



Audi

Corporate Responsibility Report 2012

webversion

Über diesen Bericht

Mit der Veröffentlichung des Corporate Responsibility Reports 2012 stellen wir externen und internen Stakeholdern sowie der interessierten Öffentlichkeit erstmals umfassend unsere Leistungen im Bereich Corporate Responsibility (CR) dar. Im Februar 2012 ist die AUDI AG als Zeichen ihrer unternehmerischen Verantwortung dem UN Global Compact beigetreten. Unsere erste Fortschrittsmitteilung bezüglich der zehn Prinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung ist in diesen Bericht integriert.

Der vollständige Audi Corporate Responsibility Report 2012 ist online unter www.audi.de/cr-report2012 in deutscher und englischer Sprache abrufbar. Die Printbroschüre ist ebenfalls in deutscher und englischer Sprache verfügbar und kann online über ein Formular bestellt werden.

Berichtszeitraum und -inhalte

Der Berichtszeitraum des Audi Corporate Responsibility Reports 2012 erstreckt sich vom 1. Januar bis 31. Dezember 2012. Ergänzende Informationen zu wesentlichen Aktivitäten, die vor und nach dem Berichtszeitraum bis zum Redaktionsschluss im März 2013 durchgeführt wurden, sind ebenfalls enthalten. Alle Angaben beziehen sich auf den Audi Konzern. Sofern nur einzelne Gesellschaften, Standorte oder Marken angesprochen sind, ist dies entsprechend vermerkt.

Die Strategie zu Corporate Responsibility wird operativ in fünf Kernthemen umgesetzt, die sich in der Struktur des Berichts wiederfinden: Wirtschaften, Produkt, Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft. Zu jedem dieser Kernthemen werden Informationen in Bezug auf den strategischen Ansatz, Maßnahmen, Ziele und die Zielerreichung aufgeführt. Die Auswahl der Berichtsinhalte orientiert sich am Prinzip der Wesentlichkeit, das durch das im Jahr 2012 neu eingeführte Stakeholder-Management und die daraus resultierende Materialitätsmatrix dokumentiert wird. Der Datenteil enthält zudem wichtige Kennzahlen, die für den Zeitraum von 2010 bis 2012 ausgewiesen sind und in der Regel über fachspezifische Datenmanagementsysteme der Geschäftsbereiche erhoben werden.

Der Bericht stimmt mit den G3.1-Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) überein und berücksichtigt das automobilspezifische Automotive Sector Supplement (Pilotversion 1.0). Die Anwendungsebene B+ ist durch den GRI Application Level Check bestätigt. Zudem fand eine unabhängige Prüfung durch die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers statt.

Berichtszyklus

Der Audi Corporate Responsibility Report erscheint in vollständiger Überarbeitung im zweijährlichen Rhythmus. Der nächste Bericht wird im ersten Halbjahr 2015 veröffentlicht. Eine Aktualisierung der wesentlichen Kennzahlen für das Jahr 2013 erfolgt im ersten Halbjahr 2014.

Kontakt

Bei Fragen oder Anmerkungen können sich interessierte Leser über die E-Mail-Adresse cr@audi.de an Dr. Peter F. Tropschuh, Leiter Corporate Responsibility der AUDI AG, wenden.

Redaktioneller Hinweis

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in der Regel nur die männliche Sprachform verwendet. Selbstverständlich werden damit beide Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

Über diesen Bericht	2
Vorwort	4
Über Audi	6
	
Strategie	8
Wir leben Verantwortung	
01	
Wirtschaften	18
Werte schaffen durch verantwortungsvolles Handeln	
02	
Produkt	32
Die technischen und ökologischen Anforderungen steigen	
03	
Umwelt	46
Umweltschutz über die gesetzlichen Anforderungen hinaus	
04	
Mitarbeiter	60
Mitarbeiter sind das wertvollste Kapital eines Unternehmens	
05	
Gesellschaft	78
An den Standorten die Lebensqualität erhöhen	
	
Daten	93

Die Verbrauchs- und Emissionsangaben der im Bericht genannten Fahrzeuge sind auf Seite 112 zu finden.



Prof. Rupert Stadler
Vorsitzender des Vorstands



Luca de Meo
Marketing und Vertrieb



Dr. Frank Dreves
Produktion

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

Zukunftsforscher bezeichnen Nachhaltigkeit gerne als einen „Megatrend“. Wir glauben allerdings, dass eine so wichtige Generationenaufgabe nicht als Modeerscheinung gewertet werden darf. Es geht nicht allein um Lebensqualität, sondern auch darum, durch langfristiges Denken und Handeln die Grundlage unserer Gesellschaft zu sichern – und damit auch unsere Geschäftsgrundlage als Automobilunternehmen. Es liegt in unserem ureigenen Interesse, dass Autofahren gesellschaftlich akzeptabel und im Alltag praktikabel bleibt. Individuelle Mobilität hat sich zu einem unverzichtbaren Taktgeber unseres Lebens entwickelt. Deshalb werden wir sie so gestalten, dass sie den strengen Anforderungen der Nachhaltigkeit gerecht wird.

Mit diesem Corporate Responsibility Report für das Geschäftsjahr 2012 stellen wir erstmals volle Transparenz über die Ziele und Aktivitäten der AUDI AG und ihrer Tochtergesellschaften zur Nachhaltigkeit her. Zur Transparenz gehört auch, dass wir Sie hier nicht nur über Fortschritte informieren wollen, sondern auch über bevorstehende Herausforderungen. Unsere Mitarbeiter und wir sehen uns in der Verantwortung, nicht nur ökonomisch, sondern auch ökologisch und sozial eine Führungsrolle einzunehmen. Deshalb haben wir in unserer Unternehmensstrategie auch den Leitsatz „Wir leben Verantwortung“ verankert und Nachhaltigkeit in Produkten und Prozessen als Fundament unseres Wirtschaftens etabliert. Wir sind überzeugt: Nachhaltigen Erfolg erreichen wir nur mit nachhaltigem Handeln.

Weil wir uns als aktiven Teil der Gesellschaft verstehen, wollen wir uns messen lassen. Wie weit gelingt es uns von Jahr zu Jahr, ökonomische, ökologische und gesellschaftliche Belange noch besser miteinander zu vereinen? Wichtige Kennzahlen sind dabei unter anderem der Flottenverbrauch unserer Automobile und deren CO₂-Emissionen sowie der Umgang mit anderen natürlichen Ressourcen.

Seit Februar 2012 ist die AUDI AG Mitglied im Global Compact der Vereinten Nationen und bekennt sich zu dessen zehn Prinzipien in puncto Umweltschutz, Menschenrechte, Arbeitsrechte und Antikorruption. Als erste Premiummarke haben wir außerdem vor mehr als 15 Jahren das zertifizierte Umweltmanagementsystem EMAS der Europäischen Union eingeführt und weisen seither unsere gesteigerte Ressourceneffizienz nach. Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht gibt Rechenschaft über die Fortschritte des abgelaufenen Jahres. Am Anfang jedes Kapitels finden Sie Stimmen verschiedenster Interessengruppen zu den fünf Kernthemen, die wir uns auf die Agenda geschrieben haben. Ausgangspunkt dafür war ein Stakeholder-Forum im November 2012, zu dem wir 60 Vertreter wichtiger gesellschaftlicher Gruppen an unseren Hauptsitz nach Ingolstadt eingeladen hatten.



Wolfgang Dürheimer
Technische Entwicklung



Dr. Bernd Martens
Beschaffung



Prof. h. c. Thomas Sigi
Personal- und Sozialwesen




Axel Strotbek
Finanz und Organisation

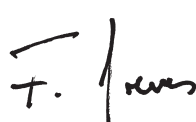
Unser erklärtes Ziel ist, auch künftigen Generationen eine lebenswerte Zukunft zu bewahren. Wir sind überzeugt, dass wir ganz im Sinne von „Vorsprung durch Technik“ zentrale Fragen der Ressourceneffizienz und des nachhaltigen Wirtschaftens lösen werden. Unsere Gremien haben wir angewiesen, künftige Entscheidungen zu Produkten und Prozessen noch stärker auf ihre Verträglichkeit mit Umwelt und Gesellschaft zu prüfen.


Wir bedanken uns für Ihr Interesse an dieser Publikation und wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre. Gleichzeitig sprechen wir an Sie die herzliche Einladung aus: Führen Sie mit uns einen Dialog über die Welt von morgen!

Im Mai 2013
Der Vorstand der AUDI AG


Prof. Rupert Stadler


Luca de Meo


Dr. Frank Dreves


Wolfgang Dürheimer


Dr. Bernd Martens


Prof. h. c. Thomas Sigi


Axel Strotbek

Produktionsstandorte

Neckarsulm/Deutschland

AUDI AG, quattro GmbH

- ▶ A4 Limousine
- ▶ A5 Cabriolet
- ▶ S5 Cabriolet
- ▶ RS5 Cabriolet
- ▶ A6 Limousine
- ▶ A6 Avant
- ▶ A6 allroad quattro
- ▶ A6 hybrid
- ▶ S6 Limousine
- ▶ S6 Avant
- ▶ RS6 Avant
- ▶ A7 Sportback
- ▶ S7 Sportback
- ▶ A8
- ▶ A8 L
- ▶ A8 hybrid
- ▶ A8 L hybrid
- ▶ S8
- ▶ R8 Coupé
- ▶ R8 Spyder

Ingolstadt/Deutschland

AUDI AG

- ▶ A3
- ▶ A3 Sportback
- ▶ A4 Limousine
- ▶ A4 Avant
- ▶ A4 allroad quattro
- ▶ S4 Limousine
- ▶ S4 Avant
- ▶ RS4 Avant
- ▶ A5 Sportback
- ▶ A5 Coupé
- ▶ S5 Sportback
- ▶ S5 Coupé
- ▶ RS5 Coupé
- ▶ Q5
- ▶ Q5 hybrid quattro
- ▶ SQ5 TDI

Brüssel/Belgien

AUDI BRUSSELS S.A./N.V.

- ▶ A1
- ▶ A1 Sportback

Martorell/Spanien

SEAT, S.A.

- ▶ Q3

Sant'Agata Bolognese/Italien

Automobili Lamborghini S.p.A.

- ▶ Gallardo Coupé
- ▶ Gallardo Spyder
- ▶ Aventador Coupé
- ▶ Aventador Roadster

Bologna/Italien

DUCATI MOTOR HOLDING S.P.A.

- ▶ Diavel
- ▶ Hypermotard
- ▶ Monster
- ▶ Multistrada
- ▶ Streetfighter
- ▶ Superbike

Über Audi

Geschäftsbereiche und wesentliche Märkte

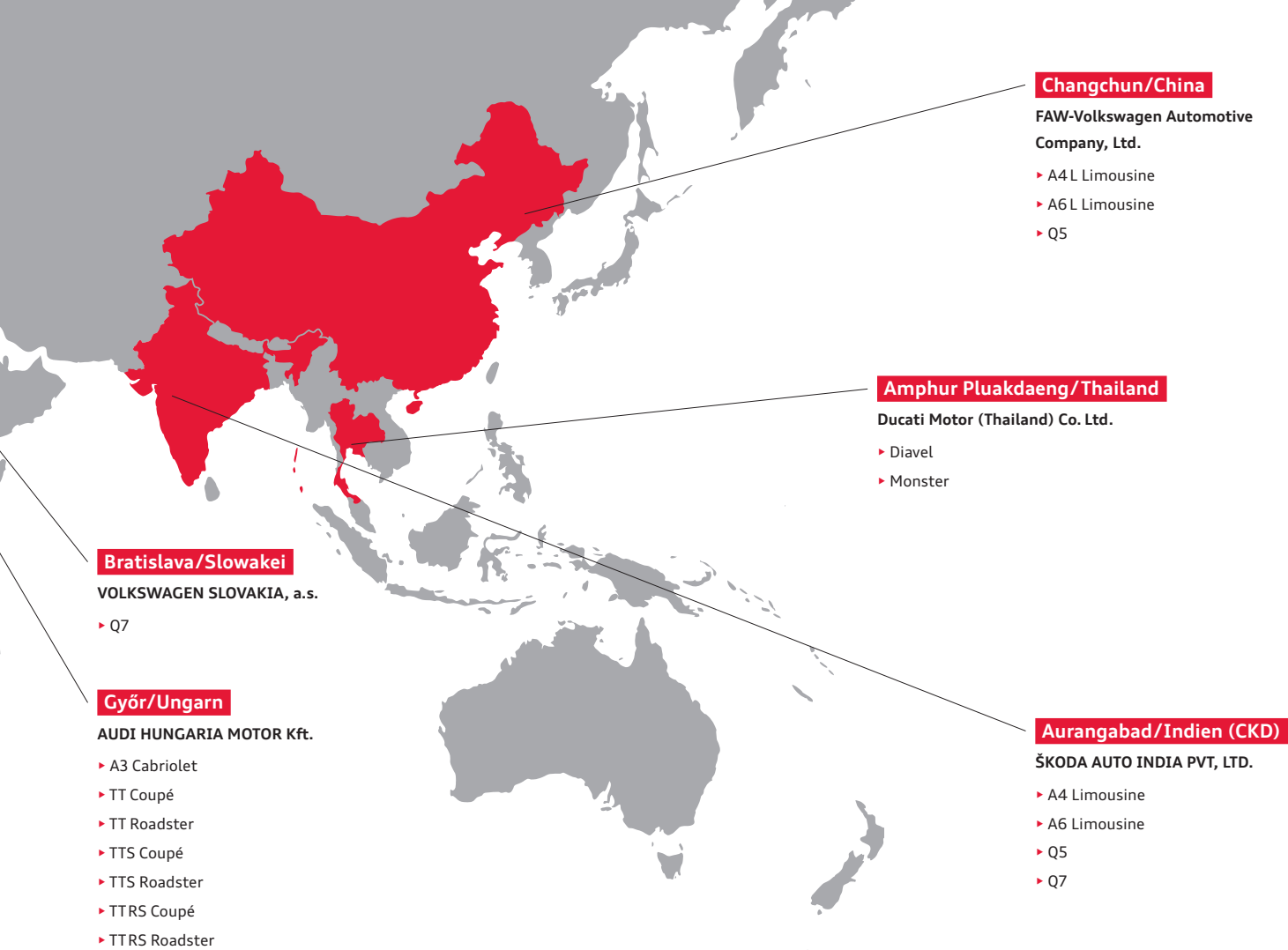
Der Audi Konzern zählt mit den Marken Audi und Lamborghini zu den international führenden Automobilherstellern im Premium- und Supersportwagensegment. Durch die Akquisition der DUCATI MOTOR HOLDING S.P.A. und ihrer Tochtergesellschaften wurde die Angebotspalette im Jahr 2012 um Motorräder erweitert. Darüber hinaus entwickelt und fertigt der Audi Konzern an seinem ungarischen Standort Győr Motoren für die Marke Audi, weitere Gesellschaften des Volkswagen Konzerns sowie für Dritte. Über seine Vertriebsgesellschaften liefert Audi zudem andere Marken des Volkswagen Konzerns aus. Den Kern des Unternehmens bildet die Marke Audi. Im Jahr 2012 wurden insgesamt 1.455.123 Audi Modelle ausgeliefert, was einem Anstieg von 11,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Mit 739.030 Einheiten wurden dabei mehr als 50 Prozent der Fahrzeuge in Europa verkauft, davon 263.163 auf dem Heimatmarkt Deutschland. China (inkl. Hongkong) war mit 405.838 ausgelieferten Fahrzeugen bereits zum zweiten Mal in Folge der größte Absatzmarkt der Marke Audi.

Wirtschaftliche Entwicklung

Der Audi Konzern steigerte die Umsatzerlöse im Jahr 2012 um 10,6 Prozent auf 48.771 Mio. EUR. Die Aufwendungen erhöhten sich vor allem im Zuge der Volumensteigerung, aber auch infolge der Einführung zahlreicher neuer Modelle und der Realisierung strategischer Marktentwicklungsprogramme. So erreichte der Audi Konzern ein Operatives Ergebnis in Höhe von 5.380 Mio. EUR und eine Operative Umsatzrendite von 11,0 Prozent. Für den Zeitraum 2013 bis 2015 plant der Audi Konzern Investitionen in Höhe von insgesamt rund 11 Mrd. EUR. Aktuell wird der Standort Győr (Ungarn) erweitert, ab 2013 wird das Unternehmen auch in Foshan (China) sowie ab 2016 in San José Chiapa (Mexiko) produzieren. Dabei bleibt Deutschland für Audi der wichtigste Produktionsstandort. Von den mehr als 68.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Audi Konzerns waren im Jahr 2012 rund 50.000 an den beiden deutschen Standorten in Ingolstadt und Neckarsulm beschäftigt.

Eigentümerstruktur und Standorte

Mit rund 99,55 Prozent des Aktienkapitals ist die Volkswagen AG der größte Anteilseigner der AUDI AG. Sowohl zwischen der Volkswagen AG und der AUDI AG als auch zwischen der AUDI AG und ihren wesentlichen inländischen Tochtergesellschaften bestehen Beherrschungs- und Gewinnabführungsverträge. Die Zentrale des Audi Konzerns liegt in Ingolstadt, wo sich neben der Technischen Entwicklung, dem Vertrieb und der Verwaltung auch ein Großteil der Produktion befindet. Der zweite deutsche Produktionsstandort in Neckarsulm beherbergt neben der Fertigung auch das Entwicklungszentrum für den Leichtbau. Insgesamt produziert der Audi Konzern an elf Standorten in neun Ländern.



Nachhaltigkeit des Geschäftsmodells

Qualitatives Wachstum steht bei Audi als strategisches Unternehmensziel im Vordergrund und ist nach unserer Überzeugung nur durch verantwortungsvolles Handeln zu erreichen. Daher wurde im Jahr 2011 das Handlungsfeld „Wir leben Verantwortung“ als eine von vier Säulen in der Unternehmensstrategie 2020 verankert. Die operative Umsetzung erfolgt mithilfe von fünf Kernthemen: Wirtschaften, Produkt, Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft. Anfang 2013 haben wir den Nachhaltigkeitsaspekt nochmals verstärkt und das Thema „Nachhaltigkeit in Produkten und Prozessen“ als Basisanforderung für unsere strategischen Zielsetzungen definiert. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf der Vermeidung bzw. Reduzierung von CO₂-Emissionen. Die ganzheitliche CO₂-neutrale Mobilität im Sinne einer Cradle-to-Cradle-Betrachtung ist für uns eine Vision, die wir Schritt für Schritt verfolgen: bei der Beschaffung, bei der Produktion, in der Nutzungsphase und bei der Entsorgung der Fahrzeuge. Darüber hinaus engagieren wir uns in der Erzeugung alternativer CO₂-neutraler Kraftstoffe ohne Verwendung von Biomasse.

Einen ausführlichen Überblick über die Produktionsstandorte und wesentlichen Konzerngesellschaften bietet der Audi Geschäftsbericht 2012 auf den Seiten 140 ff. bzw. 267.

Eine ausführliche Darstellung der wirtschaftlichen Entwicklung finden Sie im Audi Geschäftsbericht 2012.

Auslieferungen des Audi Konzerns nach Segmenten und Marken	2011	2012
Segment Automobile	1.512.014	1.634.312
Marke Audi	1.302.659	1.455.123
Marke Lamborghini	1.602	2.083
Sonstige Marken des Volkswagen Konzerns	207.753	177.106
Segment Motorräder	–	16.786
Marke Ducati	–	16.786

**»Automobil-
unternehmen
müssen sich
dem Thema
Nachhaltigkeit
stellen.«**

CR-Experte



Strategie

**»Für Audi
wird es erfolgskritisch sein,
ob zu Zukunftsfragen eine
eigene Haltung
entwickelt
wird.«**

Mitarbeiter von Audi

Wir leben Verantwortung

Corporate Responsibility gehört seit Langem zum Audi Selbstverständnis. Das belegen Fülle und Bandbreite der Projekte, die wir zum Teil seit Jahrzehnten konzernweit verfolgen.

