

Informacja prasowa | 12.03.2026

Brand Group Core utrzymuje kurs pomimo zdarzeń nadzwyczajnych. Nowy model zarządzania zapewni dodatkowe wsparcie w 2026 r.

- Wynik operacyjny w 2025 r. na poziomie 6,8 mld euro, zbliżony do wyniku z poprzedniego roku pomimo negatywnych czynników zewnętrznych
- Wyraźnie niższe koszty stałe dzięki programom efektywnościowym i wdrożeniu porozumienia płacowego, konieczne są jednak dalsze wzrosty efektywności
- Nowa struktura zarządcza Brand Group Core wprowadza usprawnione procesy i ścieżki decyzyjne oraz upraszcza zarządzanie od 2026 r.
- Projekt Electric Urban Car Family z nowymi modelami, takimi jak ID. Polo oraz ID. Cross, od 2026 r. sprawi, że elektromobilność stanie się jeszcze bardziej dostępna dla klientów

Grupa marek Brand Group Core (BGC) koncernu Volkswagen zrealizowała w 2025 r. swoje cele strategiczne zgodnie z planem, osiągając wynik operacyjny na poziomie 6,8 mld euro, czyli bliski poziomowi z roku poprzedniego, pomimo znaczących negatywnych zdarzeń nadzwyczajnych. Po skorygowaniu o dodatkowe koszty związane z restrukturyzacją, kwestie związane z emisjami w silnikach wysokoprężnych oraz amerykańskimi cłami importowymi wynik operacyjny za 2025 r. wyniósł 8,2 mld euro, zgodnie z wyznaczonym celem. Pod względem strategicznym rok 2025 był ważnym okresem, w którym położono fundamenty pod większą efektywność i bardziej konkurencyjne produkty. Jednocześnie odporność organizacji musi zostać wzmocniona w 2026 r. Z tego powodu marki Volkswagen, Škoda, SEAT&CUPRA oraz Volkswagen Samochody Dostawcze upraszczają swoje struktury organizacyjne poprzez nowy międzymarkowy model zarządzania, tworząc tym samym potencjał dla dalszych oszczędności.

“W 2025 r. konsekwentnie realizowaliśmy nasze założenia. Trwałe efekty zmian strukturalnych wprowadzonych w ramach programów poprawy efektywności zaczynają być widoczne. Jednocześnie wciąż czekają nas ważne kroki w zakresie poprawy rentowności. Czynniki takie jak amerykańskie cła pokazują, że musimy jeszcze bardziej wzmocnić naszą odporność. Właśnie temu służy nasz nowy model zarządzania: zmodernizowane struktury, szybsze podejmowanie decyzji i wyższa efektywność, bez osłabiania tożsamości naszych marek to klucz do długoterminowej konkurencyjności. Ogólnie rzecz biorąc, jesteśmy na właściwej drodze, ale do mety wciąż jeszcze daleko.”

Thomas Schäfer, członek Zarządu Grupy Volkswagen, prezes marski Volkswagen Samochody Osobowe oraz szef Brand Group Core



Kluczowe dane Brand Group Core (styczeń-grudzień 2025 r.)

Sprzedaż pojazdów Brand Group Core wzrosła do 5,12 mln (2024: 4,96 mln)

Solidny wzrost sprzedaży pojazdów rok do roku o 3,3%. Wynika on przede wszystkim z dobrej dynamiki biznesowej na kluczowym rynku europejskim oraz silnej pozycji rynkowej w segmencie BEV.

Przychody ze sprzedaży Brand Group Core wzrosły o 3,7% do 145,2 mld euro (2024: 140 mld euro)

Wzrost był napędzany przez udane premiery nowych modeli oraz poprawę struktury produktowej we wszystkich czterech markach.

Wynik operacyjny Brand Group Core wyniósł 6,82 mld euro (2024: 6,96 mld euro)

Wynik operacyjny był tylko nieznacznie niższy niż rok wcześniej, jednak pozostawał pod wpływem czynników jednorazowych, takich jak koszty restrukturyzacji, kwestie związane z emisjami w silnikach wysokoprężnych oraz amerykańskie cła importowe.

Marża operacyjna Brand Group Core na poziomie 4,7% (2024: 5%)

Spadek o 0,3 punktu procentowego wynika z zewnętrznych czynników jednorazowych. Po ich wyłączeniu rentowność operacyjna Brand Group Core wyniosłaby 5,6%, a więc byłaby zgodna z pierwotnymi oczekiwaniami.

