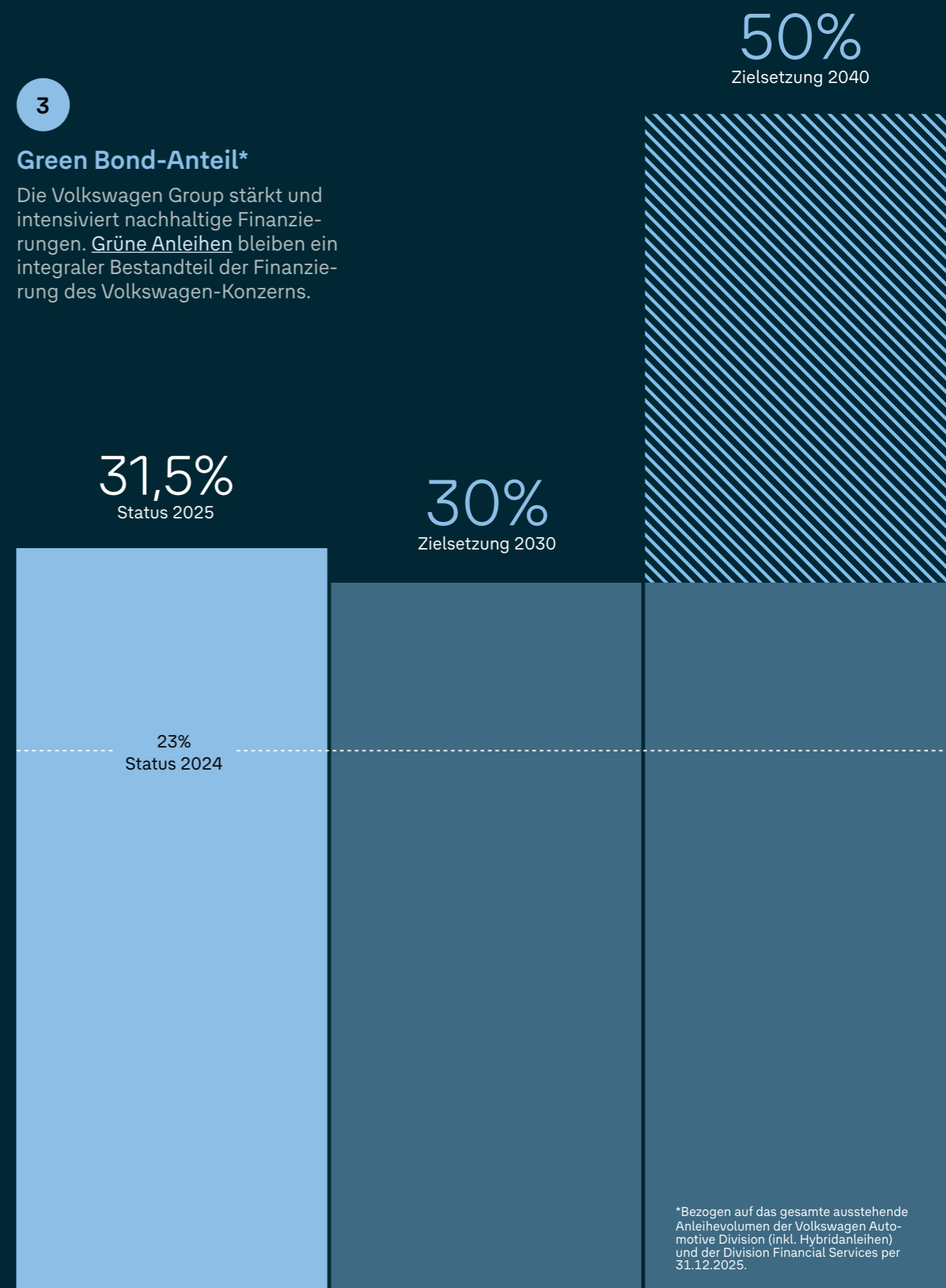
Zielsetzung:

Differenzierte Zielsetzungen nach Marke und Region; Ziele befinden sich aktuell in Anpassung.

3

### Green Bond-Anteil\*

Die Volkswagen Group stärkt und intensiviert nachhaltige Finanzierungen. Grüne Anleihen bleiben ein integraler Bestandteil der Finanzierung des Volkswagen-Konzerns.



