

Anspruchsvolles Halbjahr – Audi Neuaufstellung nimmt Tempo auf

- **CFO Jürgen Rittersberger: „Zölle und Aufwendungen für die Restrukturierung von Audi beeinflussen die finanzielle Performance im ersten Halbjahr. Die Zahlen unterstreichen erneut, wie notwendig die eingeleitete Transformation ist.“**
- **CEO Gernot Döllner: „Die Erneuerung unseres Portfolios ist ein wichtiger Teil der fundamentalen Neuaufstellung von Audi.“**
- **Umsatzerlöse liegen bei 32,6 Milliarden Euro, Operatives Ergebnis beträgt 1,1 Milliarden Euro, Netto-Cashflow beläuft sich auf 0,9 Milliarden Euro**

Ingolstadt, 28. Juli 2025 – Das erste Halbjahr 2025 war vor allem geprägt durch US-Zölle sowie Restrukturierungsaufwendungen im Rahmen der Transformation des Unternehmens. Die Umsatzerlöse lagen in den ersten sechs Monaten des Jahres 2025 bei rund 32,6 Milliarden Euro und damit um 5,3 Prozent über dem Vorjahreswert. Das Operative Ergebnis betrug rund 1,1 Milliarden Euro. Der Netto-Cashflow belief sich auf 0,9 Milliarden Euro. Insgesamt lieferte der Audi Konzern* im ersten Halbjahr rund 794.000 Fahrzeuge aus, was einem Rückgang von knapp sechs Prozent entspricht. Demgegenüber erreichten die Auslieferungen der vollelektrischen Fahrzeuge der Marke Audi einen starken Zuwachs von 32 Prozent. Gleichzeitig ist die Modellinitiative von Audi in voller Fahrt und wird jetzt sukzessive volumenwirksam.

„Die Lage bleibt sehr anspruchsvoll. Neben der hohen Wettbewerbsintensität beeinflussen die drastisch erhöhten US-Importzölle und Aufwendungen für die Restrukturierung von Audi die finanzielle Performance im ersten Halbjahr. Darüber hinaus führte ein unsicheres Förderumfeld im BEV-Segment zu einer gewissen Kaufzurückhaltung in einigen Märkten. Zeitgleich stemmen wir die größte Transformation in der Unternehmensgeschichte“, sagt Audi CFO Jürgen Rittersberger. „Unser finanzielles Ergebnis macht deutlich, wie notwendig die eingeleitete Transformation ist. Zudem setzen wir auf unser Performance Programm, mit dem wir notwendige Mittel freispielen und unsere Profitabilität nachhaltig steigern.“

Der global herausfordernden Lage begegnet Audi mit der laufenden Modelloffensive: Ende des Jahres wird das Unternehmen das jüngste Portfolio im Premiumsegment anbieten. So stellt Audi allein im Bereich der Plug-in-Hybride bis Ende 2025 zehn neue Modelle vor. „Die Erneuerung unseres Portfolios ist ein wichtiger Teil der fundamentalen Neuaufstellung unseres Unternehmens. Wir stellen das Unternehmen aber nicht nur beim Modellportfolio neu auf. Mit der Zukunftsvereinbarung setzen wir ein deutliches Zeichen für mehr Fokussierung, Effizienz und Wirtschaftlichkeit und stärken die Zukunftsfähigkeit der deutschen Standorte“, sagt Audi CEO Gernot Döllner.

Mit Blick auf die jüngsten Auszeichnungen für Audi wie den AutomotiveINNOVATIONS Award 2025 als innovationsstärkste Premiummarke, ergänzt Gernot Döllner: „Die Auszeichnung zeigt die Innovationskraft unseres Unternehmens und ist ein Ansporn für das gesamte Team.“ Um die Position im globalen Wettbewerb zu stärken, geht das Unternehmen auch in puncto Partnerschaften konsequent neue Wege – beispielsweise in China mit der neuen [Schwestermarke AUDI](#) und global durch die Zusammenarbeit im Bereich Software mit dem US-amerikanischen E-Auto-Hersteller Rivian. Das Joint-Venture mit dem Automobilhersteller entwickelt Software-Defined-Vehicle-Architekturen (SDV) der nächsten Generation.