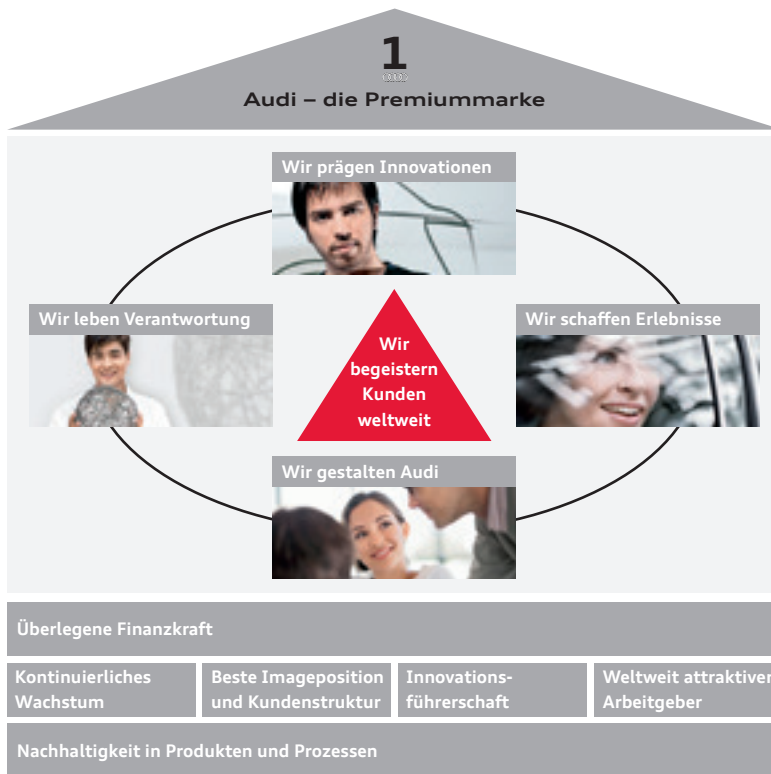
Im Jahr 2011 haben wir Nachhaltigkeit als eines von vier Handlungsfeldern in der Strategie 2020 „Audi – die Premiummarke“ verankert – unter dem Motto „Wir leben Verantwortung“. Das Handlungsfeld bezieht sich auf die drei Säulen der Nachhaltigkeit: Gesellschaft, Ökologie und Ökonomie. Seitdem wurde die Strategie weiter verfeinert und unter anderem um das Unternehmensziel „Nachhaltigkeit in Produkten und Prozessen“ ergänzt. Der Anspruch, über die gesamte Wertschöpfungskette alle Produkte und Prozesse nachhaltig zu gestalten, ist damit zur Basisanforderung geworden. Im Zuge dessen haben wir eine Bestandsaufnahme der Programme und Maßnahmen durchgeführt, sie strukturiert und strategisch ausgerichtet. Die Organisationseinheit Corporate Responsibility bündelt konzernweit alle Aktivitäten zum Thema Nachhaltigkeit.

Die Strategie 2020 der Marke Audi

Vision

Mission

Ziele



Kernthemen der Audi CR-Strategie

Wir haben fünf Kernthemen definiert, um die strategische Mission der Nachhaltigkeit operativ im Unternehmen umzusetzen:

- ▶ verantwortungsvolles Wirtschaften
- ▶ Produktverantwortung
- ▶ Umweltschutz
- ▶ Verantwortung gegenüber Mitarbeitern
- ▶ Verantwortung gegenüber der Gesellschaft

Unsere Ziele für diese fünf Kernthemen und die Projekte und Maßnahmen, mit denen wir sie erreichen wollen, dokumentieren wir erstmals in diesem Bericht. Künftig werden wir jährlich über unsere Fortschritte informieren, wobei der CR-Report im zweijährlichen Turnus erscheinen wird. Zwischenjährige Aktualisierungen der Kennzahlen erfolgen online. Es ist unser Anspruch – auch über den CR-Report hinaus –, internen und externen Anspruchsgruppen gegenüber transparent zu kommunizieren.



Audi will den Vorsprung ausbauen, mit einer klaren Grundhaltung – auch im Bereich der Nachhaltigkeit.

Leitplanken für unser Handeln

Unsere Entscheidungen fällen wir unter Berücksichtigung ökonomischer, ökologischer und gesellschaftlicher Aspekte. Dabei orientieren wir uns an unseren internen Leitlinien und Kodizes, wie beispielsweise dem Audi Code of Conduct, der Compliance-Richtlinie des Audi Vorstands und zahlreichen Betriebsvereinbarungen. Im Februar 2012 ist die AUDI AG dem Global Compact der Vereinten Nationen beigetreten. Der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte, den Prinzipien der Internationalen Arbeitsorganisation (International Labor Organization, ILO) sowie der OECD, den Grundsätzen der Erklärung von Rio zu Umwelt und Entwicklung und der UN-Konvention gegen Korruption fühlen wir uns verpflichtet und handeln entsprechend.

Nachhaltigkeit messen

Der Audi Konzern hat 2012 am renommierten oekom research Rating teilgenommen. Dabei wurde das Unternehmen für sein überdurchschnittliches Engagement in Bezug auf Sozial- und Umweltverträglichkeit mit dem „Corporate Responsibility Prime-Status“ ausgezeichnet (oekom Industry Report Automobile, München, Januar 2013). Die Erkenntnisse aus dem Nachhaltigkeitsrating fließen in die Leitlinien und Aktivitäten zur Stärkung unserer Unternehmensverantwortung ein.



#003

CR-Programm: Unsere Ziele und Maßnahmen

Das Audi CR-Programm verbindet unsere CR-Maßnahmen mit den Zielen des Unternehmens. Der Erfüllungsgrad einer Maßnahme bezieht sich jeweils auf den Zeitpunkt des Redaktionsschlusses (März 2013).

Ziel	Maßnahme	Termin	Erfüllungsgrad
Wirtschaften			
Verbesserung der Berichtstiefe und Erhöhung der Transparenz	▶ Verbesserung der GRI-Anwendungsebene für den CR-Report von B+ auf A+	2015	
Ausbau des systematischen Stakeholder-Dialogs an den internationalen Standorten	▶ Entwicklung von Dialogformaten, die weltweit zum Einsatz kommen	2014	
Vermeidung von Korruption	▶ Beratung und Schulung in allen Unternehmensbereichen	laufend	
Umsetzung wesentlicher Compliance-Themen in Beteiligungsgesellschaften	▶ In Abstimmung mit dem Management der Beteiligungsgesellschaften werden Mitarbeiter der jeweiligen Gesellschaft zu den Themen „Code of Conduct“ und „Antikorruption“ informiert.	2014, danach laufend	
Sensibilisierung der Mitarbeiter zum Thema Kartellrecht	▶ Präsenzs Schulungen erfolgen in allen relevanten Unternehmensbereichen	laufend	
Investitionen für Innovationen, neue Technologien und den Ausbau der Fertigungsstrukturen	▶ Investition von 11 Mrd. EUR (2013–2015)	2015	neues Ziel
Produkt			
Reduzierung der CO ₂ -Emissionen der Audi Neuwagenflotte um 25 % (Basisjahr 2008)	▶ Verbrauchsreduzierung durch den Einsatz des Modularen Effizienzbaustens	2016	
deutliche Senkung des Kraftstoffverbrauchs in jedem neuen Fahrzeug gegenüber dem Vorgängermodell	▶ Erweiterung des Angebots an Audi Modellen als Verbrauchsleader in jedem Fahrzeugsegment	2016	
Erweiterung des Angebots um Erdgas-Antriebskonzeptel	▶ Serieneinsatz des A3 g-tron mit 1.4 TCNG-Motor für den Einsatz mit Erdgas, Biomethan und Audi e-gas	2013	
Erweiterung des Angebots elektrifizierter Antriebskonzepte unter der Dachmarke e-tron	▶ Produktionsstart des A3 e-tron als Plug-in-Hybrid	2013	
Entwicklung und Herstellung von CO ₂ -neutralen Kraftstoffen aus regenerativen Energiequellen zur Reduzierung der Treibhausgasemissionen	▶ Inbetriebnahme einer Methanisierungsanlage zur Herstellung von CO ₂ -neutralem e-gas (synthetisch erzeugtes Methan)	2013	
	▶ Umsetzung eines Systemangebots für e-gas für Kunden in Deutschland durch Nutzung der bestehenden Tankstellen-Infrastruktur	2014	neues Ziel
Ressourcenschonung durch neue Recyclingkonzepte zum Schließen von Materialkreisläufen	▶ Entwicklung eines Konzepts für Rücknahme und Recycling von Fahrzeugen mit Hochvolt-Batterien	2014	
	▶ Entwicklung eines Recyclingkonzepts für kohlefaserverstärkte Kunststoffe	2015	
Reduktion der Umweltwirkungen im gesamten Lebenszyklus gegenüber dem Vorgängermodell	Erstellung produktbezogener Umweltbilanzen für neue Fahrzeugmodelle; Validierung und Zertifizierung der Umweltbilanzen; Veröffentlichung der Daten	laufend	

Ziel	Maßnahme	Termin	Erfüllungsgrad
Umwelt			
Reduktion von Abfällen zur Beseitigung, Frischwasserverbrauch, CO ₂ - und VOC-Emissionen sowie Gesamtenergieverbrauch an den produzierenden Standorten um 25 % je Bezugseinheit (Basisjahr 2010); für die deutschen Standorte gilt im Rahmen der Energieversorgung für CO ₂ ein Reduktionsziel von 40 % je Bezugseinheit bis 2020 (Basisjahr 2010)	▶ Ausplanung und Umsetzung von standortspezifischen Maßnahmenpaketen zur Erreichung der konzernweiten Reduktionsziele	2018	
systematische Energieeinsparung	▶ Reduzierung des Gesamtenergieverbrauchs bei Bestandsoptimierungen und Ersatzinvestitionen um 3 % bezogen auf das Vorjahr durch Maßnahmen des Werkzeugbaus	laufend	
Reduktion des Frischwasserbedarfs für Produktionszwecke am Standort Ingolstadt	▶ Realisierung des Wasserrecyclings durch den Einsatz eines Membranbioreaktors; Reduktionsziel Frischwasserbedarf: 40 %	2015	
Mitarbeiter			
Förderung von Qualifizierung und Bildung der Mitarbeiter	▶ Weiterführung der dualen Studienprogramme in Zusammenarbeit mit Hochschulen ▶ Weiterführung des Audi Mitarbeiter Stipendiums	laufend laufend	
Anpassung der Ausbildung an Zukunftstechnologien	▶ Einführung neuer Ausbildungsberufe und -programme	2015	
Internationalisierung der Berufsausbildung	▶ Auf- und Ausbau der dualen Berufsausbildung an den Audi Standorten in Belgien, China, Mexiko und Ungarn	2016	
Internationalisierung der Personalentwicklung	▶ Einführung von Standards zur Personalentwicklung in den internationalen Audi Gesellschaften	2015	
Verbesserung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf	▶ Ausbau Krippenplätze und Pilotversuch Flexible Kinderbetreuung Neckarsulm ▶ Erarbeitung von Maßnahmen zur Unterstützung der Mitarbeiter bei der Pflege Angehöriger	2013 2013	
Förderung von Vielfalt und Chancengleichheit	▶ Anstreben eines Frauenanteils von 30 % bei der Neueinstellung von Akademikern	2013	
unternehmensweite Abdeckung mit Managementsystemen für Arbeits- und Gesundheitsschutz	▶ Weiterentwicklung der ergonomischen Bewertungssystematik v.a. im indirekten Bereich ▶ Realisierung der Systematik für den gesundheitsgerechten Einsatz leistungsgewandelter Mitarbeiter ▶ Präventionsprogramm zur Stärkung der psychischen Gesundheit ▶ Fortführung freiwilliger Checkups für alle Mitarbeiter der AUDI AG	2015 2014 2014 laufend	
Nachwuchssicherung im gewerblichen und technischen Bereich	▶ grundsätzliche unbefristete Übernahme aller Auszubildenden der AUDI AG	laufend	
Ausbau der Stammebelegschaft der AUDI AG	▶ 1.500 Neueinstellungen	2013	
Gesellschaft			
Ausbau des Corporate-Volunteering-Programms	▶ Durchführung von zwei Freiwilligentagen; mindestens ein Freiwilligen-Pilotprojekt an einem internationalen Standort; Ausbau der Intranetplattform zur Vermittlung ehrenamtlicher Tätigkeiten	2013	
Förderung des Bildungsstandorts Ingolstadt	▶ Fortführung der Zusammenarbeit zwischen Schulen und Wirtschaft: mindestens acht Veranstaltungen	2013	

Unsere CR-Organisation

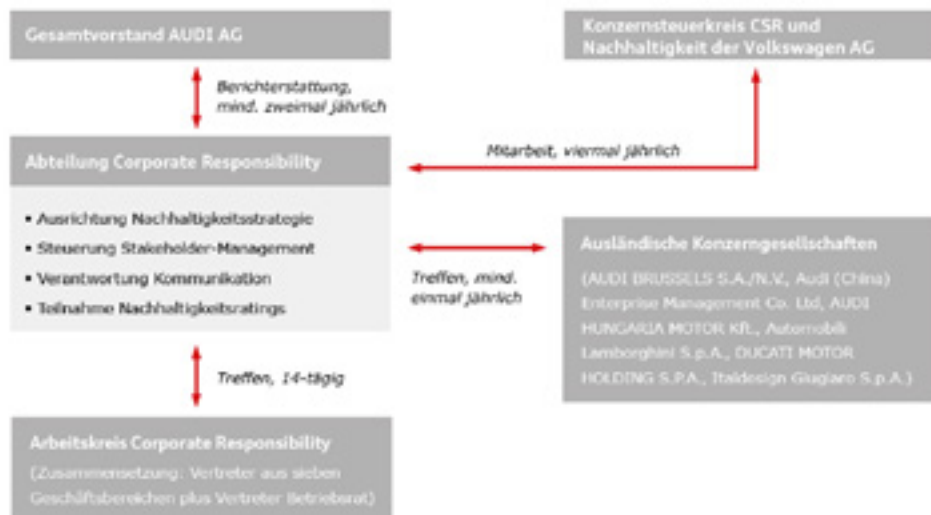
Die erfolgreiche Umsetzung einer Corporate-Responsibility-Strategie erfordert klare Verantwortlichkeiten und Strukturen. Ziel unserer CR-Organisation ist es, Verantwortliche aller Geschäftsbereiche in die Entwicklung von Nachhaltigkeitszielen und -maßnahmen einzubeziehen.

Die 2011 gegründete Abteilung Corporate Responsibility ist dem Vorsitzenden des Vorstands zugeordnet und bündelt dort die Maßnahmen in den Geschäftsbereichen. Sie ist zuständig für die Ausrichtung der Nachhaltigkeitsstrategie und berichtet direkt an den Gesamtvorstand der AUDI AG. Die Abteilung Corporate Responsibility steuert das Stakeholder-Management mit dem Ziel, Erwartungen und Meinungen der Stakeholder in die CR-Strategie einzubinden. Außerdem verantwortet sie die Kommunikation zu Nachhaltigkeit und die Teilnahme an Nachhaltigkeitsratings. Regelmäßig tauschen sich die Mitarbeiter der Abteilung Corporate Responsibility mit den ausländischen Konzerngesellschaften aus, um das gemeinsame Verständnis von Nachhaltigkeit weiterzuentwickeln und Maßnahmen abzustimmen. Außerdem arbeiten sie im Konzernsteuerkreis CSR und Nachhaltigkeit der Volkswagen AG mit, um konzernweit gültige Richtlinien abzugleichen. Darüber hinaus steuert die Abteilung den Arbeitskreis Corporate Responsibility.

Dieser setzt sich aus jeweils einem Vertreter der sieben Geschäftsbereiche und einem Vertreter des Betriebsrats zusammen. Der Arbeitskreis trifft sich zweimal im Monat und dient den Geschäftsbereichen zur Vernetzung über nachhaltigkeitsrelevante Themen. Die Audi CR-Organisation berichtet mindestens zweimal jährlich an den Gesamtvorstand.

#004

Organigramm CR-Organisation



Strategie / Stakeholder-Management

#005

Auf Augenhöhe kommunizieren

Verantwortungsvolles Handeln erfordert, mit den Anspruchsgruppen in Dialog zu treten und ihre Interessen ernst zu nehmen. Audi führt daher regelmäßig Gespräche mit allen relevanten Stakeholdern.

Im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie haben wir einen mehrstufigen Prozess entwickelt, über den wir die Einschätzungen und Empfehlungen unserer Anspruchsgruppen zu allen relevanten Themen systematisch abfragen. Die Ergebnisse der Befragungen bilden die Grundlage unserer Nachhaltigkeitsarbeit.

Im Jahr 2012 hat Audi ein Stakeholder-Managementsystem eingeführt, das sich am Stakeholder Engagement Standard AccountAbility 1000 (AA1000AS) orientiert. Das weltweit gültige Regelwerk dient der Prüfung des Nachhaltigkeitsmanagements und des Nachhaltigkeitsreportings.

Im Fokus stehen die drei Prinzipien:

- ▶ Inklusivität, d.h. die gezielte und systematische Einbeziehung der Stakeholder
- ▶ Wesentlichkeit, d.h. die gemeinsame Identifikation relevanter Themen mit den Stakeholdern
- ▶ Reaktivität, d.h. die systematische Reaktion auf die Impulse der Stakeholder

In einer ersten Analyse haben wir die für unser Unternehmen relevanten Stakeholder identifiziert. Wir konzentrieren uns auf Anspruchsgruppen, auf die unsere Geschäftstätigkeit unmittelbare oder mittelbare Auswirkungen hat.

Unsere wichtigsten Anspruchsgruppen sind:

- ▶ gemeinnützige Organisationen aus den Bereichen Bildung und Kultur, Gesellschaft, Soziales, Umwelt, Wissenschaft
- ▶ Geschäftspartner und Investoren
- ▶ Kunden
- ▶ Mitarbeiter
- ▶ Vertreter von Behörden, Gewerkschaften, Politik und Verbänden; Nachbarn und Kommunen an unseren Standorten
- ▶ Vertreter von Medien und CR-Experten

Für den Austausch mit den Anspruchsgruppen setzte Audi im Berichtsjahr 2012 verschiedene Dialogformate ein. Damit die Ergebnisse dieser Dialoge in eine Materialitätsmatrix überführt werden konnten, verwendete Audi standardisierte Fragebögen. Dazu wurden mithilfe von internen und externen Quellen (Branchenstudien, Nachhaltigkeitsratings, Anforderungen von Berichtsstandards) zunächst 125 Nachhaltigkeitsthemen identifiziert, die für Audi relevant sind; aus diesen wurden wiederum 35 übergeordnete Themen gebündelt bzw. ausgewählt und bezüglich der Relevanz für Audi bzw. der Performance von Audi mit einer Skala von eins bis fünf hinterlegt.

Die Dialogformate waren:

- ▶ Experteninterviews zur qualitativen und quantitativen Beurteilung der wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen; die einstündigen Gespräche mit 17 externen Experten und 17 Audi Vertretern aus allen Geschäftsbereichen wurden von einem unabhängigen Dritten durchgeführt.
- ▶ Eine Online-Umfrage unter 437 Vertretern aller externen Anspruchsgruppen; insgesamt antworteten 79 Personen (Rücklaufquote 18,1 Prozent), vorwiegend CR-Experten, Vertreter aus NGOs und der Politik sowie Geschäftspartner.
- ▶ Eine Befragung unter Audi Kunden in den Märkten China, Deutschland und den USA mit insgesamt 82 Teilnehmern

Beim ersten Audi Stakeholder-Forum in Ingolstadt haben wir über 60 externen Stakeholdern die Ergebnisse der Befragungen präsentiert. Dabei wurde auch die CR-Strategie von Audi erstmals öffentlich vorgestellt. Die Themen betrieblicher Umweltschutz, soziales Engagement, transparente CR-Berichterstattung und Mobilität wurden gemeinsam mit den Teilnehmern in vier Workshops diskutiert.