\*Bezogen auf das gesamte ausstehende Anleihevolumen der Volkswagen Automotive Division (inkl. Hybridanleihen) und der Division Financial Services per 31.12.2025.

## Dimension „Business“

### Vollelektrisch voran – mit Vielfalt im Modellportfolio

Das Portfolio der Volkswagen Group umfasst inzwischen mehr als 30 vollelektrische Modelle – vom Premiumsegment bis zum kompakten Stadtauto. Damit unterstreichen wir unseren Anspruch, als Unternehmen mit starken Marken

Elektromobilität für alle zugänglich zu machen. Im Jahr 2025 hat die Volkswagen Group insgesamt 983.100 BEVs ausgeliefert, bei einem globalen BEV-Anteil von 11%.

#### Die Top 5 meistverkauften BEV im Jahr 2025

Volkswagen ID.4/ID.5



Volkswagen ID.3



Škoda Elroq



Audi Q4 e-tron



Audi Q6 e-tron



# 30

## vollelektrische Modelle im Portfolio

### Sustainable Revenues

Ein neuer KPI für nachhaltige Geschäftsmodelle

Die Volkswagen Group führt 2025 erstmals den Top-KPI Sustainable Revenues ein. Er zeigt, welcher Anteil unseres Geschäftsmodells bereits heute zu ökologischen und gesellschaftlichen Nachhaltigkeitszielen beiträgt – und macht diesen Fortschritt transparent und steuerbar.

Die Bewertung basiert auf einer vierstufigen Tier-Systematik, die sich an externen Standards wie EU-Taxonomie und FTSE Green Revenues orientiert. Die Summe aus Tier 1-3 bildet den Gesamtwert der Sustainable Revenues oder Nachhaltigen Umsätze, die dem Gesamtumsatz gegenübergestellt werden.

Dieses Modell schafft ein klares Verständnis darüber, welche Geschäftsbereiche bereits einen deutlichen Nachhaltigkeitsbeitrag leisten und in Zukunft ausgebaut werden sollen. Die Herleitung, Methodik und Anwendungslogik sind umfassend im [Whitepaper](#) dokumentiert, das auf der Konzernwebseite unter Nachhaltigkeit zu finden ist.

# 63,9

Mrd. € nachhaltiger Umsatz in 2025  
19,9% vom Gesamtumsatz

Tier 1 36,6  
Mrd. €

**Klare & signifikante Nachhaltigkeitswirkung**  
z. B. BEV-Geschäft, Lade- & Energiedienstleistungen, Batteriespeicher etc.

Tier 2 + 27,4  
Mrd. €

**Beitrag zur nachhaltigen Transformation**  
z. B. öffentliche Mobilitätsangebote, REEV-Geschäft.

Tier 3

**Enabler & unterstützende Lösungen**  
z. B. PHEV-Geschäft, zirkuläre After-Sales-Geschäfte wie Remanufacturing.

# Was wir als Nächstes anpacken wollen – Ausblick auf 2026

Nach der strategischen Einführung von regenerate+ im Jahr 2024 und dem Beginn der Operationalisierung in 2025 konzentrieren wir uns in 2026 darauf, Nachhaltigkeit weiter konsequent umzusetzen, messbar zu machen und noch tiefer in die operativen Prozesse zu integrieren. Im Zentrum stehen fünf priorisierte Handlungsfelder:

# 1

## regenerate+ Schärfung und operative Verankerung

- Integration des vollständigen regenerate+ Top-KPI Sets in alle relevanten Steuerungs- und Reportingsprozesse.
- Aktualisierung der Ambitionsniveaus.

## Austausch mit unseren Stakeholdern intensivieren

- Strategische Weiterentwicklung des Nachhaltigkeitsbeirats zur wirksamen Impulsgebung bei zentralen Nachhaltigkeitsthemen.
- Vertiefung der vertrauensvollen Zusammenarbeit mit wesentlichen Stakeholdern.
- Erweiterung bestehender Dialogformate (z. B. Group Sustainability Forum), um Perspektiven von gesellschaftlichen Interessensverbänden, zivilgesellschaftlichen Organisationen und der Wissenschaft einzubinden.