Auslieferungen im Überblick

Im ersten Halbjahr 2025 lieferte die Markengruppe Progressive 794.088 (-5,9 Prozent) Automobile der Marken Audi, Bentley und Lamborghini sowie 30.234 (-5,7 Prozent) Motorräder der Marke Ducati aus.

Die Elektro-Offensive von Audi nimmt dabei weiter Fahrt auf: Die Premiummarke verzeichnete im ersten Halbjahr 2025 mit mehr als 101.000 weltweit übergebenen vollelektrischen Automobilen einen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum starken Zuwachs (+32 Prozent). Dabei waren die batterieelektrischen Modelle (BEV) insbesondere in Frankreich (+196 Prozent), den Niederlanden (+86 Prozent) und im Heimatmarkt Deutschland (+76 Prozent) beliebt. Besonders gefragt im BEV-Segment: der [Audi Q4 e-tron](#) mit rund 45.000 Auslieferungen und der [Audi Q6 e-tron](#) mit rund 36.000 Einheiten.

Insgesamt übergab die Marke Audi im ersten Halbjahr 783.531 Fahrzeuge aller Antriebsarten an Kundinnen und Kunden, was einem Rückgang von 5,9 Prozent entspricht. Gründe sind vor allem herausfordernde wirtschaftliche Rahmenbedingungen und die derzeitige US-Zollsituation.

Gleichzeitig sorgten die Auftragseingänge der vollelektrischen Modelle mit einer erheblichen Steigerung von 70 Prozent in Westeuropa für Aufwind. Über alle Antriebsarten hinweg wuchsen die Auftragseingänge in Westeuropa im ersten Halbjahr um 11 Prozent.

Europa

In Europa (ohne Deutschland) legten die vollelektrischen Modelle mit mehr als 53.000 Einheiten (+46 Prozent) stark zu. Insgesamt übergab Audi in der Region rund 232.000 Fahrzeuge in Kundenhand (-4 Prozent).

Im Heimatmarkt Deutschland war der Anstieg bei den E-Modellen mit knapp 21.000 ausgelieferten Fahrzeugen (+76 Prozent) besonders deutlich. Audi verzeichnete insgesamt in Deutschland mit mehr als 103.000 Auslieferungen ein leichtes Plus (+1 Prozent).

China

In China lieferte Audi knapp 288.000 Fahrzeuge aus. Dieser Rückgang (-10 Prozent) lässt sich unter anderem mit der weiter sehr intensiven Wettbewerbssituation im Markt erklären. In der zweiten Jahreshälfte 2025 wird Audi seine [Produktoffensive in China](#) mit den Markteinführungen mehrerer neuer Modelle weiter voranbringen, darunter der AUDI E5 Sportback, der Audi Q6L e-tron sowie die Modelle Audi A5L und A5L Sportback.

Nordamerika

In der Region Nordamerika (ohne Mexiko) verzeichnet Audi bei den vollelektrischen Modellen mit rund 13.000 Auslieferungen ein leichtes Minus (-4 Prozent). Insgesamt wurden rund 99.000 Fahrzeuge ausgeliefert (-9 Prozent). Diese Entwicklung ist auf das anspruchsvolle wirtschaftliche Umfeld sowie die nachgelagerte Wirksamkeit der aktuellen Modelloffensive in dieser Vertriebsregion zurückzuführen.

Finanzielle Performance der Markengruppe im ersten Halbjahr

Im Vergleich zum Vorjahr stiegen die Umsatzerlöse der Markengruppe Progressive um 5,3 Prozent auf 32.573 Millionen Euro. Positiv wirkte sich dabei im ersten Halbjahr 2025 ein höherer Anteil an vollelektrischen Fahrzeugen am Gesamtabsatz aus.