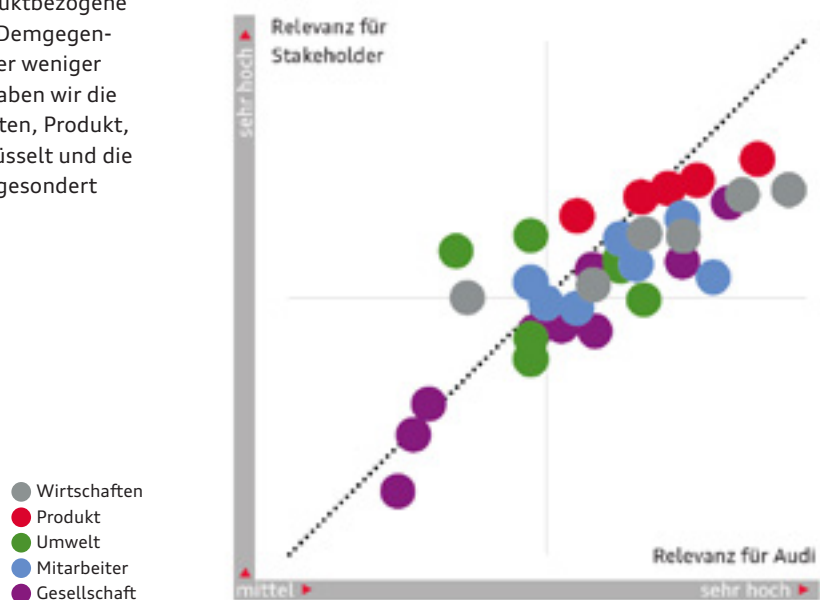
Auch an anderen Produktionsstandorten ist der regelmäßige Austausch mit Stakeholder-Gruppen seit Langem etabliert. In den seit 1993 durchgeführten „Umweltgesprächen“ fördert die Werkleitung am Standort Neckarsulm den Dialog mit der Öffentlichkeit, indem sie über umweltrelevante Aspekte des Werks informiert und sich der Diskussion stellt. Und seit über zehn Jahren finden in Neckarsulm die „Nachbarschaftsgespräche“ statt, bei denen Anwohner im benachbarten Wohngebiet sich mit Audi Vertretern austauschen und ihre Anliegen vorbringen können. Zahlreiche Anregungen der Bewohner wurden in der Vergangenheit aufgenommen und erfolgreich berücksichtigt, beispielsweise beim Lärmschutz.

Produktbezogene Themen haben höchste Relevanz

Die Ergebnisse und Schlussfolgerungen der Stakeholder-Dialoge fließen in unsere Nachhaltigkeitsstrategie ein und bilden eine wichtige Grundlage für künftige Unternehmensentscheidungen. Die Einschätzung der Relevanz wesentlicher Nachhaltigkeitsthemen haben wir in einer Materialitätsmatrix zusammengefasst, die regelmäßig überprüft und durch neue Erkenntnisse ergänzt wird. So haben wir Anfang 2013 an den Standorten Brüssel, Győr, Ingolstadt und Neckarsulm eine Mitarbeiterbefragung mithilfe des standardisierten Fragebogens durchgeführt, an der sich rund 1.500 Beschäftigte beteiligt haben.

Die aktuelle Materialitätsmatrix zeigt, dass produktbezogene Themen die höchste Relevanz für Audi besitzen. Demgegenüber wurden einige gesellschaftliche Themen eher weniger relevant eingestuft. In den folgenden Kapiteln haben wir die Materialitätsmatrizen für die Bereiche Wirtschaften, Produkt, Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft aufgeschlüsselt und die Themen mit höchster Relevanz für jedes Kapitel gesondert dargestellt.

#005





Dialog heißt sich zu öffnen

Am 13. November 2012 veranstaltete die AUDI AG das erste Audi Stakeholder-Forum. Vertreter aus allen relevanten Stakeholder-Gruppen wurden ins Audi Forum Ingolstadt eingeladen, um dort mehr über die neue CR-Strategie von Audi zu erfahren und verschiedene Schwerpunktthemen in Workshops zu diskutieren.

Über 60 Personen sind unserer Einladung zum Audi Stakeholder-Forum gefolgt: Vertreter von Umweltschutzvereinen und globalen Hilfsorganisationen, von lokalen Bildungseinrichtungen und mit Audi kooperierenden Hochschulen, von Verbänden der Automobilbranche, von Wettbewerbern und international tätigen Unternehmen. Sie wollten vor allem eines erfahren: Wie definiert Audi Verantwortung und wie will Audi diese als Teil seines Kerngeschäfts umsetzen? Schönfärberei ist nicht gefragt. Unser Ansatz ist daher: Wir begegnen kritischen Stimmen, indem wir uns öffnen, fragen und zuhören.

»Ich habe Audi bisher noch nicht sehr stark in der Interaktion mit den Stakeholdern erlebt.« Vertreter Wirtschaft

Und genau diesen Dialog haben wir mit diesem Stakeholder-Forum erstmals gesucht, um über folgende übergreifende Frage zu reden: Welche Verantwortung haben wir als Unternehmen und auch als Teil der Gesellschaft? Denn der respektvolle und kritische Austausch mit unseren Anspruchsgruppen ist für uns ein wichtiges Element unserer Corporate Responsibility (CR). Seit 2011 bündelt Audi seine vielfältigen CR-Maßnahmen unter dem strategischen Dach „Wir leben Verantwortung“. Insbesondere in dieser Anfangsphase erhoffen wir uns Impulse von außen, die wir in Betracht ziehen können, um die CR-Strategie weiter auszugestalten und neue Aktivitäten zu planen.

Corporate Responsibility ist in der Audi Strategie 2020 verankert – und damit ein Thema, das der Gesamtvorstand als wichtig erachtet. Das verdeutlichte Vorstandsmitglied Thomas Sigi, indem er am Stakeholder-Forum mit einem Grußwort teilnahm und dabei hervorhob, dass der Vorstand CR als Pfeiler des künftigen Erfolgs von Audi sieht.

Neben der Präsentation unserer Strategie und erfolgreicher CR-Maßnahmen wollten wir auch ausreichend Raum für den Dialog schaffen. Schließlich gilt: Unsere Teilnehmer erwarten einen ehrlichen Austausch, und das nehmen wir ernst. Wir müssen und wollen uns in die Karten schauen lassen. Vier parallele Workshops boten deshalb den Rahmen für offene Worte zwischen Audi Vertretern und den Teilnehmern.

»Ich finde es positiv und konstruktiv, dass Audi seine Stakeholder einbindet.« Vertreter Gewerkschaft

Die vier Workshopthemen haben wir im Vorfeld aus der Stakeholder-Umfrage extrahiert, die wir in der ersten Jahreshälfte 2012 durchgeführt haben. Das Topthema

für alle Befragten lautete: Mobilität im Umbruch. Wir wollten daher in einem der Workshops die Möglichkeiten und Grenzen nachhaltiger Antriebstechnologien und Kraftstoffe besprechen. Welche Verantwortung trägt Audi an dieser Stelle? Neben unseren Automobilen ist außerdem die Produktion ein wichtiger Hebel für unsere Verantwortungsübernahme – auch aus Sicht der Befragten. Ein zweiter Workshop befasste sich deshalb mit dem Umweltschutz an unseren Standorten: Wie kann man saubere Autos sauber produzieren?

»Eine sehr gut organisierte, inhaltlich wertvolle Veranstaltung.« Vertreter Wissenschaft

Die Stakeholder-Befragung bestätigte uns, dass Audi ein guter Arbeitgeber ist. Aber auch hier gibt es Diskussionsbedarf – etwa darin, wie weit ein Arbeitgeber sich bei Gesundheitsvorsorge oder ehrenamtlichem Engagement in die Privatsphäre seiner Mitarbeiter einmischen soll oder darf. Der dritte Workshop befasste sich daher mit den Möglichkeiten und Grenzen sozialen Engagements im Verhältnis von Arbeitgeber und Beschäftigten. Die größten Defizite bekamen wir in der CR-Kommunikation bescheinigt. Im vierten Workshop diskutierten wir daher die Erwartungen an Kommunikationsinhalte und -wege.

»Der Dialog mit Stakeholdern wird in Zukunft noch wichtiger, da die Anforderungen an Transparenz steigen.« Vertreter Bildungseinrichtung

Die Moderatoren der Kleingruppen präsentierten zum Abschluss des Stakeholder-Forums die Ergebnisse der Workshops. Es wurde deutlich, dass die große CR-Aufgabe für Audi darin bestehen wird, mit Dilemmata umzugehen und verschiedene Interessen sorgfältig gegeneinander abzuwägen. Einige einfache Antworten gibt es auch – zum Beispiel den vorliegenden CR-Report, um die Stakeholder-Kommunikation zu verbessern. Aber sie sind selten, nicht alle Dilemmata lassen sich so schnell lösen. Umso wichtiger ist es, dass wir uns auch künftig systematisch mit unseren Anspruchsgruppen austauschen. Mit dem ersten Audi Stakeholder-Forum haben wir uns selbst den Maßstab gesetzt: Wir müssen uns auf die gemeinsame Suche nach Lösungen begeben.

Eine grafische Dokumentation der Veranstaltung finden Sie in den hinteren Umschlagseiten dieses Reports.

»Auf dem Weg zu einem langfristigen Erfolg müssen neue Trends erkannt und für die Marke nutzbar gemacht werden.«

Verbandsvertreter

01

Wirtschaften

**»Es geht um
das Wie des
Wirtschaftens,
darüber brau-
chen wir einen
konstruktiven
Dialog.«**

Mitarbeiter von Audi

#100

Werte schaffen durch verantwortungsvolles Handeln

Es ist zentrale Aufgabe eines Unternehmens, nicht nur den Fortbestand zu sichern, sondern darüber hinaus die Geschäfte wertorientiert und zukunftsfähig im Sinne seiner Interessengruppen zu führen.

Ziel ist es, Audi auf dem Weg zur führenden Premiummarke auf die Herausforderungen der Zukunft auszurichten und Kunden weltweit zu begeistern. Das Selbstverständnis von Audi schließt dabei neben dem angestrebten wirtschaftlichen Erfolg auch gesellschaftliche und ökologische Aspekte mit ein. Wir tragen unserer unternehmerischen Verantwortung Rechnung, indem wir eine Balance zwischen den drei Bereichen anstreben und weiterentwickeln.

Unsere innovativen Produkte, die technologische Kompetenz und ein faszinierendes Markenerlebnis sind die zentralen Stellhebel, um unsere Mission „Wir begeistern Kunden weltweit“ zu erfüllen. Wir übernehmen die Verantwortung für unser Handeln nicht nur im Hinblick auf die Einhaltung von Regeln, sondern wollen Nachhaltigkeit in allen Prozessen und Produkten entlang der gesamten Wertschöpfungskette verankern.



Qualitatives Wachstum steht für den Audi Konzern als strategisches Unternehmensziel im Vordergrund.

Ökonomische Stabilität

Mit insgesamt mehr als 1,45 Mio. ausgelieferten Fahrzeugen hat die Marke Audi 2012 in einem herausfordernden Marktumfeld einen weiteren Auslieferungsrekord erzielt. Die hohe Finanzkraft des Audi Konzerns lässt sich dabei an der langfristigen Ergebnisentwicklung bemessen. Im Sinne einer wertorientierten Unternehmensführung erfüllt Wachstum nur in Verbindung mit Rentabilität den Premiumanspruch des Audi Konzerns. Qualitatives Wachstum im Sinne einer langfristigen Steigerung des Unternehmenswerts steht daher für uns als strategisches Unternehmensziel im Vordergrund. In diesem Zusammenhang wird neben der Operativen Umsatzrendite auch die Kapitalrendite (Return on Investment) als internes Steuerungsinstrument genutzt. Dabei können unterschiedliche Investitionsprojekte je nach Art und Größe hinsichtlich ihrer Verzinsung sowie des eingesetzten Kapitals bewertet werden. Die Entwicklung der Renditekennziffern spiegelt die hohe Ertragskraft unseres Unternehmens wider.



Bei der Unternehmenssteuerung setzen wir auf effektive und effiziente Strukturen und Prozesse, ein langfristig ausgelegtes Investitionsmanagement sowie kontinuierliche Kostenoptimierungen. Eine hohe Selbstfinanzierungskraft hilft dabei, die Investitions- und Handlungsspielräume dauerhaft aufrechtzuerhalten. Das Ziel, die Investitionen grundsätzlich aus dem selbst erwirtschafteten Cashflow zu decken, bleibt daher zentraler Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Audi betreibt zudem eine aktive Kapitalerhaltung und hält ausreichend liquide Mittel vor, um unternehmerische Chancen auch in einem herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld konsequent zu nutzen. Die aktuelle Eigenkapitalquote spiegelt unsere ausgewogene Kapitalstruktur wider und ist ein klares Signal für die hohe Stabilität des Audi Konzerns.

Ziele gegen Risiken sichern

Mit unseren konzernweiten Risiko- und Compliance-Managementsystemen (vgl. Compliance und Risikomanagement) sichern wir unsere strategischen und operativen Unternehmensziele bestmöglich gegen unternehmerische Risiken ab. Dabei erfüllen wir nicht nur die gesetzlichen Mindestvorgaben des Aktienrechts, sondern orientieren uns auch am Deutschen Corporate Governance Kodex sowie dem international anerkannten Standard für Risikomanagement- und interne Kontrollsysteme des Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission. Die zentrale Organisation zu Governance, Risk & Compliance stärkt gemeinsam mit den Verantwortlichen der Geschäftsbereiche und Gesellschaften die Wirksamkeit unserer präventiven Risiko- und Compliance-Managementsysteme und fördert das regelkonforme Verhalten unserer Mitarbeiter.

Deshalb haben wir Verhaltensgrundsätze (Code of Conduct) verabschiedet, die für alle Mitarbeiter verbindlich sind und die Basis für Richtlinien zu folgenden Themen bilden: Vermeidung von Interessenkonflikten und Korruption, Umgang mit Geschäftspartnern und Dritten, Umgang mit Informationen, Arbeits- und Gesundheitsschutz, Schutz der Umwelt, ordnungsgemäße Verwendung des Eigentums des Audi Konzerns sowie Umgang mit den Verhaltensgrundsätzen.

Weitere Elemente des nachhaltigen Wirtschaftens

Bei der Wahl unserer Lieferanten (vgl. Lieferantenbeziehungen) kooperieren wir eng mit dem Volkswagen Konzern. Dem Beschaffungsmanagement liegt seit 2006 das Konzept „Nachhaltigkeit in den Lieferantenbeziehungen“ zugrunde. Es richtet sich nach wichtigen internationalen Leitlinien und Kodizes wie denen des UN Global Compact, der ILO oder der OECD.

Ein konstruktives Miteinander von Belegschaft und Konzernführung (vgl. Mitbestimmung und Sozialpartnerschaften) ist eine wesentliche Voraussetzung für unseren wirtschaftlichen Erfolg. Die Zusammenarbeit der beiden Partner ist in einem Partizipationsvertrag festgehalten und formuliert die betrieblichen Beteiligungsrechte.

Die Mission „Wir begeistern Kunden weltweit“ steht im Mittelpunkt unserer Strategie 2020. Daher setzen wir neben innovativen Vertriebskonzepten vor allem auf ein offenes Kundenbeziehungsmanagement (vgl. Kundenorientierung).

Die Sicht der Stakeholder

2012 haben wir unsere Anspruchsgruppen zu Verantwortungsaspekten im Bereich Wirtschaften befragt und sie gebeten, deren Relevanz zu beurteilen. Unsere Stakeholder bewerten die Gewährleistung der wirtschaftlichen Stabilität des Unternehmens und die Kundenorientierung als besonders relevant. Hoch schätzen unsere Anspruchsgruppen auch die Bedeutung von Corporate Governance und Compliance ein. Unsere Leistungen in diesem Bereich verbessern wir weiter, um diesen Erwartungen gerecht zu werden.



Wirtschaften / Compliance und Risikomanagement

#110

Werteorientiert handeln, Risiken transparent und beherrschbar machen

Die Führung des Unternehmens nach ethischen Maßstäben sowie ein konstruktiver Umgang mit Risiken sind im Audi Konzern die Basis für verantwortungsvolles Wirtschaften.

Corporate Governance

Die AUDI AG hat ihre Aktivitäten auch vergangenes Jahr nach der aktuellen Fassung des Deutschen Corporate Governance Kodex vom 15. Juni 2012 ausgerichtet. Mit dem Kodex sollen die in Deutschland geltenden Regeln für Unternehmensleitung und -überwachung für nationale wie internationale Investoren transparent gemacht werden.

Vorstand und Aufsichtsrat der AUDI AG haben die Empfehlungen und Anregungen des Deutschen Corporate Governance Kodex aufgegriffen, eingehend diskutiert und entsprechende Beschlüsse gefasst. Im November 2012 veröffentlichten die Gremien die gemeinschaftliche Entsprechenserklärung auf der Internetseite ► www.audi.de/cgk-erklaerung. Mehr zur Umsetzung der Regeln finden Sie in unserem Geschäftsbericht 2012 auf Seite 271 f.

Compliance

Dass Unternehmensentscheidungen mit Gesetzen, internen Regeln und Werten in Einklang stehen, ist für die Unternehmensführung der AUDI AG von zentraler Bedeutung. Vor diesem Hintergrund entwickelte der Bereich Governance, Risk & Compliance ein präventives Compliance-Verständnis, in dem die Analysen betriebswirtschaftlicher sowie rechtlicher Risiken sowohl organisatorisch als auch thematisch miteinander verknüpft sind.

Dieser Bereich wird vom Chief Compliance Officer, der direkt an den Vorstandsvorsitzenden berichtet, geleitet. Seine Aufgabe besteht insbesondere darin, den Vorstand zu beraten, zu unterstützen und sämtliche erforderliche Maßnahmen zur Sicherstellung der Compliance zu koordinieren. Des Weiteren berichtet er im Hinblick auf Compliance im Auftrag des Vorstands an den Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats der AUDI AG. Darüber hinaus existieren in den einzelnen Geschäftsbereichen der AUDI AG Risiko-Compliance-Koordinatoren, die als Multiplikatoren bei Compliance-Themen fungieren. Das Verständnis des Audi Konzerns zu Compliance sowie die Struktur und Arbeitsweise sind in einer Richtlinie des Vorstands abgebildet.

Neue Mitarbeiter werden in Einführungsveranstaltungen über Compliance sowie über die Audi Verhaltensgrundsätze informiert. Die interne Kommunikation zu Compliance wurde in Form einer Kommunikationskampagne unter dem Claim „Protect what you love“ mit Broschüren und Filmen sowie Beiträgen in der Mitarbeiterzeitung und Informationen im Intranet weiter intensiviert. Im Rahmen einer einwöchigen Veranstaltung der Fachabteilung konnte sich die Belegschaft am Standort Ingolstadt darüber hinaus zu Compliance-Themen informieren und persönlich beraten lassen. Elemente der Kommunikationskampagne wurden auch international umgesetzt, darunter der Code of Conduct sowie die Compliance-Broschüre.

Im Mittelpunkt des Compliance-Programms standen insbesondere präventive Maßnahmen zu den Themenbereichen Antikorruption und Kartellrecht. Für Mitarbeiter der Standorte Ingolstadt und Neckarsulm wurden entsprechende Präsenzs Schulungen durchgeführt und Informationsbroschüren verteilt sowie im Intranet zur Verfügung gestellt. Außerdem wurde ein webbasiertes Training angeboten, mit dem bislang 3.025 Mitarbeiter zum Umgang mit Einladungen und Geschenken geschult wurden. Ferner wurde bereits im Jahr 2011 ein Reporting-System aufgebaut, über das die Tochtergesellschaften regelmäßig zu ihren Compliance-Aktivitäten an den Bereich Governance, Risk & Compliance berichten.

Um Korruption im Unternehmen aufzudecken und zu verhindern, ist die AUDI AG an das weltweite Antikorruptionssystem des Volkswagen Konzerns angebunden. Ansprechpartner – auch für anonyme Hinweise – sind hierbei unabhängige Rechtsanwälte, die als Ombudsmänner agieren, sowie der Antikorruptionsbeauftragte des Volkswagen Konzerns (vgl. ► www.audi.de/unternehmensfuehrung). Hinsichtlich der Zulässigkeit der Gewährung und Annahme von Einladungen und Geschenken werden die Mitarbeiter bei Audi von Governance, Risk & Compliance beraten.