Przepływy pieniężne netto wzrosły o 2,27 mld euro do 6,95 mld euro (2024: 4,68 mld euro)

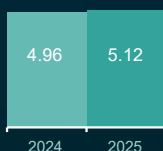
Wyraźny wzrost przepływów pieniężnych netto potwierdza poprawę efektywności wykorzystania kapitału oraz skuteczne zarządzanie kapitałem obrotowym. Jednocześnie zrealizowano strategicznie konieczne inwestycje w technologie przyszłości oraz zwiększanie skali produkcji nowych modeli.

Brand Group Core Financial Performance FY 2024 vs. FY 2025

Vehicle Sales ¹⁾
[mill. units]



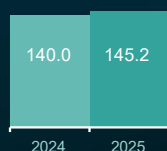
+3.3%



Sales revenue
[€ bn]



+3.7%



Operating Profit ²⁾
[€ bn]



-0.5%



RoS ²⁾
[%]



-0.2pp.



Net Cash Flow
[€ bn]



+48.4%



¹⁾ without China business

²⁾ including special items (restructuring costs, the diesel issue) and U.S. import tariffs

BRAND GROUP CORE

"W 2025 r. znacząco wzmocniliśmy finansowe fundamenty Brand Group Core. Niższe koszty produkcji i koszty ogólne oraz porozumienie płacowe z 2024 r. pokazują wyraźny, mierzalny postęp. Po skorygowaniu o zewnętrzne czynniki jednorazowe jesteśmy operacyjnie na właściwej drodze. Jednocześnie musimy zachować realizm – presja wynikająca z ceł nie zniknie. Dlatego intensyfikujemy nasze programy poprawy efektywności.

Nowy międzymarkowy model zarządzania w obszarach produkcji, zakupów i rozwoju w nadchodzących latach pozwoli nam znacząco zwiększyć efektywność i dyscyplinę inwestycyjną.

Dzięki temu rok 2026 będzie okresem konsekwentnej dyscypliny finansowej i operacyjnej, a jednocześnie stworzy fundament pod udane uruchomienie produkcji nowej rodziny modeli Electric Urban Car Family."

David Powels, członek zarządu marki Volkswagen odpowiedzialny za obszar finansów w Brand Group Core



Przegląd

Brand Group Core w 2025 r. dalej umacniała swoją pozycję pomimo trudnego otoczenia rynkowego. Silne, wyraźnie pozycjonowane marki w BGC skutecznie utrzymały swoją pozycję w środowisku kształtowanym przez nowe amerykańskie cła importowe, stagnację europejskich rynków, napięcia geopolityczne, rosnącą presję konkurencyjną ze strony Chin oraz ogólnie wolniejsze tempo wzrostu segmentu BEV. Wzrost sprzedaży pojazdów oraz przychodów ze sprzedaży podkreśla atrakcyjność gamy modelowej BGC.

Jednocześnie wdrożone działania zwiększające efektywność przynoszą wyraźne rezultaty: koszty ogólne oraz koszty produkcji zostały trwale obniżone, optymalizacja procesów w produkcji i rozwoju zwiększyła wydajność, a koszty produktów zmniejszono dzięki standaryzacji i ograniczeniu złożoności. Zgodnie z planem wskaźnik wydatków na badania i rozwój (R&D) utrzymał się poniżej strategicznego celu wynoszącego 4%.

Sytuacja biznesowa w regionach była zróżnicowana: działalność w Europie pozostaje silna i wymaga ukierunkowanego rozwijania rynku. W Ameryce Południowej dynamika jest pozytywna, natomiast rynek Ameryki Północnej pozostaje wymagający.

Perspektywy

W 2026 r. Brand Group Core będzie konsekwentnie kontynuować kurs w kierunku ściślejszej współpracy oraz zwiększania efektywności. Działania skoncentrują się na optymalizacji procesów między markami oraz rozszerzaniu wspólnych inicjatyw.

Nowy model zarządzania wzmacnia nadrzędne zarządzanie na poziomie grupy, przy jednoczesnym zachowaniu wyraźnej tożsamości poszczególnych marek. W przyszłości zwiększenie zakresu prac rozwojowych realizowanych wspólnie przez marki podniesie poziom efektywności całkowitych inwestycji BGC. Podstawą będzie bardziej odchudzona i wydajna struktura „powerhouse”, oparta na bliższej współpracy w obszarach produkcji, zakupów i rozwoju.

Kluczowym projektem Brand Group Core w 2026 r. jest rodzina pojazdów Electric Urban Car Family, obejmująca cztery modele marek Volkswagen, CUPRA i Škoda, które zadebiutują na rynku i sprawią, że elektromobilność stanie się jeszcze bardziej dostępna dla szerokiego grona klientów.