Beim Operativen Ergebnis erreichte der Audi Konzern in den ersten sechs Monaten des Jahres 1.087 (H1 2024: 1.982) Millionen Euro. Die Operative Umsatzrendite betrug 3,3 (H1 2024: 6,4) Prozent.

„Das Operative Ergebnis wird vor allem durch Transformationsmaßnahmen wie unsere Zukunftsvereinbarung belastet. Hinzu kommen Belastungen im Zusammenhang mit der US-Zollthematik“, sagt Rittersberger. Mit der [Zukunftsvereinbarung](#) richtet die AUDI AG ihre Teamaufstellung fokussiert und konsequent an den Anforderungen der Zukunft aus. Mittelfristig plant das Unternehmen, mehr als eine Milliarde Euro jährlich einzusparen.

Bentley, Lamborghini und Ducati im Überblick

Als Teil der Markengruppe Progressive trugen Bentley, Lamborghini und Ducati weiterhin positiv zur finanziellen Performance bei.

Bentley lieferte 4.876 Fahrzeuge aus, ein Minus von 11 Prozent. Dies resultierte in Umsatzerlösen von 1.176 (H1 2024: 1.388) Millionen Euro. Das Operative Ergebnis betrug 81 (H1 2024: 261) Millionen Euro, die Operative Umsatzrendite belief sich auf 6,9 Prozent. Vor einigen Wochen gab die britische Luxusmarke einen Ausblick auf das überarbeitete Markenzeichen und präsentierte ein vollelektrisches Konzeptfahrzeug im neuen Design.

Die Auslieferungen der Marke Lamborghini halten sich im ersten Halbjahr mit 5.681 Autos (H1 2024: 5.558) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf einem konstanten Niveau. Die Umsatzerlöse sind mit 1.621 (H1 2024: 1.621) Millionen Euro ebenso stabil.

Das Operative Ergebnis war bei 431 (H1 2024: 458) Millionen Euro etwas schwächer, die Operative Umsatzrendite liegt bei weiterhin starken 26,6 (H1 2024: 28,2) Prozent.

Ducati lieferte in den ersten sechs Monaten 30.234 Motorräder aus (H1 2024: 32.065), ein Minus von 5,7 Prozent gegenüber dem Vergleichszeitraum im Vorjahr. Die Umsatzerlöse beliefen sich auf 558 (H1 2024: 606) Millionen Euro. Das Operative Ergebnis ging auf 53 (H1 2024: 92) Millionen Euro zurück. Die Operative Umsatzrendite lag bei 9,5 (H1 2024: 15,1) Prozent.

Finanzergebnis und Ergebnis nach Steuern

Das Finanzergebnis des Audi Konzerns gab um 24,3 Prozent nach auf 593 (H1 2024: 783) Millionen Euro. Das im Finanzergebnis enthaltene China-Geschäft des Audi Konzerns erreichte zum Abschluss des ersten Halbjahres 279 (H1 2024: 338) Millionen Euro und war vor allem von der intensiven Wettbewerbssituation im chinesischen Markt geprägt.

Das Ergebnis nach Steuern des Audi Konzerns lag nach den ersten sechs Monaten des Jahres bei 1.346 (H1 2024: 2.154) Millionen Euro und gab damit im Halbjahresvergleich um 37,5 Prozent nach.

Netto-Cashflow

Der Netto-Cashflow erreichte im ersten Halbjahr 0,9 Milliarden Euro gegenüber 1,1 Milliarden Euro im Vorjahreszeitraum. Hier wirkten sich vor allem das geringere Ergebnissniveau sowie die im ersten Quartal getätigte Akquisition der restlichen Anteile an der Sauber Holding AG aus. Das Working Capital hat sich demgegenüber im Jahresvergleich verbessert und wirkte positiv auf den Netto-Cashflow.