Darüber hinaus bilden die frühzeitige Erkennung und Bewertung von Risiken einen wesentlichen Bestandteil des Compliance-Ansatzes der AUDI AG. So werden in den Geschäftsbereichen sukzessive Compliance-Interviews geführt sowie zusätzlich zur standardisierten Risikoabfrage im Audi Konzern Compliance-Risiken identifiziert und Maßnahmen zur Risikosteuerung initiiert.

Risikomanagement

Im Audi Konzern hat der sorgsame Umgang mit potenziellen Risiken einen hohen Stellenwert. Aus diesem Grund wird ein konzernweites Risikomanagement- und internes Kontrollsystem betrieben, das auf dem international anerkannten Standard des Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission basiert. Dieses unterstützt dabei, potenzielle Risiken zu identifizieren, zu minimieren und falls möglich zu vermeiden. Darüber hinaus ermöglicht es, auf veränderte Rahmenbedingungen schnell und umfassend zu reagieren.

Das zentrale Risikomanagement arbeitet partnerschaftlich mit den dezentralen Risikoverantwortlichen der Geschäftsbereiche und Tochtergesellschaften zusammen. Die durch das zentrale Risikomanagement gesetzten, konzernweit gültigen Standards und Regelungen stellen eine einheitliche Risikoerfassung sowie -bewertung sicher und sind unter anderem in einer internen Richtlinie des Vorstands verankert.



Zur Kommunikation der Inhalte und Methodik des Risikomanagementsystems werden zielgruppengerechte Schulungen und Informationsveranstaltungen angeboten. Regelmäßige und aktuelle Informationen zum Risikomanagementsystem stehen über interne Kommunikationsmedien, wie beispielsweise dem Audi Intranet, zur Verfügung.

Zur Identifikation von Schwerpunktthemen dienen die regelmäßige, standardisierte Risikoabfrage im Audi Konzern sowie sukzessive Risikomodellierungen in den einzelnen Geschäftsbereichen und Tochtergesellschaften. Mit der Zielsetzung einer umfassenden und effektiven Risikosteuerung werden die festgelegten Schwerpunktthemen eingehend untersucht und gegebenenfalls Optimierungspotenziale identifiziert sowie realisiert. Unabhängig von definierten Berichtszeitpunkten sind die Risikoverantwortlichen verpflichtet, bei unerwarteten externen Einflüssen oder internen Hinweisen das zentrale Risikomanagement zu benachrichtigen. Im Bedarfsfall kann der Fachbereich kurzfristige und bedarfsgerechte Unterstützung durch das zentrale Risikomanagement abrufen. Weitere ausführliche Erläuterungen zum konzernweiten Risikomanagementsystem und detaillierte Informationen zum rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystem finden Sie im Lagebericht des Audi Geschäftsberichts auf den Seiten 190 bis 196.

Der vom Aufsichtsrat eingerichtete Prüfungsausschuss wird durch das zentrale Risikomanagement ordnungsgemäß zum Risikomanagement- und internen Kontrollsystem informiert. Das zentrale Risikomanagement verantwortet eine regelmäßige Information über die Risikolandschaft des Audi Konzerns an Vorstand und Aufsichtsrat und stellt dies durch konzernweit definierte Berichtswege sicher.

Im Dialog mit der Politik

Beziehungen zur Politik haben einen festen Platz im Stakeholder-Management von Audi. Zum einen will das Unternehmen die Akzeptanz zukünftiger Technologien und Produkte sicherstellen. So bindet Audi bereits in den Prozess der Produktentstehung Experten aus der Politik ein. Zum anderen unterstützt ein gutes Zusammenspiel die Lösungsfindung, wenn Unternehmen und Politik gemeinsam gesellschaftlichen Herausforderungen begegnen wollen – etwa bei Zukunftsthemen wie Elektromobilität. Bei Gesetzgebungs- und Regulierungsverfahren bietet Audi sein Fachwissen und einen Austausch an. Bei Arbeitsgruppen und Dialogveranstaltungen von Behörden und Ministerien sind wir als Ansprechpartner vonseiten der Automobilindustrie gefragt und bringen unsere Perspektive in den Diskurs ein. So baut Audi beispielsweise in Niedersachsen die derzeit weltgrößte Power-to-Gas-Anlage. Damit kann überschüssiger Strom aus erneuerbaren Energiequellen in Methangas umgewandelt und in das Erdgasnetz eingespeist werden. Mit diesem innovativen Verfahren ist es möglich, erneuerbare Energien in großen Mengen zu speichern. Um diese Technologie bekannt zu machen, ihre Fortentwicklung im Rahmen der Energiewende zu sichern und Grundlagen für ihre mittelfristig eigenständige Wirtschaftlichkeit zu legen, steht Audi in intensivem Dialog mit Vertretern aus Politik und Ministerien.

Wirtschaften / Lieferantenbeziehungen

#120

Die Wertschöpfungskette im Blick

Neben hohen Anforderungen an die Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit erwartet der Audi Konzern von seinen Lieferanten die strikte Einhaltung seiner Nachhaltigkeitsstandards.

Es ist ein erklärtes Ziel in der Beschaffungspolitik der AUDI AG, durch die Auswahl geeigneter Lieferanten das Markenversprechen „Vorsprung durch Technik“ einzulösen. Um Synergiepotenziale optimal zu nutzen, wählen wir geeignete Geschäftspartner in Kooperation mit dem Volkswagen Konzern aus. Dem Beschaffungsmanagement des Volkswagen Konzerns liegt seit 2006 das Konzept „Nachhaltigkeit in den Lieferantenbeziehungen“ zugrunde.

Das Konzept orientiert sich an Prinzipien, die im UN Global Compact, den OECD-Leitsätzen für multinationale Unternehmen sowie den einschlägigen Konventionen der International Labor Organization (ILO) festgeschrieben sind. Damit hat der Volkswagen Konzern die Bedeutung von Umwelt- und Sozialstandards in den Geschäftsbeziehungen mit den Zulieferern verankert. Seit seiner Einführung wird das Konzept kontinuierlich und systematisch weiterentwickelt.

Es fordert von den Lieferanten unter anderem, ein Umweltmanagementsystem anzuwenden, bei der Produktion Umwelt- und Gesundheitsschäden zu vermeiden, ihren Mitarbeitern Vereinigungsfreiheit zu garantieren, Diskriminierung nicht zu tolerieren, Kinder- und Zwangsarbeit zu verbieten sowie bei Arbeitszeiten und Vergütung zumindest den nationalen gesetzlichen Vorgaben und Mindestnormen zu genügen. Darüber hinaus erwarten wir von unseren Lieferanten, dass sie ihrerseits die Nachhaltigkeit bei ihren Zulieferern sicherstellen (vgl. www.vwgroupsupply.com).

Darüber hinaus engagieren wir uns gemeinsam mit anderen Unternehmen der Branche und der Umweltorganisation IUCN (International Union for Conservation of Nature) im Rahmen der Aluminium Stewardship Initiative (ASI). Ziel der Initiative ist, bis Ende 2014 einen globalen Standard für nachhaltiges Aluminium zu entwickeln. Dabei sollen umweltbezogene und soziale Kriterien festgelegt werden, die für alle Stadien der Rohmaterialgewinnung, Produktion und Verarbeitung gelten.

Spielregeln einhalten

Audi greift – wie alle anderen Konzernmarken auch – auf einen gemeinsamen Pool von Lieferanten zu. Hauptansprechpartner für den jeweiligen Zulieferer ist der Konzernteil, der am meisten mit diesem Lieferanten umsetzt. Noch bevor potenzielle Lieferanten ein Angebot abgeben dürfen, müssen sie die „Anforderungen des Volkswagen Konzerns zur Nachhaltigkeit in den Beziehungen zu Geschäftspartnern“ schriftlich bestätigen.

Für ein sinnvolles Monitoring hat der Volkswagen Konzern 2012 zusammen mit den Marken und Regionen des Konzerns einen fachbereichsübergreifenden Prozess entwickelt. Wir haben alle Lieferanten aufgefordert, einen digitalen Fragebogen hinsichtlich Nachhaltigkeits-themen auszufüllen. Sofern die Angaben darin nicht unseren Anforderungen in Bezug auf ökologische und soziale Themen entsprechen, werden unsere Partner zu einer detaillierten Stellungnahme aufgefordert. Ad-hoc-Expertenteams der Marken und Regionen bewerten die Antworten des Lieferanten und planen gegebenenfalls Vor-Ort-Termine.

Partner unterstützen

Im Vordergrund aller Maßnahmen stehen für uns die positive Entwicklung von Geschäftsbeziehungen und der Dialog mit den Lieferanten. Sofern wir Nachbesserungen in puncto Umwelt oder Sozialstandards für nötig erachten, bieten wir unsere Unterstützung an – falls erforderlich beziehen wir Betriebsräte, Betriebsärzte und unsere Umweltexperten ein. Seit Anfang 2012 steht darüber hinaus auf der zentralen Business-Plattform des Volkswagen Konzerns ein verpflichtendes eLearning-Qualifizierungsmodul zum Thema Nachhaltigkeit in neun Sprachen zur Verfügung. Sollte ein Lieferant trotz Unterstützung nicht willens oder in der Lage sein, unsere Nachhaltigkeitsanforderungen zu erfüllen, ziehen wir eine Beendigung der Zusammenarbeit in Betracht.

Die AUDI AG hat 2012 die Beziehungen zu ihren Lieferanten insgesamt weiter gefestigt und die Basis für eine langfristige, stabile und faire Partnerschaft gestärkt. Im Berichtszeitraum gab es keine Beschwerden über Lieferanten, für die Audi innerhalb des Volkswagen Konzerns Hauptabnehmer ist.

Auch in Zukunft werden wir unser Nachhaltigkeitskonzept in den Lieferantenbeziehungen kontinuierlich und systematisch weiterentwickeln. Derzeit entwickeln wir ein Konzept, um die Einhaltung der Standards bei unseren – über den gesamten Globus verteilten – Lieferanten wirksamer zu überprüfen.

Wirtschaften / Kundenorientierung

Kundenbeziehungen: Umgang mit starken Gefühlen

Für viele Audi Kunden sind unsere Automobile weit mehr als Fahrzeuge, die für Mobilität sorgen. Umfragen und die Erfahrungen der rund 100 Audi Mitarbeiter, die in Ingolstadt und Neckarsulm jährlich mehr als 100.000 Automobile an Selbstabholer übergeben, zeigen: Das Auto ist ein Vehikel für starke Gefühle. Im Zentrum der Audi Strategie steht deswegen der Auftrag „Wir begeistern Kunden weltweit“.

Die automobilen Welt verändert sich in hohem Tempo, und mit ihr die Erwartungen und Bedürfnisse in Bezug auf den Autokauf – besonders in unserem Marktsegment. Neun von zehn Kunden, die heute die Anschaffung eines Automobils planen, informieren sich auch online.

Kontakt zum Kunden: schnell, ehrlich, offen

Viele Menschen gehen nicht über den Autohändler, sondern suchen den direkten Kontakt zum Hersteller. Allein im Markt Deutschland summierte sich das auf eine Zahl von knapp 700.000 Kundenkontakten im Jahr 2012. Dabei geht es um Auskünfte, um die Bestellung von Broschüren, aber auch um Beschwerden – und sogar um Lob. Die Tendenz bei den Auskünften zeigte 2012 im Vergleich zum Vorjahr klar nach unten – die hohe Zahl von Fragen im Vorjahr hatte mit der Unsicherheit bezüglich der Kraftstoffsorte E10 zu tun.

Die für Kundenbetreuer erfreuliche Nachricht für das Jahr 2012 lautet: Beschwerden werden weniger, anerkennende Kundenkontakte steigen. Auffällig ist auch, dass der Anteil der E-Mail- und Internetkontakte zulasten von Brief und Telefonat stark steigt. Kunden nutzen die Audi Social-Media-Kanäle auch für Anliegen, die eine intensive Betreuung nach sich ziehen.



Aluminium macht Fahrzeuge leichter, sollte aber auch nachhaltig hergestellt werden.

100.000

Automobile werden jährlich in Ingolstadt und Neckarsulm an Selbstabholer übergeben.

Die Audi Kundenbetreuung verfolgt im Sinne der Kundenzufriedenheit hohe Ziele. Ein Beispiel ist die Annahme eines Anrufs innerhalb von 20 Sekunden. 2012 wurde dieses Ziel im Markt Deutschland bei über 200.000 Anrufen erreicht – also bei über 80 Prozent aller eingehenden Telefonate. Für die kontinuierliche Verbesserung der Abläufe ist ein Portal im Audi Intranet eingerichtet worden, das den Zugriff auf Berichte und Auswertungen der Kundenbetreuung ermöglicht. Das Ziel dieses Portals ist, die Stimme der Kunden in die Entscheidungen des Unternehmens gezielt einzubinden.

700.000

Mal haben Kunden im Jahr 2012 den direkten Kontakt zu Audi gesucht.

Kundenanliegen auf den Tisch bringen

Wie ernst Kundenanliegen genommen werden, zeigt die Einrichtung des sogenannten Kundentischs: Hier werden regelmäßig konkrete Kundenanliegen analysiert und gelöst. Mit am Tisch sitzen der Vorstandsvorsitzende, der Vertriebsvorstand und Topmanager aus verschiedenen Fachbereichen. Kundenbeziehungen werden damit zur Chefsache erklärt. Sinn des Kundentischs ist, all jene zusammenzubringen, die schnell Verbesserungen herbeiführen können, um die Zufriedenheit der Kunden zu erhöhen.

Virtuelle Realität mit millionenfacher Variation

Im Juli 2012 haben wir in der Londoner Innenstadt die erste Audi City eröffnet: ein innovatives Vertriebsformat für Metropolen, das das bestehende Händlernetz ergänzt. Im Zentrum steht die digitale Präsentation der Automobile mit den Vier Ringen auf raumhohen Projektionsflächen. Moderne Medientechnik macht es für einen Händlerbetrieb somit erstmals möglich, den Kunden das vollständige Audi Portfolio zu zeigen, das mit der Modelloffensive der Marke in den vergangenen Jahren deutlich gewachsen ist. In Audi City stehen über die gesamte Modellpalette hinweg mehrere hundert Millionen mögliche Konfigurationen zur Wahl, einschließlich aller Farben, Ausstattungsoptionen und Funktionen. Damit wird das Store-Konzept auch der weltweit stark steigenden Nachfrage nach Individualisierung und Personalisierung gerecht. Im Januar 2013 ist die zweite Audi City in Peking eröffnet worden. Die Ladengeschäfte sollen gerade auch Menschen ansprechen, für die der Kauf eines eigenen Premiumautomobils noch ein Traum ist. Damit wird Audi City zu einem Treffpunkt für Fans der Marke, der einlädt und Neugierde weckt.



Audi City präsentiert auf raumhohen Projektionsflächen digital die gesamte Modellvielfalt der Marke Audi.

Wirtschaften / Mitbestimmung und Sozialpartnerschaften

#140

Gemeinsam Verantwortung tragen

Mitbestimmung ist die demokratische Mitwirkung und Mitentscheidung der Arbeitnehmer im Betrieb. Für Audi als fairer Sozialpartner spielt die Zusammenarbeit von Unternehmensleitung und Betriebsrat eine zentrale Rolle.

Ein konstruktives Miteinander von Beschäftigten und Unternehmensführung ist eine wesentliche Voraussetzung für den wirtschaftlichen Erfolg von Audi und damit auch für die Sicherung der Arbeitsplätze. Unsere Belegschaft ist aktiv in die Unternehmensentwicklung eingebunden.

Wirkungsfelder des Betriebsrats

Die Arbeitnehmervertretung achtet im Sinne der Mitarbeiter darauf, dass geltende Gesetze und Vorschriften, aber auch Tarifverträge und Betriebsvereinbarungen eingehalten werden. Das Betriebsverfassungsgesetz räumt dem Betriebsrat Mitbestimmung bzw. Mitwirkung in sozialen, personellen und wirtschaftlichen Angelegenheiten ein. Neben der Beschäftigungssicherung hat sich der Betriebsrat bei Audi den Erhalt der Wirtschaftlichkeit und der Zukunftsfähigkeit des Unternehmens zum Ziel gesetzt. Mithilfe unseres flexiblen Produktionssystems zum Beispiel können wir auf schwierige wirtschaftliche Bedingungen reagieren und so Arbeitsplätze sichern. Dazu stimmen sich Betriebsrat und Unternehmensleitung von Monat zu Monat eng über die optimale Fahrweise der Produktion ab.

Weiterhin engagiert sich der Betriebsrat beim Thema Aus- und Weiterbildung der Belegschaftsmitglieder. Neben dem Ausschuss für berufliche Bildung und Kompetenzentwicklung gibt es auch eine Ideenkommission auf Ebene des Gesamtbetriebsrats. Mit freiwilligen Belegschaftssammlungen, Unterstützungsfonds und Sterbegeldsammlungen hat der Audi Betriebsrat seit Jahrzehnten ein Solidarsystem eingeführt, das bei einem minimalen Beitrag den Teilnehmern finanzielle Unterstützung im Notfall bietet.

Struktur der Arbeitnehmervertretung

An allen Audi Standorten weltweit und den Tochterunternehmen gibt es eine Arbeitnehmervertretung, die die Interessen der Mitarbeiter vertritt. Alle europäischen Standortvertreter des Volkswagen Konzerns sind im Europäischen Konzernbetriebsrat (EKBR) organisiert und gemeinsam mit allen weiteren internationalen Standortbetriebsräten im Weltkonzernbetriebsrat von Volkswagen (WKBR). Für eine bessere internationale Zusammenarbeit aller europäischen Standorte und Tochterunternehmen wurde der Audi Europa Ausschuss als Netzwerkremium innerhalb der EKBR-Struktur gegründet. Am Standort Ingolstadt vertreten 51 Arbeitnehmer die Interessen ihrer Kollegen, in Neckarsulm 39, davon stellt die IG Metall in Ingolstadt 44, in Neckarsulm 33. An allen Standorten gibt es sowohl Schwerbehinderten- als auch Jugend- und Auszubildendenvertreter (JAV). Der Gesamtbetriebsrat der AUDI AG hat 15 Ausschüsse und Kommissionen, unter anderem zu den Themen Demografie, Kompetenzentwicklung und Arbeitssicherheit/Gesundheitsschutz.

Erfolge und Meilensteine 2012

- ▶ Ausweitung der ursprünglich bis 2014 bestehenden Beschäftigungssicherung bis zum Jahresende 2018
- ▶ Festschreibung der Produktionskapazitäten in den beiden deutschen Werken
- ▶ Übernahme von Auszubildenden, Studenten der dualen Hochschulen sowie Teilnehmern des StEP-Programms (Studium und Erfahrung in der Praxis) nach ihrem erfolgreichen Abschluss in ein unbefristetes Arbeitsverhältnis
- ▶ Auszahlung einer Mitarbeiter-Erfolgsbeteiligung sowie der vereinbarten Audi Ergebnisbeteiligung (AEB) für Tarifmitarbeiter der AUDI AG, die abhängig vom Operativen Ergebnis des Audi Konzerns ist
- ▶ Übernahme von Leiharbeitern an den Standorten Ingolstadt und Neckarsulm in die Stammebelegschaft

2018

ist das Jahr, bis zu dem die Beschäftigungssicherung verlängert wurde.

Zudem haben die Arbeitnehmervertreter die Neuregelung der Altersteilzeit mit dem Unternehmen verhandelt und eine Reihe von Initiativen unterstützt, zum Beispiel die Einführung eines Jobtickets für den öffentlichen Personennahverkehr (vgl. Sozialleistungen und Vergütung sowie Lebendige Standorte), den ersten Audi Freiwilligentag (vgl. Freiwilliges Mitarbeiterengagement), eine flexible Kinderbetreuung zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf (vgl. Beruf und Familie) sowie verschiedene Spendenaktionen (vgl. Spenden).



Die Ergebnisbeteiligung ist ein wichtiger tariflich vereinbarter Baustein, um die Leistungen jedes einzelnen Mitarbeiters anzuerkennen.

AUDI AG

1987

Audi Konzern

2012

In den vergangenen 25 Jahren hat sich die AUDI AG zum weltweit tätigen Audi Konzern entwickelt. Einige Daten zeigen, wie sich unser Unternehmen seit 1987 verändert hat.