Cena wyjściowa modelu Volkswagen ID. Polo wyniesie około 25 000 euro, natomiast CUPRA Raval i Škoda Epiq będą kierowane do kolejnych grup klientów. Projekt ten będzie prowadzony przez SEAT&CUPRA z Hiszpanii. W porównaniu z wcześniejszym podejściem rozwój wspólnej platformy między markami przyniesie oszczędności rzędu około 650 mln euro w całym cyklu projektu. Planowana produkcja wyniesie kilkaset tysięcy egzemplarzy rocznie. Uzyskane w ten sposób efekty skali jeszcze bardziej zmniejszą różnicę w marżach między pojazdami elektrycznymi (BEV) a pojazdami z silnikiem spalinowym (ICE).

Nowa struktura zarządu Grupy, która weszła w życie w styczniu 2026 r., znacząco uprości procesy, struktury i ścieżki decyzyjne. Jasny podział odpowiedzialności oraz szybsze procesy decyzyjne wzmacniają konkurencyjność Brand Group Core. Nowy model zarządzania szczególnie wpływa na obszary produkcji, rozwoju technicznego oraz zakupów.

Już w samym obszarze produkcji zatwierdzona regionalizacja modelu zarządzania uwalnia skumulowany potencjał oszczędności w wysokości 1 mld euro do 2030 r. W przyszłości nowi menedżerowie regionalni będą odpowiadać za planowanie, zarządzanie i logistykę ponad markami oraz granicami państw. Dzięki temu regiony staną się bardziej niezależne, efektywne i elastyczne.

Projekty między markami zwiększają również efektywność w obszarze rozwoju: eliminują powielanie prac rozwojowych, skracają cykle rozwojowe i pozwalają efektywniej alokować budżety przy jednoczesnym zachowaniu spójnej jakości i wyraźnego zróżnicowania marek. Jednocześnie Brand Group Core wzmacnia swoją globalną konkurencyjność w 2026 r. poprzez optymalizację wyników sprzedaży, poprawę poziomu kapitału obrotowego oraz przygotowanie planu aftersales zwiększającego rentowność usług serwisowych.

Równolegle marka Volkswagen uruchamia największą ofensywę modelową w swojej historii w ramach strategii „Volkswagen Boost 2030”. Pakiet działań obejmujący program poprawy efektywności oraz porozumienie płacowe z 2024 r. tworzy fundament dla stabilnej sytuacji dochodowej oraz marży ze sprzedaży przekraczającej 4% w 2026 r.

Informacja prasowa | 12.03.2026

Przegląd marek w ramach Brand Group Core

Volkswagen Samochody Osobowe



Volkswagen Samochody Osobowe dostarczył w roku finansowym 2025 3,10 mln pojazdów (z wyłączeniem Chin, z uwzględnieniem produkcji zewnętrznej), co było wynikiem zasadniczo zbliżonym do poziomu z poprzedniego roku (-0,2%). Przychody ze sprzedaży wyniosły 86,57 mld euro. Wynik operacyjny wzrósł o 1% do 2,61 mld euro. Łącznie czynniki jednorazowe, takie jak koszty restrukturyzacji, kwestie związane z emisjami w silnikach wysokoprężnych oraz amerykańskie cła importowe, miały negatywny wpływ na wynik w wysokości 1,3 mld euro. Jednocześnie odnotowano znaczące sukcesy w zakresie redukcji kosztów: niższe koszty ogólne osiągnięte dzięki konsekwentnej realizacji programów poprawy efektywności oraz efekty porozumienia płacowego w dużej mierze zrekomensowały wspomniane negatywne czynniki zewnętrzne.



“Dla Volkswagena rok 2025 był czasem nadrobienia zaległości. Skoncentrowaliśmy się na tym, co stanowi istotę naszej marki: jakości, intuicyjnej obsłudze oraz wyraźnej tożsamości produktów.

Nasze sukcesy w Europie pokazują, że jesteśmy na właściwej drodze. W 2026 r., wraz z największą ofensywą modelową w historii naszej marki, wykonujemy zdecydowany krok naprzód – przy cenie wyjściowej około 25 000 euro model ID. Polo sprawi, że elektromobilność stanie się dostępna dla wielu osób. Wsłuchaliśmy się w głosy klientów. Nadrobialiśmy zaległości. A teraz dostarczamy.”

Thomas Schäfer, członek zarządu Grupy Volkswagen, prezes marki Volkswagen

Volkswagen Samochody Dostawcze



Volkswagen Samochody Dostawcze wniósł istotny wkład w wyniki Brand Group Core w 2025 r.