# 2

# 3

## Digitale Transformation der ESG-Performance-Steuerung

- Weiterentwicklung digitaler Tools durch Künstliche Intelligenz für ESG Datenerhebung und Reporting.
- Verbesserte Bearbeitung strategisch relevanter ESG Rating Anforderungen.

# 4

## Dekarbonisierung

- Weiterentwicklung der Dekarbonisierungsstrategie mit dem Ziel, die Gesamt-Emissionen nachhaltig weiter zu reduzieren und den Dekarbonisierungsindex als zentralen Top-KPI kontinuierlich zu verbessern.
- Entwicklung und Umsetzung konkreter Maßnahmen zur Dekarbonisierung.

## Biodiversität – Klare Steuerung Steuerung und Start erster Projekte

- Aktualisierung, Präzisierung und Ausrollen der konzernweiten Biodiversitätsstrategie.
- Finalisierung und Integration eines konzernweiten Biodiversitäts-Indikator-Sets.
- Start der ersten Projekte aus dem Biodiversitätsfonds.

# 5

# Unsere Fortschritte auf einen Blick – die 12 Top-KPIs von regenerate+

Die folgenden Kennzahlen bilden das Rückgrat unserer Nachhaltigkeitssteuerung. Sie sind konzernweit gültig, strategisch priorisiert und werden regelmäßig überprüft. Damit schaffen wir Transparenz – intern wie extern.

DIMENSIONEN	KPI	TARGET
 <b>Natur</b>	<b>CO<sub>2</sub>-Emissionen</b>	Die Volkswagen Group will ein bilanziell CO <sub>2</sub> -neutrales Unternehmen werden.
	<b>Anteil zirkulärer Materialien im Fahrzeug</b>	Die Volkswagen Group arbeitet daran, den Bedarf an primären Rohstoffen fortlaufend zu reduzieren.
	<b>Biodiversitäts-Index</b>	Die Volkswagen Group schützt, erhält und fördert Biodiversität und Ökosysteme entlang der gesamten Wertschöpfungskette.
 <b>Unsere Belegschaft</b>	<b>Diversity Index</b>	Die Volkswagen Group fördert eine vielfältige, inklusive und diskriminierungsfreie Kultur.
	<b>Weiterbildung unserer Mitarbeitenden</b>	Die Volkswagen Group möchte ein einzigartiger Arbeitgeber sein und Teams zum Erfolg führen.
	<b>Unfallhäufigkeitsindex (LTIFR)</b>	Die Volkswagen Group steht für einen exzellenten Gesundheits- und Arbeitsschutz.

DIMENSIONEN	KPI	TARGET
 <b>Gesellschaft</b>	<b>Sustainability Rating (S-Rating) Performance von Lieferanten</b>	Die Volkswagen Group gestaltet verantwortungsvolle und nachhaltige Lieferketten.
	<b>Globaler Reputation KPI</b>	Der Volkswagen Konzern ist ein vertrauenswürdiger und angesehener Partner.
	<b>Societal Impact (Projekte/Spenden)</b>	Die Volkswagen Group steigert die positive gesellschaftliche Wirkung ihres Handelns.
 <b>Business</b>	<b>Umsatzerlöse aus nachhaltigen Geschäftsmodellen</b>	Die Volkswagen Group nutzt und fördert nachhaltigkeitsorientierte Geschäftsfelder.
	<b>BEV-Anteil an Gesamtverkäufen</b>	
	<b>Green Bond-Anteil</b>	Die Volkswagen Group stärkt und intensiviert nachhaltige Finanzierungen.

# Vertiefende Informationen & Publikationen

Für alle, die tiefer einsteigen möchten, stehen Ihnen folgende Ressourcen zur Verfügung:

[Nachhaltigkeitsstrategie online](#)

[Nachhaltigkeitsbericht 2025 \(integriert in Geschäftsbericht\)](#)

[ESG Factbook 2025](#)

## Kontakt

Volkswagen AG  
Konzern Nachhaltigkeit  
Brieffach 011/1265  
38436 Wolfsburg  
Deutschland

E-Mail:

[info@volkswagen-nachhaltigkeit.de](mailto:info@volkswagen-nachhaltigkeit.de)

Web:

[www.volkswagen-group.com](http://www.volkswagen-group.com)

Wir freuen uns über den Austausch mit Ihnen – zu unseren Fortschritten, unseren Zielen und dem gemeinsamen Weg zu einer nachhaltigen Mobilität.