5.811 / 48.771 Umsatz in Mio. EUR

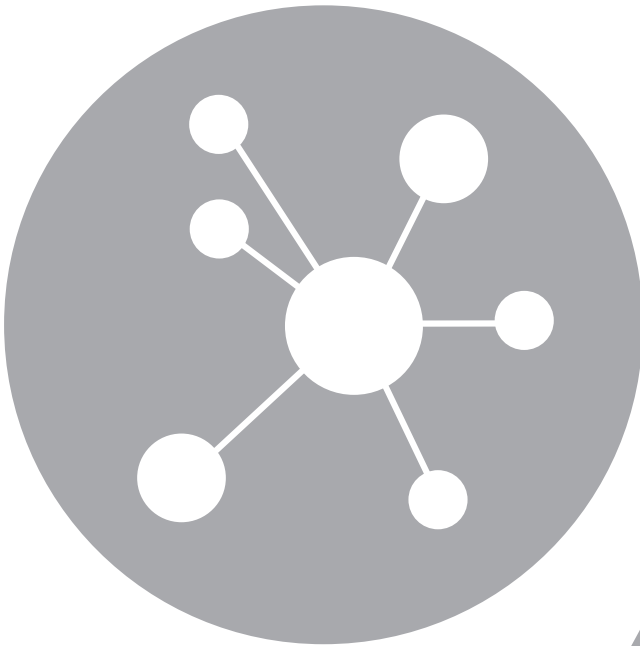


2 / 8

Produktionsstätten
(ohne Auftragsfertigung im
Rahmen des VW Konzernverbunds)



39.633 / 67.231
Belegschaft Durchschnitt



0/38
konsolidierte
Tochtergesellschaften



418.921 / 1.455.123
Auslieferungen der Marke Audi weltweit



583 / 405.838
Auslieferungen der Marke Audi
nach China (inkl. Hongkong)





Nachhaltig wirtschaften

von Rupert Stadler

Vorsitzender des Vorstands der AUDI AG

Für ein Unternehmen, dessen Wurzeln bis ins Jahr 1899 zurückreichen, sind 25 Jahre nicht viel. Im vergangenen Vierteljahrhundert ist Audi zu einem der weltweit erfolgreichsten Player im Premiumautomobilmarkt geworden.

Ich kam 1990 im Frühling der deutschen Wiedervereinigung zu Audi. Der Absatz im Inland boomte, während auf den Auslandsmärkten die Lage immer schwieriger wurde. Nach Rekordjahren erreichte die weltweite Rezession auch unser Unternehmen: 1992 lag die Jahresproduktion noch knapp unter der Grenze von einer halben Million Automobile, im Jahr darauf brach sie auf 340.000 ein.

Das Jahr 1994 brachte schließlich entscheidende Veränderungen: den Markenauftritt mit neuem Logo und neuen Modellbezeichnungen, den sehr erfolgreichen Audi A4, den ersten A8, unser Oberklassemodell, das mit seinem Aluminium-Leichtbau mit TDI-Motoren und quattro den gesamten Premiummarkt verändert hat – und wir begannen mit der Motorenproduktion bei unserem ungarischen Tochterunternehmen Audi Hungaria.

Nach dem Eintritt in den chinesischen Markt vor 25 Jahren war dies der zweite wichtige Schritt zur Internationalisierung unseres Unternehmens. 1998 erwarben wir Lamborghini, 2007 begann die Produktion von Audi Modellen in Indien und in unserem neuen Werk in Brüssel.

2008 haben die Auslieferungen an Kunden die Millionenmarke überschritten. Heute ist ein Absatz von 1,5 Millionen bereits deutlich in Sicht. Und bis zum Ende des Jahrzehnts wollen wir mehr als zwei Millionen Automobile pro Jahr in Kundenhand übergeben. Weltweit beschäftigen wir inzwischen rund 69.000 Mitarbeiter. Ergebnis und Rendite stimmen, der Audi Konzern wirtschaftet höchst profitabel.

Die Grundlagen für die erfreuliche Unternehmensentwicklung wurden bereits vor Jahren gelegt. Unsere Mitarbeiter und Führungskräfte wissen, wie wichtig Motivation, Wir-Gefühl und Streben nach Perfektion sind. Diese spezielle Haltung, dieser Teamgeist hat sich bis heute erhalten, und ich bin sicher, dass das auch einen großen Teil unserer Innovationskraft, unseres Wachstumspotenzials und unserer Attraktivität als Arbeitgeber ausmacht. Der Audi Spirit – das ist für mich auf lange Sicht unser wichtigstes Erfolgsmodell.

Verantwortung Leben

von Peter Mosch

Vorsitzender des Audi Gesamtbetriebsrats

Vor 25 Jahren begann ich bei Audi in Ingolstadt meine Ausbildung zum Industriemechaniker. Audi, der damals bereits größte Betrieb in der Region mit seinen rund 28.000 Beschäftigten, war noch ein sehr europäisch geprägter Automobilhersteller.

Fünf Jahre bevor ich in den Betriebsrat gewählt wurde, galt es 1993 die erste Krise zu meistern. Die Beschäftigten haben ihren Teil zur Bewältigung der Krise beigetragen und das Unternehmen für die kommenden Jahre wetterfest gemacht. Natürlich gab es einige kritische Stimmen zu den Plänen, mit der Motorenfertigung in Győr genau in diesem Jahr den ersten Standort außerhalb Deutschlands aufzubauen. Unsere Auslandsaktivitäten haben aber nicht zu dem von vielen befürchteten Personalabbau an den deutschen Standorten geführt. Vielmehr werden durch dieses Engagement bei uns in Ingolstadt und Neckar-sulm Arbeitsplätze gesichert.

Die folgenden Jahre ging es steil bergauf und mit der stets wachsenden Belegschaft sowie der Internationalisierung des Produktionsnetzwerks wuchsen auch die Herausforderungen des Betriebsrats. 2005 regelten wir mit dem Paket „Zukunft Audi“ entscheidende Themen für unsere Kolleginnen und Kollegen neu. Neben der Beteiligung der Beschäftigten am Unternehmensgewinn durch eine erweiterte Erfolgsbeteiligung einigten wir uns mit der Unternehmensleitung auf umfassende Weiterbildungsangebote und führten den Audi Checkup zum vorbeugenden Gesundheitsschutz ein.

Meine erste große persönliche Herausforderung als Gesamtbetriebsratsvorsitzender folgte 2008 im Zuge der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise. Auf Grundlage verschiedener Tarifverträge und Betriebsvereinbarungen mussten wir bei Audi nicht einen Arbeitnehmer entlassen und kamen mit dem Abbau von Zeitkonten sowie wenigen Wochen Kurzarbeit durch die Krise. Wir gingen gestärkt aus dieser schwierigen Phase hervor und der Erhalt der Stammebelegschaft war für den weiteren rasanten Anstieg von Produktion und Auslieferungen der letzten fünf Jahre entscheidend.



Im Zuge dieses Wachstums und der Internationalisierung des Produktionsnetzwerks konnte die Belegschaft weiter aufgebaut werden. Die deutschen Standorte werden sich weiter zu technologischen Leitwerken entwickeln, bei gleichbleibender Auslastung der Fertigung. Dieser Wandel der Unternehmensstruktur erfordert künftig auch einen Ausbau des internationalen Netzwerks der Arbeitnehmervertreter.

So kommen wir Schritt für Schritt dem Ziel näher, dass Standortsicherheit sowie Beschäftigungssicherung zu gleichrangigen Unternehmenszielen wie Wirtschaftlichkeit werden. Aus Arbeitnehmersicht ist das die nötige Basis, um sich langfristig als Global Player an der Spitze des Premiumsegments zu halten.

**»Audi weckt
beim Thema
Nachhaltig-
keit große
Erwartungen.
Auch hier gilt:
Premium!«**

CR-Experte

02

Produkt

**»Der Kunde
braucht
technische
Lösungen,
kein Verzicht-
modell.«**

Mitarbeiter von Audi

#200

Die technischen und ökologischen Anforderungen steigen

Ebenso steigen die Ansprüche an die Automobilhersteller. Unternehmensverantwortung muss sich deswegen vor allem im Kerngeschäft zeigen, das heißt in der Entwicklung von Fahrzeugen für eine zukunftsweisende Mobilität.

Was bedeutet unternehmerische Verantwortung für einen Automobilhersteller im Premiummarktsegment? Was sind die Erwartungen unserer Mitarbeiter, Kunden und welche Ansprüche stellt „die Gesellschaft“ an uns? Wir sind überzeugt, dass sich verantwortliches Handeln vor allem bei den Produkten zeigen muss, deren Attraktivität wir unseren Erfolg verdanken. Seit Langem stehen die Reduzierung von Emissionen und die Erhöhung der Effizienz auf der Prioritätenliste unserer Entwicklung weit oben.

Entwicklungsziele mit Konflikten

Dabei sind diese Anforderungen manchmal widersprüchlich: Erhöhte Crash-Sicherheit geht im Normalfall mit erhöhtem Materialeinsatz einher, etwa um die Passagiere bei einem Seitenaufprall möglichst gut zu schützen. Erhöhtes Gewicht ist wiederum mit steigendem Kraftstoffverbrauch verbunden. Eine schwerere Karosserie und größere Motoren erfordern stärkere Bremsen, die erneut das Gesamtgewicht erhöhen.

Generell sind in der Automobilindustrie über viele Fahrzeuggenerationen hinweg wegen der höheren Ansprüche an Sicherheit und Komfort die Gewichte gestiegen. Erst intelligenter Leichtbau konnte die Gewichtsspirale umkehren, wie beim ersten Modell mit Audi Space Frame Karosserie, dem Audi A8 von 1994. Seitdem hat das schwierig zu verarbeitende Leichtmetall Eingang in vielen Modellen gefunden.



Die Audi Space Frame Technologie spart bis zu 40 Prozent des Karosseriegewichts.

Verbrennungsmotoren stellen heute und in näherer Zukunft die weit überwiegende Antriebstechnologie dar. Ihre Optimierung ist auch nach mehr als hundert Jahren Technikerfahrung noch nicht abgeschlossen. Wir haben die Steigerung des Wirkungsgrads – und die stetige Reduktion von Emissionen – deshalb in einem ganzen Bündel von Technologien zusammengefasst, dem sogenannten Modularen Effizienzbaublocken (vgl. Technologien zur Effizienzsteigerung).

Auf dem Weg zu CO₂-neutraler Mobilität

Auch wenn benzin- oder dieselgetriebene Motoren die Verkäufe heute dominieren – wir befinden uns in einer Übergangszeit, in der alternative Antriebe eine immer größere Rolle spielen. Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Berichts haben wir bereits in drei Modellreihen Hybridmodelle im Angebot, und wir werden unser Angebot der Elektromobilität auf alle großen Baureihen ausweiten (vgl. Alternative Antriebe).

Im Umfeld des Genfer Automobilsalons 2013 wurde zum einen der A3 e-tron vorgestellt, ein Plug-in-Hybridfahrzeug mit 50 Kilometern elektrischer Reichweite, und zum anderen der A3 g-tron, ein Modell, das auf den Betrieb mit Methangas ausgerichtet ist. In den Umweltbilanzen, die wir für unsere Fahrzeuge erstellen, betrachten wir das Gesamtsystem „Automobil“ und haben den großen Einfluss des Kraftstoffs auf die Umweltauswirkungen erkannt (vgl. Ganzheitliche Bilanzierung).



Unternehmensverantwortung muss im Kerngeschäft stattfinden: in Produkten und Prozessen.

A3 g-tron

Auf 100 Kilometer verbraucht der A3 g-tron im Mittel weniger als 3,5 Kilogramm Erdgas. Die CO₂-Emission am Auspuff beträgt im Gasbetrieb weniger als 95 g/km. Mit e-gas, dem Kraftstoff, der aus Ökostrom entsteht, verbessert sich die Treibhausgasbilanz weiter: In der Well-to-Wheel-Betrachtung, die alle Faktoren von der Quelle des Kraftstoffs bis zum Rad mit einbezieht, bleibt der CO₂-Ausstoß unter 30 g/km. Mit 81 kW (110 PS) und 200 Nm Drehmoment erzielt der Audi A3 g-tron über 190 km/h Spitze, der Spurt von 0 auf 100 km/h dauert elf Sekunden.

A3 e-tron

Der Audi A3 e-tron ist ein Plug-in-Hybrid mit 150 kW (204 PS) Systemleistung und 350 Nm Systemdrehmoment. Er absolviert den Spurt von 0 auf 100 km/h in 7,6 Sekunden und erreicht 222 km/h Höchstgeschwindigkeit. Nach der ECE-Norm (Economic Commission for Europe) für Plug-in-Hybridautomobile begnügt sich der Fünftürer auf 100 Kilometer im Mittel mit 1,5 Litern Kraftstoff, das entspricht einer CO₂-Emission von 35 g/km. Im elektrischen Betrieb erreicht der Audi A3 e-tron 130 km/h, seine maximale elektrische Reichweite beträgt 50 Kilometer.

Die CO₂-Emissionen des A3 g-tron reduzieren sich massiv, wenn er nicht natürliches Methan (Erdgas) nutzt, sondern regenerativ erzeugtes Methan, das bei Audi e-gas genannt wird. Dieses synthetische Methan stellen wir in einer Pilotanlage im Emsland her, unweit der Nordseeküste. Treibendes Element der Methanisierungsanlage ist anderweitig nicht genutzter Strom aus Windkraftanlagen (vgl. Regenerative Kraftstoffe).

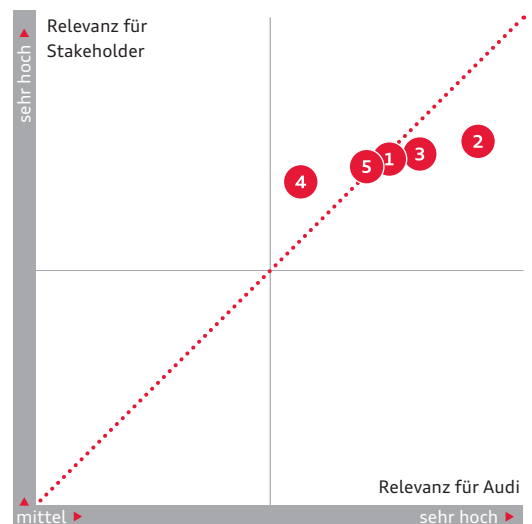
Sicherheit stetig steigern

Seit vielen Jahren arbeiten wir an der Verbesserung der passiven und aktiven Sicherheit der Fahrzeuge. Erkenntnisse aus einer interdisziplinär aufgebauten Audi Unfallforschung fließen in die Entwicklungsarbeit – die sehr guten Bewertungen in den einschlägigen Crash-Test-Serien zeigen den Erfolg dieser Arbeit. Jenseits der Karosseriekonstruktion nehmen aktive Sicherheitssysteme einen immer größeren Raum ein. Anhand einiger Assistenzsysteme zeigen wir das Zusammenspiel von komplex vernetzter Sensorik und „traditioneller“ Fahrzeugtechnik, um Unfälle zu verhindern oder zumindest die Unfallfolgen abzumildern (vgl. Fahrzeugsicherheit).

Die Sicht der Stakeholder

2012 haben wir unsere Anspruchsgruppen gebeten, wesentliche Aspekte der Produktverantwortung in puncto Relevanz zu beurteilen. Generell werden Themen aus dem Bereich Produkt gegenüber anderen Bereichen wie Mitarbeiter oder Gesellschaft von allen Anspruchsgruppen mit der höchsten Relevanz versehen. Hohe Bedeutung haben hier Kraftstoffverbrauch und Emissionen, Innovation und Effizienzsteigerung sowie alternative Antriebe. Ein innovativer Schritt ist für uns das e-gas Projekt zur Entwicklung alternativen Kraftstoffs.

- 1 alternative Antriebstechnologien
- 2 Kraftstoffverbrauch und Emissionen
- 3 Innovation und Effizienzsteigerung
- 4 Ressourcen- und Umweltbilanz
- 5 Fahrzeugsicherheit



#210

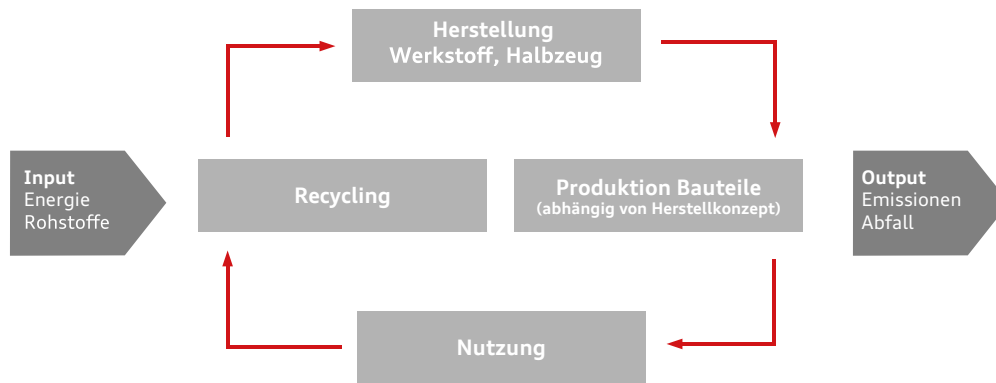
Der gesamte Lebenszyklus im Blick

Auf den ersten Blick ist es ganz einfach: Man füllt Kraftstoff in ein Automobil, fährt damit und erzeugt Abgase, die über den Auspuff entweichen. Das ist der Teil der Automobilität, der den meisten präsent ist. Bei Audi nehmen wir jedoch die komplette automobiler Prozesskette in den Fokus.

Mobilität ist immer mit Umweltauswirkungen verbunden. Im Fokus stehen bei Verbrauchern und Gesetzgebern häufig nur jene Emissionen, die am Auspuff eines Automobils gemessen werden. Das ist zu kurz gedacht. Audi betrachtet die gesamte Kette von Prozessen und Produkten, die zur Mobilität gehören. Wir wollen positive Beispiele für den verantwortungsvollen Umgang mit endlichen Ressourcen setzen. Unser Ziel ist, die Umweltauswirkungen eines jeden Modells im Vergleich zum Vorgänger zu verringern (vgl. Umweltmanagement).

Umweltbilanzen für den kompletten Lebenszyklus (Life Cycle Assessment, LCA) eines Fahrzeugs geben wichtige Hinweise darauf, wie groß zum Beispiel der CO₂-Rucksack ist, den ein Modell aufgrund der Herstellung mit auf die Straße nimmt. Wir betrachten dabei nicht nur die einzelnen Bestandteile eines Fahrzeugs, sondern das Gesamtsystem von der Herstellung über die Nutzung bis zum Recycling. Denn schon bei den ersten Konzeptfestlegungen in der Produktentstehungsphase werden irreversible Entscheidungen getroffen, die großen Einfluss auf die Materialauswahl, die Produktion und auf die gesamte Lieferkette haben. Unsere Umweltbilanzen erstellen wir nach der internationalen Normreihe ISO 14040 ff. Wir werden Umweltbilanzen zu allen neuen Modellbaureihen erarbeiten und zur jeweiligen Markteinführung veröffentlichen.

Lebenszyklusbetrachtung eines Fahrzeugs bei einer Umweltbilanz



Optimierte Produktionsverfahren, effizientere Antriebstechnologie, verbessertes Energiemanagement und die Reduzierung des Gewichts haben in der Umweltbilanz des aktuellen Audi A3 1.4 TFSI eine neunprozentige Reduzierung des Treibhauspotenzials (CO₂ und andere treibhauswirksame Gase) gegenüber dem Vorgängermodell zur Folge. Darüber hinaus werden in der Umweltbilanz unter anderem die Auswirkungen auf die Eutrophierung von Gewässern und die Sommersmogbildung sowie das Versauerungs- und das Ozonabbau-potenzial erfasst.

Damit zeigt die Lebenszyklusanalyse des A3 auch andere umweltrelevante Aspekte auf, die gerade nicht so stark im Brennpunkt des öffentlichen Interesses liegen wie Treibhausgase.