W wymagającym otoczeniu rynkowym marka zwiększyła dostawy do 428 tys. pojazdów, a przychody ze sprzedaży wzrosły do 16,9 mld euro. Z powodu znaczących negatywnych czynników wpływających na wyniki finansowe wynik operacyjny wyniósł 245 mln euro.

W 2026 r. marka koncentruje się na kompleksowym odświeżeniu gamy modelowej, wprowadzaniu nowych wariantów oraz aktualizacjach technologicznych, aby dalej wzmacniać wolumen sprzedaży i rentowność.

“Podsumowując, Volkswagen Samochody Dostawcze zdołał w 2025 r. znacząco zwiększyć udział w rynku pomimo ogólnych spadków. Nadal pozostajemy wyraźnym liderem w dwunastu europejskich rynkach, w tym na naszym rynku macierzystym w Niemczech. Z udziałem rynkowym na poziomie 25 procent ID. Buzz pozostaje niekwestionowanym liderem swojego segmentu w Europie. Również nasze konsekwentne działania w obszarze kosztów oraz powściągliwość w wydatkach przynoszą efekty. Realizacja działań mających na celu redukcję kosztów personelu przebiega zgodnie z planem.”

Stefan Mecha, przewodniczący zarządu marki Volkswagen Samochody Dostawcze



SEAT/CUPRA

Napędzane przez portfolio CUPRA, dostawy pojazdów SEAT&CUPRA wzrosły w 2025 r. o 3,2%, osiągając rekordowy w historii poziom 657 400 egzemplarzy. Strategia elektryfikacji firmy przynosi efekty, co potwierdza silny popyt na pojazdy PHEV i BEV, takie jak CUPRA Born i Tavascan. Trend ten przełożył się na historycznie najwyższe przychody ze sprzedaży na poziomie 15,3 mld euro.

Jednocześnie negatywne czynniki jednorazowe, wyjątkowo konkurencyjne otoczenie rynkowe, unijne cła na model CUPRA Tavascan produkowany w Chinach oraz koszty produkcji miały wpływ na wynik operacyjny w 2025 r. w wysokości 1 mln euro. W 2026 r. firma skoncentruje się na poprawie jakości marży poprzez ścisłą kontrolę kosztów, jednocześnie kontynuując realizację strategii elektryfikacji poprzez wprowadzanie rodziny modeli Electric Urban Car Family, rozpoczynając od modelu CUPRA Raval.



“Spodziewaliśmy się, że rok 2025 będzie wymagający ze względu na nasze jednoznaczne zobowiązanie do elektryfikacji i transformacji firmy. Nieoczekiwane czynniki jednorazowe sprawiły jednak, że był on jeszcze trudniejszy. Mimo to miniony rok pokazał również, że znajdujemy się na właściwej drodze. Jesteśmy gotowi na rozpoczęcie projektu Electric Urban Car Family, a dynamika rozwoju marki CUPRA utrzymuje się. Po rekordowych dostawach w ubiegłym roku 2026 będzie rokiem modelu Raval – przełomowego samochodu, który przekona nawet najbardziej zagorzałych sceptyków elektromobilności.”

Markus Haupt, prezes SEAT&CUPRA

Škoda Auto

Škoda Auto kontynuowała swoją historię sukcesu w 2025 r., notując kolejny bardzo dobry rok finansowy. Globalne dostawy wzrosły o 7,6%, osiągając poziom 1,17 mln pojazdów. Pojazdy elektryczne odpowiadały za ponad jedną czwartą dostaw, podwajając swój udział w porównaniu z poprzednim rokiem. Konsekwentna realizacja programu poprawy efektywności „Next Level Efficiency+” przyniosła trwałe rezultaty – wynik operacyjny wzrósł o 9% do 2,5 mld euro. Škoda Auto potwierdziła swoją siłę finansową i doskonałość operacyjną, osiągając marżę operacyjną na poziomie 8,3%. Ta solidna baza umożliwia firmie podejmowanie transformacji branży motoryzacyjnej z pozycji siły oraz dalsze inwestowanie w technologie przyszłości.