Prognose für 2025

Angesichts der aktuellen Marktentwicklung, der Zollsituation in den USA sowie der Restrukturierungsaufwendungen im Zusammenhang mit der Audi Zukunftsvereinbarung hat das Unternehmen seine Prognose angepasst. Für das Geschäftsjahr 2025 rechnet der Audi Vorstand damit, dass sich die wichtigsten Kennzahlen wie folgt entwickeln: Die Umsatzerlöse sollen sich auf 65 bis 70 Milliarden Euro belaufen. Die operative Umsatzrendite wird nun in einer Spanne von 5 bis 7 Prozent erwartet. Der Audi Konzern rechnet mit einem Netto-Cashflow im Bereich von 2,5 bis 3,5 Milliarden Euro. Die Auswirkungen der gerade erreichten Zolleinigung zwischen USA und EU sind aktuell in Bewertung.

Weitere Informationen finden Sie im [Quarterly Update und Fact Pack zum ersten Halbjahr 2025](#).

Ausgewählte Kennzahlen des Audi Konzerns im Überblick

	1. Halbjahr 2025	1. Halbjahr 2024
Auslieferungen Automobile Markengruppe	794.088	843.991
Auslieferungen Marke Audi	783.531	832.957
Umsatzerlöse in Millionen Euro	32.573	30.939
Operatives Ergebnis in Millionen Euro	1.087	1.982
Operative Umsatzrendite in Prozent	3,3	6,4
Netto-Cashflow in Millionen Euro	904	1.130
Finanzergebnis in Millionen Euro	593	783
Ergebnis nach Steuern in Millionen Euro	1.346	2.154

Auslieferungen an Kundinnen und Kunden der Marke Audi

	HJ 1 2025 gesamt	Abw. vs. HJ 1 2024 gesamt in %	HJ 1 2025 BEV	Abw. Vs. HJ 1 2024 BEV in %
Welt	783.531	-5,9	101.381	+32,3
Europa (exkl. Deutschland)	231.505	-4,0	53.416	+45,6
Deutschland	103.273	+0,7	20.505	+76,2
Nordamerika (exkl. Mexiko)	98.712	-9,0	12.958	-4,2
China (inkl. Hongkong)	287.600	-10,2	7.897	-23,5
Übersee und Wachstumsmärkte	62.441	+3,2	6.608	+47,4

*Die Markengruppe Progressive beschreibt den Audi Konzern mit den Marken Audi, Bentley, Lamborghini und Ducati. Im Folgenden werden die Begriffe „Audi Konzern“, „Markengruppe Progressive“ sowie „Markengruppe“ synonym verwendet.

Kommunikation Unternehmen

Tobias Vogl

Pressesprecher für Finanz und IT

Telefon: +49 152 58832558

E-Mail: tobias1.vogl@audi.de

www.audi-mediacyenter.com



Der Audi Konzern ist einer der erfolgreichsten Hersteller von Automobilen und Motorrädern im Premium- und Luxussegment. Die Marken Audi, Bentley, Lamborghini und Ducati produzieren an 21 Standorten in 12 Ländern. Audi und seine Partner sind weltweit in mehr als 100 Märkten präsent.

2024 hat der Audi Konzern rund 1,7 Millionen Automobile der Marke Audi, 10.643 Fahrzeuge der Marke Bentley, 10.687 Automobile der Marke Lamborghini und 54.495 Motorräder der Marke Ducati an Kundinnen und Kunden ausgeliefert. Im Geschäftsjahr 2024 erzielte der Audi Konzern bei einem Umsatz von €64,5 Mrd. ein Operatives Ergebnis von €3,9 Mrd. Zum Stichtag 31. Dezember arbeiteten weltweit mehr als 88.000 Menschen für den Audi Konzern, davon mehr als 55.000 bei der AUDI AG in Deutschland. Mit seinen attraktiven Marken sowie einer Vielzahl neuer Modelle setzt das Unternehmen den Weg zum Anbieter nachhaltiger, vollverbundener Premiummobilität konsequent fort.