Die Ingenieure bei Audi versuchen, für alle Lebenszyklusphasen Maßnahmen zur Reduzierung der Umwelteinflüsse zu ergreifen. Das geschieht durch verbesserte Prozessketten, die Entwicklung erneuerbarer Kraftstoffe und die Konzeption verbesserter Recyclingverfahren (vgl. Regenerative Kraftstoffe).

Design for Environment – 95 Prozent Verwertbarkeit nach dem Fahrzeugleben werden sichergestellt

Ein verantwortungsvoller Umgang mit Ressourcen zeigt sich auch bei der Frage der Rezyklierbarkeit des Fahrzeugs selbst und im tatsächlichen Einsatz von sekundären Roh- und Werkstoffen in der Produktion konkreter Bauteile. Dabei geht es um Materialien, die nach ihrer Nutzung durch Recycling zurückgewonnen werden und anschließend als Werkstoff für ein neues Produkt dienen.

Für 95 Prozent des Fahrzeuggewichts können wir die Verwertbarkeit nachweisen. Besonders die metallischen Werkstoffe können fast vollständig einer erneuten Verwendung zugeführt werden. Auch recycelte Kunststoffe werden eingesetzt, etwa bei Stoßfängerabdeckungen, Radlaufschalen oder Kofferraummulden. Entscheidend ist dabei, dass die wiederverwendeten Kunststoffe den gleichen Qualitätskriterien wie neue Kunststoffe genügen (vgl. Materialkreisläufe).

Wirkungsgradsteigerung im Zeichen des Zielkonflikts

Ressourceneffizienz ist ein Thema, das wir auf vielen Ebenen unseres Unternehmens verfolgen. Am deutlichsten sichtbar wird es aber bei unseren Automobilen – unsere Aufgabe lautet deswegen, einander widersprechende Anforderungen zu erfüllen: Wie gelingt es, dass ein Fahrzeug gleichzeitig sicherer, leichter, komfortabler und auch noch sparsamer im Kraftstoffverbrauch wird?

Sportlich, progressiv, hochwertig – das ist der gemeinsame Nenner aller Automobile mit den Vier Ringen. Und gerade die Eigenschaft „progressiv“ bezeichnet den Bereich, in dem Innovationen entwickelt werden, die unsere Produkte für Kunden attraktiver, komfortabler, und auch effizienter machen. Denn die große Herausforderung für unsere Ingenieure ist, die steigenden Ansprüche an Komfort und Sicherheit mit den Erfordernissen der Energieeffizienz zu vereinbaren.

Das Umweltbewusstsein vieler Verbraucher steigt ebenso wie die Anforderungen, die von nationalen Gesetzgebungen an unsere Fahrzeuge gestellt werden. Deswegen ist eines unserer zentralen Entwicklungsziele, hochwertige Automobile auf den Markt zu bringen, die möglichst effizient mit dem Kraftstoff umgehen und damit auch für geringere Emissionen bei individueller Mobilität sorgen.

Als sichere Erkenntnis gilt derzeit, dass es keinen Königsweg für die Antriebe der Zukunft gibt. Daher arbeiten wir sowohl an verschiedenen Formen alternativer Antriebe (vgl. Alternative Antriebe) als auch an der ständigen Wirkungsgradverbesserung bei Fahrzeugen mit Verbrennungsmotor.

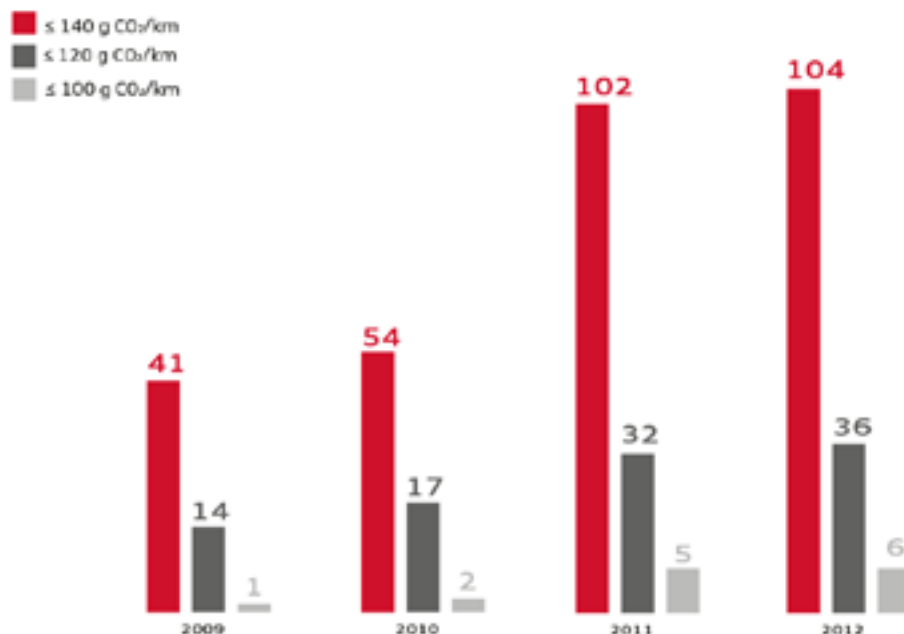
Laut einer Studie des Center of Automotive Management im Oktober 2012 war Audi der Premiumhersteller mit der besten CO₂-Bilanz seiner Fahrzeuge. Untersucht wurde der Flottenverbrauch der in Deutschland im ersten Halbjahr 2012 verkauften Premiumfahrzeuge. (Center of Automotive Management, Innovationen in der Antriebstechnologie, 12.10.2012, S. 16)

Am Ende des Jahres 2012 erreichten insgesamt 104 Modellvarianten einen CO₂-Ausstoß von bis zu 140 g/km, 36 Antriebsvarianten waren mit CO₂-Emissionen von bis zu 120 g/km verfügbar. Vier Varianten der Baureihen A1 und A3 erzielten dabei den Wert von 99 g CO₂/km. Die durchschnittlichen CO₂-Emissionen der im Jahr 2012 in der Europäischen Union verkauften Neufahrzeuge der Marke Audi erreichten auf der Basis vorläufiger Berechnungen rund 138 g CO₂/km.

138 g

CO₂/km beträgt die durchschnittliche Emission der im Jahr 2012 in der EU verkauften Audi Neufahrzeuge.

Anzahl Audi Modelle (Jahresendstand)



Modularer Effizienzbaukasten

Audi hat mit seinen TDI- und TFSI-Motoren wichtige Meilensteine für die Steigerung des Wirkungsgrads von Verbrennungsmotoren gesetzt. Kleinere, sparsamere und gleichzeitig leistungsfähigere Motoren mit hohem Drehmoment sind das Entwicklungsziel, das wir „rightsizing“ nennen. Hohes Drehmoment erlaubt längere Getriebeübersetzungen und damit niedrigere Drehzahlen, ohne die dynamischen Fähigkeiten unserer Modelle zu beeinträchtigen. Die einzelnen Technologien für die noch bessere Nutzung des Kraftstoffs fassen wir im sogenannten Modularen Effizienzbaukasten zusammen, der Technikfelder umfasst, die über den Antrieb hinausgehen und die Effizienz des Gesamtfahrzeugs weiter steigern.

**Technologien im
Modularen
Effizienzbaukasten**

Audi ultra Leichtbau

- ▶ Audi Space Frame (ASF)
- ▶ innovative Materialkombinationen

Nebenaggregate

- ▶ elektromechanische Lenkung
- ▶ verbesserte hydraulische Lenkung
- ▶ bedarfsgeregelte Nebenaggregate

Getriebe

- ▶ 6- und 7-Gang-Doppelkupplungsgetriebe S tronic
- ▶ 8-stufige tiptronic
- ▶ multitronic
- ▶ Freilauffunktion



Assistenzsysteme

- ▶ ökonomische Routenführung
- ▶ dynamische Staumfahrung
- ▶ Schaltanzeige
- ▶ Audi adaptive cruise control mit Stop&Go-Funktion
- ▶ LED-Tagfahrlicht
- ▶ Fahrerinformationssystem mit Effizienzprogramm
- ▶ Audi drive select mit Modus „efficiency“

Fahr- und Rollwiderstände

- ▶ Aerodynamikmaßnahmen
- ▶ rollwiderstandsoptimierte Reifen

Motoren

- ▶ TDI
- ▶ TDI clean diesel
- ▶ Common-Rail-Technologie
- ▶ FSI
- ▶ TFSI
- ▶ Audi valvelift system
- ▶ Hybridtechnologie
- ▶ cylinder on demand

Energiemanagement

- ▶ hocheffiziente Klimaanlage
- ▶ Rekuperation
- ▶ Start-Stopp-System
- ▶ innovatives Thermomanagement

Schritt für Schritt werden die Elemente des Effizienzbaukastens bei Modellwechseln oder Produktaufwertungen in neuen Audi Fahrzeugen umgesetzt. So sind heute fast alle Audi Modelle serienmäßig mit einem Start-Stopp-System ausgestattet. Bei der Überarbeitung des Q5 im Jahr 2012 wurde durch Effizienzmaßnahmen der Verbrauch der TDI- und TFSI-Motoren um bis zu 15 Prozent reduziert. Beim aktuellen A3 Sportback tragen diese Technologien dazu bei, den Verbrauch im Vergleich zum Vorgängermodell um durchschnittlich neun Prozent zu senken.

Einflussfaktor Fahrverhalten

Neben der Aggregatetechnik gibt es einen weiteren entscheidenden Einflussfaktor auf die Kraftstoffeffizienz: Der Mensch am Lenkrad bestimmt bis zu etwa 30 Prozent des Verbrauchs mit seinem Verhalten. Wir weisen die Fahrer mit Schaltanzeigen oder mit dem Effizienzprogramm im Fahrerinformationssystem auf Möglichkeiten zum Spritsparen hin. Eine besonders ökonomische Routenführung beherrschen die Audi Navigationssysteme bereits heute. In Zukunft wird Audi ein Assistenzsystem anbieten, das Navigationsdaten mit der Antriebssteuerung und dem Fahrerinformationssystem kombiniert. Der „prädiktive Effizienzassistent“ unterstützt das vorausschauende Fahren. Er erkennt beispielsweise, wenn eine Kuppe bevorsteht, und gibt dem Fahrer den Hinweis, dass er das Automobil ab jetzt ohne Motoreinsatz rollen lassen kann.

Leichtbautechnologie kehrt die Gewichtsspirale um

In den vergangenen Jahren haben höhere Sicherheitsanforderungen und gestiegene Ansprüche an Komfort in der Automobilindustrie zu einer deutlichen Erhöhung des Fahrzeuggewichts beigetragen. Dabei können 100 Kilogramm weniger Gewicht den Kraftstoffverbrauch um etwa 0,3 Liter pro 100 Kilometer senken. Leichtbau und die dadurch erreichte Umkehrung der Gewichtsspirale bilden daher eine ganz wesentliche Voraussetzung für die Effizienzsteigerung des Gesamtsystems „Fahrzeug“. Die Marke Audi hat alle Leichtbautechnologien unter dem Namen Audi ultra gebündelt. Gleichzeitig hat das Unternehmen den Anspruch definiert, dass jedes neue Audi Modell leichter als sein Vorgänger werden soll.

Bei der aktuellen Generation des Audi A3 konnte das Gewicht um bis zu 90 Kilogramm gegenüber dem Vorgänger verringert werden. So bestehen Motorhaube, vordere Kotflügel und weitere Teile des Vorderwagens aus Aluminium, um einerseits Gewicht zu sparen und andererseits die Gewichtsverteilung zu optimieren. Eine vergleichbare Gewichtsreduktion ist beim Audi A6 zu verzeichnen. Hoch- und höchstfeste Stahlsorten spielen beim Leichtbau ebenfalls eine große Rolle – diese Teile können bei gleicher oder höherer Belastbarkeit dünnwandiger und damit leichter ausfallen. Das wichtigste Prinzip beim Leichtbau lautet „der richtige Werkstoff in der richtigen Menge an der

richtigen Stelle“. Mit einem intelligenten Materialmix, etwa aus Stählen verschiedener Festigkeiten und optimierten Leichtmetallwerkstoffen, werden im Karosseriebau gleichzeitig bessere Funktionseigenschaften und geringeres Gewicht erzielt.

Auch in der Leichtbautechnologie ist die ganzheitliche Sichtweise von Bedeutung. So wird Carbon nur dort eingesetzt, wo es vom Wirkungsgrad her Sinn ergibt. Denn: Carbon trägt aufgrund der Herstellung einen großen CO₂-Rucksack, der durch die Gewichts- und damit Verbrauchsreduzierung erst überkompensiert werden muss, um in der Gesamtbilanz positive Effekte zu zeigen.

#230

Produkt / Alternative Antriebe

Viele Arten des Antriebs, ein Ziel: individuelle Mobilität

Vor gut 110 Jahren hat sich der Verbrennungsmotor als scheinbar einzig sinnvoller Antrieb für Automobile etabliert. Fossile Kraftstoffe schienen endlos verfügbar. Heute wissen wir mehr über die globalen Zusammenhänge und entwickeln daher alternative Antriebe, die Mobilität auch in der Zukunft verantwortungsvoll und attraktiv ermöglichen.

In einem Sektor, dessen Produkte im Normalfall eine Vorlaufzeit von vier oder fünf Jahren haben – plus eine Produktlebensdauer von mindestens zehn Jahren –, ist es notwendig, zukünftige Entwicklungen vorwegzunehmen oder vorzubereiten. Benzin oder Diesel sind nach wie vor in unseren Entwicklungsabteilungen wichtige Kraftstoffe. Genauso wichtig aber sind mittlerweile Strom oder (möglichst regenerativ erzeugtes) Methangas als Kraftstoffe für die Automobilantriebe der Zukunft. Unser Anspruch ist, das breiteste Angebot von Hybridmodellen im Premiumsegment bereitzuhalten – und darüber hinaus auf dem Weg zur CO₂-neutralen Mobilität weitere Möglichkeiten für andere umweltverträglichere Antriebsformen zu entwickeln.

Hybridfahrzeuge waren bei Audi schon auf der Entwicklungsagenda, als diese Kombination von Verbrennungs- und Elektromaschine noch als exotisch galt. Der Prototyp Audi 100 Avant duo von 1989 hatte Nickel-Cadmium-Akkus an Bord, die einen Elektromotor mit 9,3 kW antrieben. 1996 stellte das Unternehmen einen A4 Avant duo mit 21-kW-Elektromotor vor, der auch in Kleinserie hergestellt wurde.

Kompetenzzentrum für Lithium-Ionen-Speichertechnologie

Als eine Achillesferse der frühen Hybridmodelle erwies sich die wiederaufladbare Batterie. Aus diesem Grund haben wir für die aktuelle Generation der elektrifizierten Audi Modelle ein „Projekthaus Hochvolt-Batterie“ ins Leben gerufen. Seit Mai 2012 werden dort alle Fragen um die moderne Lithium-Ionen-Speichertechnologie bearbeitet – von grundlegenden Fragen zur Speicherung und Ladung über die Qualitätssicherung bis hin zum Musterbau und zur Kleinserienproduktion. Zweck des Projekthauses ist, alle Unternehmensbereiche und auch externe Partner, die an der Speicherung elektrischer Energie im Automobil beteiligt sind, an einem Ort zu versammeln und so die Kompetenzen weiter auszubauen.

e-tron Hybridmodelle mit Lademöglichkeit per Steckdose

In den Modellreihen Q5, A6 und A8 hat Audi bereits Hybridmodelle im Angebot. Der nächste Schritt werden sogenannte Plug-in-Hybride sein – Fahrzeuge, die einen noch größeren rein elektrischen Aktionsradius haben und per Steckdose aufgeladen werden können. Audi bündelt diese Gruppe von Fahrzeugen unter dem Begriff „e-tron“. So wurden im Frühjahr 2012 die Studie A6L e-tron concept in Peking und im Herbst die Konzeptstudie Audi crosslane coupé in Paris mit dieser Technologie vorgestellt.

Das erste e-tron Serienmodell ist der Audi A3 e-tron. Nach der ECE-Norm (Economic Commission for Europe) für Plug-in-Hybridautomobile begnügt sich der Fünftürer auf 100 Kilometer im Mittel mit 1,5 Litern Kraftstoff, das entspricht einer CO₂-Emission von 35 g/km. Im elektrischen Betrieb erreicht der Audi A3 e-tron eine Spitzengeschwindigkeit von 130 km/h, seine maximale elektrische Reichweite beträgt 50 Kilometer. Die spezifische Herausforderung für unsere Marke ist, nicht nur verbrauchsärmere Fahrzeuge mit alternativen Antriebskonzepten bereitzustellen, sondern zugleich den Fahrspaß und die Alltagstauglichkeit zu ermöglichen, die zum Selbstverständnis eines Audi gehören. Der A3 e-tron erfüllt diesen Anspruch mit einer Systemleistung (Elektro- und Verbrennungsmotor kombiniert) von 150 kW und einem Drehmoment von 350 Nm.

90 kg

wiegt der aktuelle Audi A3 durch Leichtbau weniger als das Vorgängermodell.

1989

hat Audi das erste Hybridfahrzeug entwickelt.

50 km

beträgt die maximale elektrische Reichweite des Audi A3 e-tron.



Beim Plug-in-Hybrid ist das Laden der Batterie per Kabel möglich.

Mehrere Fahrmodi zur Auswahl

Dieser Plug-in-Hybrid kann allein mit dem Verbrennungsmotor, nur per Elektroantrieb oder im Hybridmodus fahren. Erst auf Fahrerwunsch werden beide Antriebe gemeinsam aktiv. Wenn der Fahrer vom Gas geht, deaktivieren sich die Antriebe vorübergehend, sodass die Motorbremse nicht eingesetzt wird. Damit steigt die Effizienz deutlich, vor allem beim vorausschauenden Fahren. Bis zum Jahr 2020 wollen wir in jeder großen Modellreihe ein elektrifiziertes Fahrzeug anbieten.

Wir versuchen das Thema Elektromobilität ganzheitlich zu betrachten und beziehen das nicht nur auf Energiebilanzen, sondern auch auf den täglichen Umgang mit strombetriebenen Fahrzeugen. Die Infrastruktur für flüssige Kraftstoffe ist seit vielen Jahrzehnten verbreitet. Für Fahrzeuge, die Strom „tanken“, muss dagegen erst eine neue Infrastruktur aufgebaut werden. Was bei der elektrischen Zahnbürste im Kleinen funktioniert, ist beim Automobil im öffentlichen Raum nicht ohne Probleme umzusetzen – das kontaktlose Laden des Akkus per Induktion. Unsere Ingenieure arbeiten deswegen an stationären Ladeplatten, die etwa in Parkplätzen eingebaut werden können, und mit mobilen Ladeplatten, die die Energie an der Fahrzeugunterseite aufnehmen können.

Elektromobilität: Strom ist nicht gleich Strom

Für eine universelle kabelgebundene Lademöglichkeit hat Audi zusammen mit anderen Herstellern im Jahr 2012 den „eCarTec Award – Bayerischer Staatspreis für Elektromobilität“ gewonnen. Die prämierte markenübergreifende Ladeschnittstelle hat das Potenzial, die weltweite Markteinführung elektrifizierter Automobile zu fördern (vgl. ► [eCarTec](#)).

Automobile, die ihre Energie aus dem öffentlichen Stromnetz beziehen, müssen in ihrer Umweltbilanz auch berücksichtigen, wie dieser Strom erzeugt wurde. Deswegen steht Elektromobilität erst einmal nur für die lokale Emissionsfreiheit. Der Strommix des Energieversorgers entscheidet darüber, wie umweltverträglich diese Mobilitätsform ist. Die Bedeutung der ursprünglichen Energiequelle wird auch in den Life Cycle Assessments unserer Modelle deutlich (vgl. Ganzheitliche Bilanzierung).

Entscheidend ist die Kraftstoffvorkette

Ein anderes Beispiel für die ganzheitliche Betrachtung der Umweltauswirkungen eines alternativ angetriebenen Audi Modells sind die Werte, die für den A3 g-tron ermittelt wurden, dem ersten Audi, der mit Methan (Erdgas) betankt wird. Wird der Audi A3 g-tron mit dem regenerativ erzeugten Audi e-gas betrieben, verbessert sich seine Umweltbilanz erheblich. So emittiert ein Fahrzeug mit e-gas mindestens 75 Prozent weniger Treibhausgase als ein konventioneller Erdgasantrieb (vgl. Regenerative Kraftstoffe).