“Rok 2025 był ważnym kamieniem milowym dla Škoda Auto. Osiągnęliśmy rekordowe wyniki finansowe, dostarczyliśmy ponad milion pojazdów i staliśmy się trzecią najlepiej sprzedającą się marką motoryzacyjną w Europie. Nasz wzrost ma coraz bardziej globalny charakter: dostawy w Indiach zwiększyły się ponad dwukrotnie, rozpoczęliśmy produkcję w Wietnamie oraz rozwijamy nowe rynki na Bliskim Wschodzie. Po ponad 130 latach nadal koncentrujemy się na przystępnej cenowo i innowacyjnej mobilności. Oferujemy naszym klientom wybór między pojazdami z silnikiem spalinowym, hybrydowymi oraz w pełni elektrycznymi. W 2026 r. wykonamy kolejny krok, wprowadzając dwa ważne nowe modele elektryczne – Škoda Epiq i Škoda Peaq.”

Klaus Zellmer, przewodniczący zarządu Škoda Auto





Informacja prasowa | 12.03.2026

Kluczowe dane dla Brand Group Core:

Kluczowe wskaźniki finansowe	2025	2024	Zmiana 25 / 24
Sprzedaż pojazdów (tys. szt.) (w tym pojazdy innych marek)	5,125	4,960	3.3%
Przychody ze sprzedaży	145,202 mln €	140,004 mln €	3.7%
Wynik operacyjny	6,821 mln €	6,961 mln €	-2%
Marża operacyjna	4.7%	5%	-0.3% pkt
Przepływy pieniężne netto	6,946 mln €	4,680 mln €	48.4%

Kluczowe dane dla marek należących do Brand Group Core:

	Sprzedaż pojazdów		Przychody ze sprzedaży		Wynik operacyjny		Marża operacyjna	
tys. szt. / mln €	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024
Volkswagen Samochody Osobowe	3,104	3,109	86,570	88,262	2,612	2,587	3%	2.9%
Volkswagen Samochody Dostawcze	428	404	16,857	15,124	245	743	1.5%	4.9%
SEAT/CUPRA	657	637	15,272	14,530	1	633	0%	4.4%
Škoda Auto	1,173	1,090	30,105	27,787	2,502	2,305	8.3%	8.3%

Informacja prasowa | 12.03.2026

Kontakt

Axel Besser-Reguła

Kierownik ds. PR
Volkswagen Polska

+48 690 406 132

axel.besser-regula@volkswagen.pl

Izabela Czarnecka-Frańczak

Specjalista ds. PR
Volkswagen Polska

+48 690 406 354

izabela.czarnecka-franczak@volkswagen.pl

O Grupie Volkswagen

Grupa Volkswagen jest jednym z wiodących producentów samochodów na świecie, z siedzibą w Wolfsburgu w Niemczech. Koncern działa globalnie i posiada 111 zakładów produkcyjnych w 16 krajach Europy oraz w 10 krajach obu Ameryk, Azji i Afryki. Zatrudnia około 663 000 pracowników na całym świecie. Pojazdy koncernu są sprzedawane w ponad 150 krajach.

Dzięki szerokiemu portfolio silnych globalnych marek, rozwijanym na dużą skalę technologiom, innowacyjnym pomysłom pozwalającym wykorzystywać przyszłe źródła przychodów oraz przedsiębiorczemu zespołowi zarządzającemu, Grupa Volkswagen dąży do kształtowania przyszłości mobilności poprzez inwestycje w pojazdy elektryczne i autonomiczne, cyfryzację oraz zrównoważony rozwój.

Celem Grupy jest, jako „Global Automotive Tech Driver”, udostępnianie najlepszych technologii motoryzacyjnych klientom na całym świecie, od mobilności w segmencie podstawowym po segment luksusowy. W 2025 r. łączna liczba pojazdów dostarczonych klientom przez Grupę na świecie wyniosła 9 mln (2024: 9 mln). Przychody ze sprzedaży koncernu w 2025 r. wyniosły 321,9 mld euro (2024: 324,7 mld euro). Wynik operacyjny w 2025 r. wyniósł 8,9 mld euro (2024: 19,1 mld euro).

O Brand Group Core

Marki należące do Grupy Volkswagen są zorganizowane w grupy: Core, Progressive, Sport Luxury oraz Trucks. W skład Grupy wchodzi również CARIAD, Group Technology, Financial Services oraz MOIA. W ramach Brand Group Core ponad 200 000 pracowników marek Volkswagen, Škoda, SEAT/CUPRA oraz Volkswagen Samochody Dostawcze współpracuje w ponad 20 zakładach produkcyjnych, aby wykorzystać istniejący, ogromny potencjał synergii.

Dzięki standaryzacji i usprawnieniu procesów oraz większemu wykorzystaniu wspólnych zasobów marki te mogą znacząco zwiększyć ogólną efektywność, tworząc tym samym przestrzeń dla skoordynowanego i zrównoważonego rozwoju najlepszych w swojej klasie produktów w odpowiednich segmentach rynku.