Produkt / Regenerative Kraftstoffe

#240

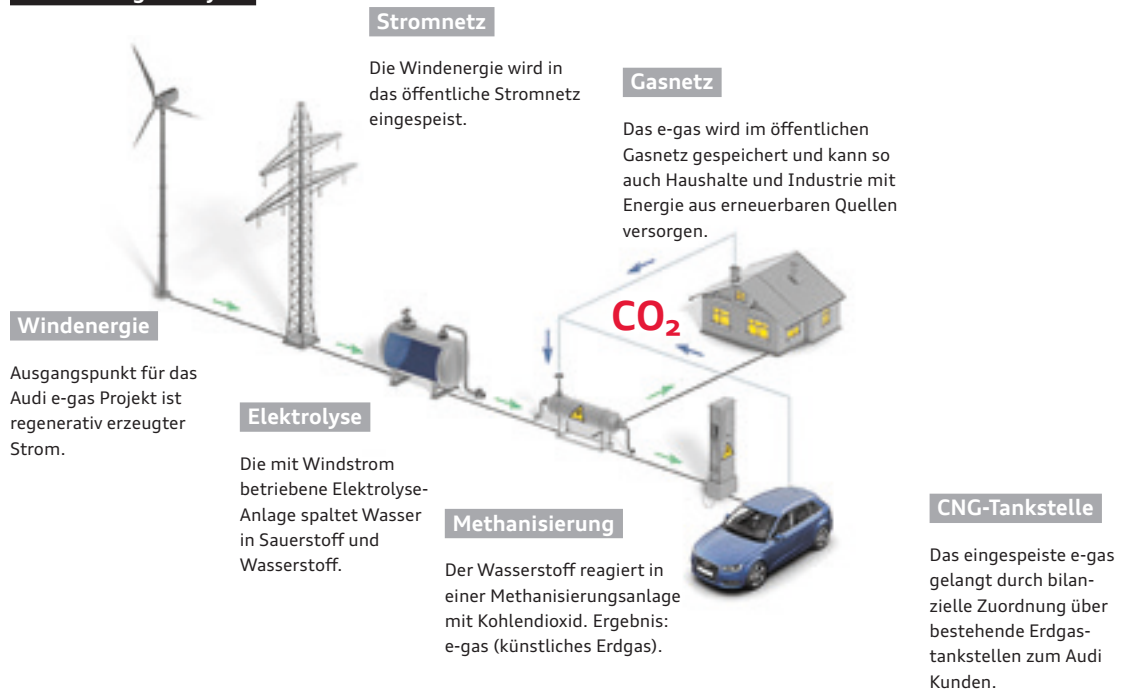
Regenerative Kraftbessere Umweltbilanz

Dass wir beim Autofahren Emissionen erzeugen, ist den meisten Menschen sehr wohl bewusst. Wo setzt man den Hebel an, wenn man diese entscheidend verringern möchte? Unsere Umweltbilanzen geben darauf eine klare Antwort – wir entwickeln deswegen nicht nur effizientere und alternative Antriebe, sondern auch alternative Kraftstoffe.

Wenn man bei dem Life Cycle Assessment eines modernen Pkw mit Verbrennungsmotor nach Möglichkeiten sucht, die Klimabilanz zu verbessern, findet sich das größte Potenzial in der Nutzungsphase. Ungefähr 80 Prozent der gesamten Treibhausgasemissionen fallen hier an. In der Gesamtumweltbilanz eines Fahrzeugs spielt daher die verwendete Primärenergie eine entscheidende Rolle. Deswegen legen wir einen Fokus auf die Entwicklung regenerativer Energieformen, die im Gesamtsystem Mobilität von der Quelle bis zur Verwendung im Fahrzeug einen Beitrag zur CO₂-Neutralität leisten können.

Ein wichtiger Schritt ist die e-gas Anlage, die derzeit im Emsland realisiert wird. Diese Methanisierungsanlage, die im Sommer 2013 in Betrieb genommen wird, ist die weltweit erste funktionale Anlage ihrer Art, die Strom- und Erdgasnetz tatsächlich miteinander verbindet. Hier wird die Möglichkeit geschaffen, mit überschüssigem Strom aus Windkraft Wasser in Sauerstoff und Wasserstoff aufzuspalten. Im nachfolgenden katalytischen Prozess entsteht dann aus Wasserstoff und CO₂ aus dem Abgasstrom einer benachbarten Biogasanlage synthetisches Methan, das Audi e-gas. Es kann direkt ins bestehende Erdgasnetz eingespeist und über CNG-Tankstellen (compressed natural gas) für den Betrieb von Erdgasautomobilen genutzt werden, etwa für den A3 g-tron, der Ende des Jahres 2013 in den Markt eingeführt wird.

**Wind speicherbar gemacht:
das Audi e-gas Projekt**



Mittlerweile haben große deutsche Energieversorger diese Idee der Strom-Gas-Kopplung aufgegriffen und ihrerseits entsprechende Projekte in die Wege geleitet. Überkapazitäten bei Wind- und Solarstrom lassen sich so in Form von Methan im Gasnetz speichern und transportieren. Die Energie kann dann neben der Erdgasmobilität genutzt werden, um beispielsweise mithilfe von Blockheizkraftwerken für Strom und Wärme zu sorgen, wenn Sonne und Wind gerade nicht genug Energie liefern. Mit dem e-gas Projekt ist Audi somit Teil und Treiber der Energiewende zugleich.

Audi A3 g-tron: 30 g CO₂/km durch e-gas

Welchen Effekt die Kraftstoffvorkette auf die Umweltauswirkung eines Fahrzeugs hat, lässt sich an den Werten zeigen, die für den mit e-gas betankten Audi A3 g-tron errechnet wurden. Betrachtet man eine umfassende Well-to-Wheel-Bilanz, so werden durch den Betrieb des A3 g-tron weniger als 30 Gramm CO₂-Äquivalente pro Kilometer emittiert. Der Begriff „Well-to-Wheel“ steht dabei für den Bereich von der Windenergie bis zur Nutzung des synthetischen Kraftstoffs für die Fortbewegung. Die Emissionen für Bau und Betrieb der Windräder sowie der e-gas Anlage sind dabei schon in diese 30 Gramm CO₂ eingerechnet. Im Fahrbetrieb des Automobils entsteht kein Gramm CO₂, das nicht vorher bei der e-gas Herstellung gebunden worden wäre. Zwischen der Herstellung des Kraftstoffs und seiner Verbrennung existiert also ein geschlossener CO₂-Kreislauf.

30 g

CO₂/km emittiert der Audi A3 g-tron.

Neue Biokraftstoffe: e-ethanol und e-diesel

Das e-gas ist nur ein Beispiel für die erneuerbaren Kraftstoffe, die wir in Zusammenarbeit mit hochspezialisierten Partnern entwickeln und die wir unter dem Begriff Audi e-fuels zusammenfassen. Wir bringen uns hierfür in die Entwicklung und Produktion von Biokraftstoffen der dritten Generation ein, die keine Biomasse benötigen und deswegen nicht in Konkurrenz zur Nahrungs- oder Futtermittelerzeugung stehen. Zwei weitere der zukünftigen Energieträger heißen e-ethanol und e-diesel.

Audi e-ethanol hat die gleichen chemischen Eigenschaften wie das auf dem Markt etablierte Bioethanol, das jedoch aus pflanzlicher Biomasse hergestellt wird. Das e-ethanol kann in beliebiger Beimischung zu herkömmlichem Benzin verwendet werden, also in den heute etablierten Ottokraftstoffen E5 und E10 genauso wie in E85-Kraftstoff, der in Skandinavien und Nordamerika größere Verbreitung hat und 85 Prozent Ethanol enthält. Das e-ethanol wird heute bereits in einer von Audi mitfinanzierten Demonstrationsanlage der Firma Joule zu Testzwecken in New Mexico hergestellt.

Spezielle Mikroorganismen erzeugen aus Salz- oder Abwasser, Kohlendioxid und Sonnenlicht die für e-ethanol oder e-diesel benötigten chemischen Energieträger. Der Prozess der sogenannten oxygenen Photosynthese wurde dafür so verändert, dass die Organismen aus Kohlendioxid direkt Ethanol oder langkettige Alkane herstellen. Letztere bilden einen wichtigen Bestandteil von Dieselmotorkraftstoff.

Der synthetische e-diesel zeichnet sich durch besondere Reinheit aus, er verbrennt sauberer als Diesel aus Rohöl, weil er frei von Schwefel, Stickstoff und aromatischen Kohlenwasserstoffen ist.

Nimmt man den Ertrag an e-ethanol oder e-diesel pro Flächeneinheit zum Vergleich, so schneiden nach aktuellen Prognosen diese synthetischen Kraftstoffe um ein Vielfaches besser ab als heutige Biokraftstoffe aus Raps, Mais oder Zuckerrüben. Zudem kommen für die Produktion dieser Kraftstoffe auch Flächen infrage, die wegen ihrer Kargheit nicht für die Nahrungsmittelproduktion geeignet sind, wie zum Beispiel Wüstenregionen.



Cyanobakterien produzieren in Zukunft erneuerbare Kraftstoffe.

Produkt / Fahrzeugsicherheit

#250

Drei Säulen für die Sicherheit

Eine der grundlegendsten Anforderungen an Mobilität lautet Sicherheit. Dies gilt umso mehr, wenn sich die Verkehrsdichte erhöht – gerade in urbanen Zentren. Wir legen deswegen bei der Entwicklung unserer Fahrzeuge ein besonderes Augenmerk auf das Zusammenspiel von passiven und aktiven Sicherheitssystemen.

Automobile im Straßenverkehr sind Teil eines hochdynamischen Systems mit vielen unberechenbaren Einflussfaktoren. Wir setzen daher bei der Weiterentwicklung der Fahrzeugsicherheit auf drei Säulen: Optimierung von Karosserie und Interieur im Sinne von Insassen- und Partnerschutz, aktive Systeme, die zur Vermeidung bzw. Abmilderung von Unfällen beitragen können, und schließlich die interdisziplinäre Unfallforschung.

Techniker, Mediziner und Psychologen erforschen Unfallursachen

Die Audi Accident Research Unit (AARU) ist eine vor 15 Jahren gegründete Kooperation mit dem Universitätsklinikum Regensburg. Ziel ist, durch die strukturierte Analyse von Unfällen Wissen über Unfallursachen und -abläufe zu erlangen, das dann für die Entwicklung aktiver und passiver Sicherheitstechnologien in den Fahrzeugen verwendet wird. Ein Team aus Technikern, Psychologen und Mediziner untersucht Unfälle, bei denen mindestens ein aktuelles Audi Modell beteiligt ist und ein Airbag ausgelöst hat oder eine Person verletzt wurde. Zusätzlich zur Analyse der Unfallstelle und der Fahrzeuge werden Interviews mit den Unfallbeteiligten geführt, damit der Ablauf des Unfalls aus verschiedenen Perspektiven rekonstruiert werden kann.

Die AARU ist zudem in mehrere Forschungsprojekte mit Universitäten eingebunden, die sich mit den Reaktionsmustern von Fahrern in Unfallsituationen oder mit dem Lernen aus Kreuzungsunfällen für Fahrerassistenzsysteme und Infrastruktur befassen.

Nach über 700 im Detail analysierten Verkehrsunfällen kristallisiert sich heraus, dass sogenannte Informationsfehler eindeutig am häufigsten auftreten. Ein Beispiel aus der Auswertung von Unfällen an Kreuzungen: Erhöhte Ablenkung bei der Informationsaufnahme führt zusammen mit Fehleinschätzungen in Bezug auf Entfernung oder Geschwindigkeit anderer Fahrzeuge zum Unfall.

Vernetzte Assistenzsysteme informieren, warnen, schützen

Erkenntnisse wie diese fließen direkt in die technische Entwicklung von Fahrerassistenzsystemen ein, etwa in das Sicherheitspaket „Audi pre sense“, das in verschiedenen Ausbaustufen erhältlich ist (vgl. ► [Basisinformationen Audi MediaServices](#))

Im neuen Audi A3 ist darüber hinaus der „Bremsassistent Folgekollision“ verbaut. Dieses System sorgt dafür, dass sich das Automobil nach einem Zusammenstoß nicht unkontrolliert weiter bewegt, sondern abgebremst wird und somit Folgen einer eventuellen Zweitkollision gemildert werden.

Im Jahr 2012 wurde eine neue Sicherheitstechnologie eingeführt, die Lenkbewegungen und einige andere Parameter untersucht. Bewegt sich das Fahrzeug im Geschwindigkeitsbereich von 65 bis 200 km/h und werden ungewöhnliche Lenkbewegungen registriert, wird im Display eine auffällige Pausenaufforderung eingeblendet.



Die Begutachtung des Unfallfahrzeugs ist eine der Aufgaben der Audi Accident Research Unit (AARU).

Die Fahrerassistenzsysteme von Audi agieren nach einer strengen Handlungshierarchie: erst informieren, dann warnen, unterstützen und schließlich schützen. Die Entwickler arbeiten an neuen, noch stärker vernetzten Systemen, die zum Beispiel Unfälle an Kreuzungen vermeiden helfen oder beim Aussteigen per Heckradar vor nahenden Fahrzeugen oder Radfahrern warnen. Bei den Assistenzsystemen der kommenden Generation werden Informationen von mehr als zwei Dutzend Steuergeräten oder Sensoren verrechnet, um sowohl aktive Sicherheit als auch Komfort zu erhöhen.

Eine deutlich höhere Sicherheit für Fahrten bei Dunkelheit bietet der Nachtsichtassistent, der bisher in den Modellen A6, A7 und A8 angeboten wird: Eine Infrarotkamera hebt Personen in einem Bereich von 15 bis 90 Metern Entfernung deutlich hervor. Erkannte Personen, mit denen eine Kollision drohen kann, werden auf dem zentralen Display markiert. Zusätzlich wird die Aufmerksamkeit mit dem Markierungslicht der Hauptscheinwerfer durch dreimaliges Blinken erhöht. Dadurch sinkt das Risiko von nächtlichen Unfällen mit unbeleuchteten Radfahrern und dunkel gekleideten Fußgängern beträchtlich.



Passive Sicherheit: Automobile so konstruieren, dass Menschen geschützt werden

Zu den wichtigsten Gradmessern für die aktive und passive Sicherheit eines Automobils zählt der Test des Euro-NCAP-Konsortiums. Im Jahr 2012 wurde neben dem Audi A6 der Audi A3 gleich vier Mal mit dem „Euro NCAP Advanced“-Preis ausgezeichnet, weil die Assistenzsysteme nach Meinung der unabhängigen Jury einen besonderen Beitrag zum Personenschutz leisten (vgl. ► [Euro NCAP](#)).

Das Design unserer Fahrzeuge soll die Kunden begeistern. Zugleich muss es aber sowohl für Insassen als auch für Fußgänger die Sicherheit gewährleisten – häufig eine Aufgabenstellung, die Konstrukteure vor Zielkonflikte stellt. Wie dieser Zielkonflikt gelöst werden kann, zeigt der neue A3, der beim Crash-Test von Euro NCAP im Jahr 2012 die beste Bewertung von fünf Sternen erreicht hat. Die Abkürzung NCAP steht für „New Car Assessment Programme“ und stellt einen Prüfstandard dar, der bei Front-, Seiten- und Heckaufprallsituationen die Sicherheit von Erwachsenen und Kindern bewertet. Neben dem NCAP für Europa gibt es eine vergleichbare Organisation für die USA (U.S. NCAP) und Australien bzw. Asien.

Bei diesem Australasia NCAP hat etwa der Audi Q3 im Herbst 2012 die Topbewertung von fünf Sternen erreicht. Zur Bewertung gehören Front- und Seitencrash sowie Fußgängerschutz und Sitzsicherheit. Beim US-amerikanischen Crash-Test haben die Modelle A4 und S4 (jeweils mit dem Allradantrieb quattro) ebenfalls die höchste erreichbare Sternenzahl erzielt. Darüber hinaus haben die aktiven Sicherheitssysteme „lane departure warning“ und die Kollisionswarnung die Tests von U.S. NCAP bestanden (vgl. ► [Australasia NCAP Audi Q3](#) und ► [safercar.gov A4](#)).

Bei einer neuen Form des Crash-Tests in den USA schnitt Audi zusammen mit anderen Herstellern unterdurchschnittlich ab. Wir nehmen dies sehr ernst und lassen die Erkenntnisse aus diesem „Small Overlap“-Crash-Test in die Fahrzeugentwicklung mit einfließen.

Den gesamten Lebenszyklus bewerten

Als Leiter Umwelt Produkt muss Reiner Mangold Position beziehen – zu Elektromobilität und Audi e-fuels, zu Leichtbau und Traktionsbatterien. Er erläutert den strategischen Ansatz des Audi Konzerns für die Mobilität der Zukunft.

Wie sieht die Mobilität der Zukunft aus und wie stellt sich Audi darauf ein?

» Sicher ist: Die Mobilität der Zukunft wird vielfältig sein. Es ist eine unserer wesentlichen Herausforderungen als Automobilhersteller, für jeden unserer Kunden weltweit das richtige, für ihn stimmige Konzept anzubieten. Gleichzeitig wollen und werden wir neue technologische Möglichkeiten aufzeigen, die ganz neue Dimensionen in puncto Klima- und Ressourcenschonung eröffnen. Denn wir bei Audi haben den Anspruch, nicht Markttrends hinterherzulaufen, sondern die Zukunft durch neue Technologien und intelligente Konzepte aktiv zu gestalten.

Wie wollen Sie diese neuen Dimensionen beim Thema Nachhaltigkeit erreichen?

» Wir schauen nicht nur auf die Emissionen, die ein Fahrzeug ausstößt, sondern wir analysieren den gesamten Produktlebenszyklus inklusive der Energievorkette eines Fahrzeugs. Mithilfe einer umfassenden Umweltbilanzierung können wir frühzeitig analysieren und beeinflussen, welche Maßnahmen in der Summe wirklich einen positiven Effekt über den gesamten Lebenszyklus eines Fahrzeugs bringen. Und deswegen arbeiten wir auch in diversen Projekten an den Möglichkeiten, unseren Kunden klimaschonendere Energieträger zur Verfügung zu stellen. Denn in der Nutzungsphase eines Autos bieten

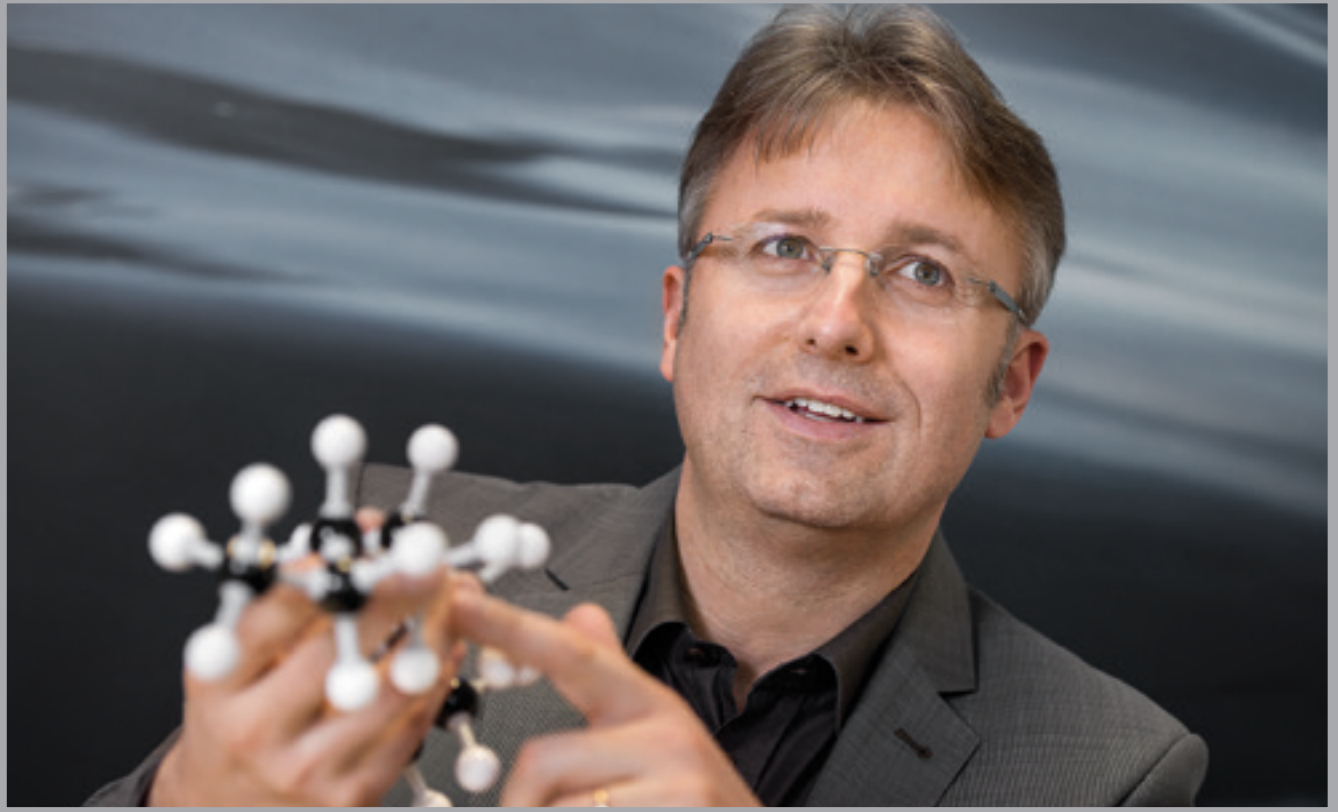
sich weiterhin die größten Potenziale, wirklich entscheidende Schritte in Richtung Klimaneutralität voranzukommen. Mit unseren Audi e-fuels zeigen wir ganz konkret, dass es neben dem elektrischen Fahren mit erneuerbarem Strom auch für die Mobilität auf längeren Strecken weniger klimaschädliche Konzepte gibt.

Aber es ist immer noch der Autofahrer, der sich für einen Kraftstoff entscheidet oder für einen bestimmten Stromvertrag. Bedeutet das, der Ball liegt beim Autofahrer?

» Auf der einen Seite ist es tatsächlich so: Ohne den Kunden geht gar nichts. Ein Auto kann noch so effizient und umweltfreundlich sein – wenn es niemand kauft, weil es zu teuer ist oder nicht praktikabel genug, dann ist der Effekt für die Umwelt gleich null. Das Gleiche gilt bei erneuerbaren Kraftstoffen oder grünem Strom. Der Kunde muss am Ende den Ball aufnehmen. Aber wir als Automobilhersteller stehen gemeinsam mit den Energieversorgern zunächst mal in der Verantwortung, die entsprechend attraktiven Angebote zu entwickeln und bereitzustellen.

Gibt es denn solche Angebote schon bei Audi?

» Im Bereich Effizienz haben wir sie bereits mit sehr sparsamen Fahrzeugmodellen und auch mit Spritspartrainings, die unsere Audi driving experience anbietet. Aber wir wollen neue Standards setzen in einer gesamtgesellschaftlich CO₂-reduzierten Mobilität. Schon bald werden wir



» Reiner Mangold
Leiter Umwelt Produkt

da ein sehr überzeugendes Angebot realisieren: In Kombination mit dem CNG-Fahrzeug Audi A3 g-tron, das Ende 2013 auf den Markt kommt, wird der Kunde auch erneuerbares Erdgas, unser Audi e-gas, ordern können. Damit wird es grundsätzlich möglich sein, zum Beispiel mit den Windüberschüssen aus dem Herbst im nächsten Frühling CO₂-neutral Auto zu fahren. Und zwar ein Auto, das mit relativ geringem Energieaufwand hergestellt werden kann und sehr gut recycelbar ist.

Sie haben von ganzheitlicher Bilanzierung gesprochen: Wie setzen Sie die Erkenntnisse aus diesen Analysen in Ihren Produkten um?

» Nehmen wir als Beispiel den neuen Audi A3: Er ist, obwohl größer, sicherer und geräumiger als sein Vorgänger, um bis zu 90 Kilogramm leichter geworden. Und damit natürlich auch sparsamer. Bei der Auswahl der Materialien spielen technische, wirtschaftliche, aber eben auch ökologische Überlegungen eine Rolle. Wir haben uns in der Konzeptphase die Frage gestellt: Bringt die Verwendung von hochfesten Stählen oder von Aluminium in der Gesamtbilanz des A3 tatsächlich einen Vorteil für die Umwelt? Denn beide Werkstoffe erfordern zunächst einen höheren Energieeinsatz als normales Stahlblech. Beim A3 1.4 TFSI mit Verbrennungsmotor ist die Antwort positiv: In der Treibhausgasbilanz über den gesamten Lebenszyklus ist er gegenüber seinem Vorgänger um neun Prozent besser geworden. Deutlich schwieriger ist die

ökologische Kompensation von energieintensiven Leichtbaumaterialien beim Elektrofahrzeug: Es ist effizienter, gewinnt einen großen Teil seiner Bremsenergie zurück und wird in der Regel nicht die Laufleistung eines langstreckentauglichen Automobils mit Verbrennungsmotor erreichen.

Wie sehen generell Umweltbilanzen für Elektroantriebe aus?

» Für die Nutzungsphase gilt: Das Elektroauto ist unschlagbar gut, wenn es um lokale Emissionen geht. Und auch bezüglich CO₂ ist seine Bilanz hervorragend, wenn dem Auto eindeutig Strom aus erneuerbaren Energien zugeordnet werden kann. Wenn aber das elektrische Fahren dazu führt, dass in den Kraftwerken mehr fossile Energieträger verbrannt werden müssen, ist die Treibhausgasbilanz negativ im Vergleich zu Fahrzeugen mit Verbrennungsmotoren. In Bezug auf die Produktion bringt ein batterieelektrisches Fahrzeug heute gegenüber einem Fahrzeug mit Verbrennungsmotor einen deutlich größeren ökologischen Rucksack mit. Das ist im Wesentlichen den Rohstoffen für Traktionsbatterie und Elektroantrieb geschuldet. Wir arbeiten daher an einer Minimierung des Materialeinsatzes und an Recyclingkonzepten für die genannten Komponenten. Unsere Vision – und nicht nur für Elektroantriebe: treibhausgasneutrale Mobilität in einer gesamthaften Cradle-to-Cradle-Betrachtung. Das heißt: Nutzung von regenerativen Energieträgern und Wiederverwertung der eingesetzten Materialien.

»Für die Automobilbranche ist die Ressourcenschonung in der Produktion eine zentrale Herausforderung.«

Politiker

03

Umwelt

**»Die abwasser-
freie und
CO₂-neutrale
Fabrik gibt
die Richtung
vor.«**

Mitarbeiter von Audi

#300

Umweltschutz über die gesetzlichen Anforderungen hinaus

Längst ist Effizienz zum obersten Gebot im Umgang mit Ressourcen, Energieerzeugung und -verbrauch geworden. Dies ist die klare Leitlinie für die Umweltpolitik der AUDI AG.

Eine erhöhte Konzentration von Treibhausgasen in der Atmosphäre führt zu einer Erwärmung der Erde und damit zu einem Wandel des Klimas. Neben natürlichen Prozessen wie Verrottung von Biomasse, Waldbränden oder Vulkanausbrüchen ist von Menschen erzeugte und verbrauchte Energie die Hauptursache für CO₂. Die Industriestaaten haben sich bereits 1997 im Kyoto-Protokoll verpflichtet, ihre Emissionen der sechs wichtigsten Treibhausgase, darunter CO₂, im Zeitraum 2008 bis 2012 um mindestens fünf Prozent unter das Niveau von 1990 zu senken. 2012 wurde die Erreichung dieses Ziels auf dem Klimagipfel von Doha auf 2020 verschoben. Die Staaten der EU haben beschlossen, ab 2014 bindende Vorschriften für das Energiesparen zu erlassen, die sowohl für Regierungen als auch für Unternehmen gelten.

Die Sicht der Stakeholder

2012 haben wir unsere Anspruchsgruppen im Rahmen einer Stakeholder-Befragung gebeten, unser Engagement im Bereich Umweltschutz zu beurteilen. Insbesondere die Themen effizienter Materialeinsatz sowie Entsorgungs- und Recyclingkonzepte (vgl. Materialkreisläufe), umweltschonende Logistik (vgl. Logistik) und Energiemanagement (vgl. CO₂-neutrale Standorte) wurden für Audi als in hohem Maße relevant eingestuft. Aus Unternehmenssicht hat auch die Ressource Wasser (vgl. Wassermanagement) einen besonderen Stellenwert.

Die Audi Umweltpolitik bewertet den Produktlebenszyklus

Von der Entwicklung und der Produktion über die Fahrzeugnutzung bis hin zur Entsorgung werden alle Phasen des Produktlebenszyklus unserer Automobile unter diesem Aspekt betrachtet. Die Kerngedanken der Umweltpolitik von Audi sind:

- ▶ ökologisch effiziente Prozesse und Konzepte für die Produktion zu entwickeln
- ▶ schädliche Einwirkungen auf die Umwelt vorausschauend zu vermeiden, wobei der effiziente Einsatz von Ressourcen und Energie im Mittelpunkt steht
- ▶ die Umweltverträglichkeit von Produkten und Standorten kontinuierlich zu verbessern
- ▶ einen offenen Dialog mit Kunden, Händlern und der Öffentlichkeit zu führen
- ▶ alle Mitarbeiter für Umweltbelange zu sensibilisieren und über Maßnahmen zu informieren



- 1 Energiemanagement
- 2 umweltfreundliche Logistikkonzepte
- 3 Beschaffung und effizienter Einsatz von Materialien
- 4 Entsorgungs- und Recyclingkonzepte für Materialien
- 5 Wassermanagement
- 6 Naturschutz und Biodiversitätsförderung
- 7 Lärmemissionen

Unsere Ziele im Umweltschutz

Aus den Grundsätzen unserer Umweltpolitik leiten wir die Handlungsfelder Klimaschutz, Ressourcenschonung sowie Gesundheitsschutz in Zusammenhang mit Gefahrstoffen ab. Und damit verbunden folgende Ziele:

- ▶ Reduzierung des Energieverbrauchs und damit der Treibhausgasemissionen
- ▶ effizienter Einsatz wertvoller Rohstoffe
- ▶ Senkung des Wasserverbrauchs
- ▶ Reduzierung des Abfalls
- ▶ Vermeidung bzw. Verringerung der Verwendung von gesundheitsgefährdenden Stoffen

Über die Verbesserung unserer eigenen Produktionsstandards hinaus erwarten wir auch von unseren Lieferanten einen verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen und haben dies im Leitfaden „Nachhaltigkeit in den Lieferantenbeziehungen“ dokumentiert (vgl. Lieferantenbeziehungen).

Umwelt / Umweltmanagement

#310

Konzernweites Umweltmanagement

Auf Basis unserer Umweltpolitik haben wir an allen Standorten Umweltmanagementsysteme eingerichtet. Sie stellen sicher, dass Umweltaspekte schon frühzeitig bei allen unternehmerischen Entscheidungen berücksichtigt werden.

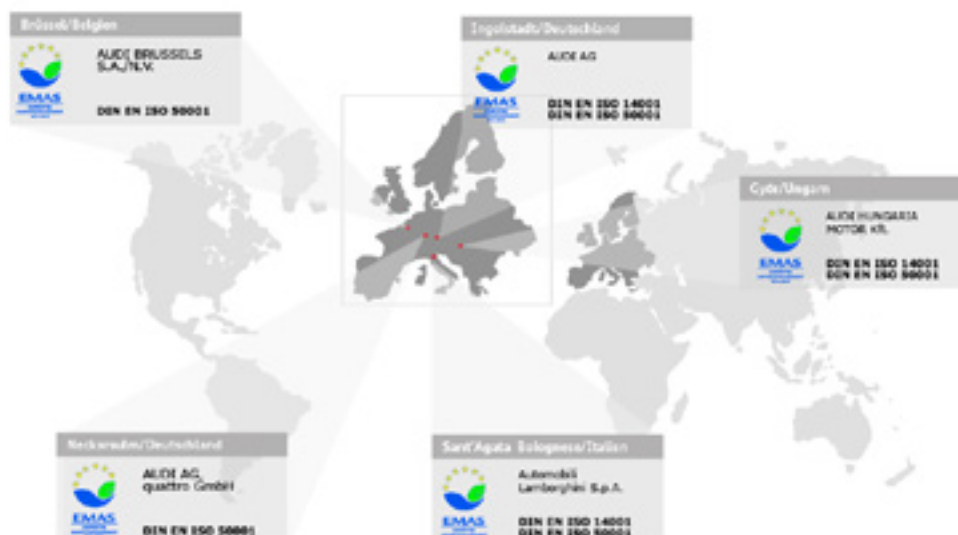
So sind alle Automobilwerke des Audi Konzerns nach dem weit über die Standardanforderungen hinausgehenden Umweltmanagementsystem der Europäischen Union EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) ausgezeichnet. Bereits 1995 wurde Audi mit dem Standort Neckarsulm als erster Automobilhersteller im Premiumsegment mit der Auszeichnung zertifiziert. In den Jahren 1997 und 1999 folgten die Produktionsstätten Ingolstadt und Győr (Ungarn); seit 2002 und 2009 tragen auch das belgische Werk in Brüssel und der Lamborghini-Standort Sant'Agata Bolognese (Italien) das EMAS-Signet. Die Werke Ingolstadt, Győr und Sant'Agata Bolognese sind zudem nach der weltweit gültigen Norm DIN EN ISO 14001 zertifiziert. An den Standorten Ingolstadt, Neckarsulm, Győr, Brüssel und Sant'Agata Bolognese erfüllen die Umweltmanagementsysteme darüber hinaus die Norm DIN EN ISO 50001 mit besonders strengen Vorgaben hinsichtlich der kontinuierlichen und systematischen Senkung des Energieverbrauchs.

1995
erfolgte die erste EMAS-Zertifizierung.

Die Produktionsstätten Bratislava (Slowakei), Martorell (Spanien) und Aurangabad (Indien), an denen der Audi Konzern im Rahmen des VW Konzernverbundes produziert, sowie das Joint Venture FAW-Volkswagen Automotive Company, Ltd., Changchun (China), erfüllen ebenfalls die Anforderungen eines Umweltmanagementsystems und sind nach der weltweit gültigen Norm DIN EN ISO 14001 zertifiziert.

Die AUDI HUNGARIA MOTOR Kft. hat 2012 bereits zum siebten Mal den EMAS-Mitgliedsstaatenpreis gewonnen und war damit erneut für den EMAS-Award in der Kategorie „Große Organisationen“ nominiert. Die EMAS-Awards werden seit 2005 von der Europäischen Kommission an EMAS-Organisationen vergeben, die herausragende Leistungen im Umweltmanagement zeigen (vgl. ▶ **EMAS-Award 2012**).

Zertifizierung der Audi Standorte



Alle Standorte veröffentlichen jährlich eine Umwelterklärung. Diese umfasst das standortspezifische Umweltprogramm mit konkreten Zielen für die Verbesserung des betrieblichen Umweltschutzes sowie Daten und Fakten zu Umweltaspekten. Alle Umwelterklärungen können im Download-Bereich heruntergeladen werden.

Umweltschutz ist Chefsache

Die Gesamtverantwortung für den betrieblichen Umweltschutz liegt beim Vorstand der AUDI AG. Zuständig für die Umsetzung der Umweltpolitik von Audi ist der Produktionsvorstand. Für den unternehmens- und standortbezogenen Umweltschutz sorgen die Abteilungen „Betrieblicher Umweltschutz“ an den Standorten. Darüber hinaus gibt es an allen Standorten einen Umweltmanagementbeauftragten, der für die erfolgreiche Umsetzung des Systems verantwortlich ist. Die Umweltmanagementbeauftragten der AUDI AG sowie ihrer Tochtergesellschaften AUDI HUNGARIA MOTOR Kft., AUDI BRUSSELS S.A./N.V, Automobili Lamborghini Holding S.p.A. und DUCATI MOTOR HOLDING S.P.A. bilden den Koordinierungskreis Umweltschutz. Dieser entwickelt Empfehlungen für strategische Umweltschutzthemen. Der untergeordnete Steuerkreis Ökologie setzt die Aufträge aus dem Koordinierungskreis um.

Weitere über das Umweltmanagementsystem hinausgehende Normen und Regeln garantieren einheitliche internationale Umweltstandards im Audi Konzern. Weltweit gelten für alle Audi Standorte die Umweltnorm Fahrzeug, die vom Vorstand verabschiedete Umweltschutzrichtlinie sowie das Lastenheft Umwelt- und Humanverträglichkeit.

Umwelt-Know-how vermitteln

Zu einem funktionierenden Umweltmanagementsystem gehört, dass Mitarbeiter aus allen Bereichen einbezogen und informiert werden. Von der Umwelta Abteilung eigens qualifizierte Mitarbeiter geben ihr Wissen in regelmäßigen Abständen an die Kollegen weiter und informieren sie über neueste Entwicklungen. Auch für unsere Auszubildenden (vgl. Aus- und Weiterbildung) stehen Umweltfragen wie Wärmerückgewinnung, Wasserreinhaltung oder Immissionsschutz auf dem Stundenplan. Darüber hinaus nimmt einmal jährlich jede Berufsgruppe an einem Ausbildungstag zu einem speziellen Umweltthema teil. Um den Wissensaustausch zwischen Wirtschaft und Forschung zu intensivieren, arbeiten wir mit mehreren Hochschulen und Forschungsinstituten (vgl. Wissenschaftskooperationen) zusammen.

Zudem führt Audi mit Journalisten, Vertretern der Kommunen, Behörden und Umweltschutzverbänden einen kontinuierlichen Dialog über Umweltthemen. So finden beispielsweise am Standort Neckarsulm seit 1993 regelmäßig Umweltgespräche statt.

Umwelteinflüsse sichtbar machen

Im Projekt Biomonitoring am Standort Ingolstadt beobachten, überwachen und messen wir regelmäßig ausgewählte Pflanzen in der Umgebung des Werks. Der Zustand einzelner Pflanzen und eventuelle Veränderungen im Bestand erlauben Rückschlüsse auf die Qualität der Umwelt am Standort. Mithilfe des Biomonitorings gewinnen wir daher wichtige Erkenntnisse über die Umweltauswirkungen unserer Produktionstätigkeit, die in unsere Planungsaktivitäten einfließen. Mit dem Projekt unterstützt Audi die Initiative „Business and Biodiversity“: ein Zusammenschluss von Unternehmen, die gemeinsam für den Schutz der biologischen Vielfalt eintreten.

Am Standort Ingolstadt zählt Lärm zu den relevanten Umweltauswirkungen unserer Produktionsstätte, da das Werk an die Wohnbauung grenzt. Das sogenannte Betriebliche Lärminformationssystem (BLIS) bildet die Grundlage für sämtliche Lärmbetrachtungen am Standort. Für alle auf dem Werkgelände durchgeführten Maßnahmen werden mithilfe dieses schalltechnischen Modells des Standorts exakte Schallimmissionsprognosen erstellt. Die Daten werden somit frühzeitig in der Planungsphase von Anlagen oder Bauvorhaben berücksichtigt und helfen, Lärmauswirkungen zu vermeiden bzw. zu minimieren.

Im Jahr 2013 wird am Standort Győr eine neue Karosserielackiererei in Betrieb genommen. Der Lackierprozess stellt in einem Automobilwerk in der Regel die größte Umweltbelastung dar. Auch in Győr verwenden wir – außer für den Klarlack – nur wassermischbare Lacksysteme. Wir haben Anlagen installiert, die nicht nur die Abluft der Trockner für das Aushärten der Lacke, sondern auch die Abluft der Spritzkabinen reinigen. Durch die Trockenabscheidung von Overspray in den Lackierkabinen wird Wasser gespart. Zusätzlich kann die Menge der zu temperierenden Umluft reduziert werden.

#320

Vision CO₂-Neutralität

Die Vision von Audi ist es, Mobilität CO₂-neutral zu ermöglichen. Diese bezieht sich nicht nur auf die Nutzung von Automobilen, sondern auf den gesamten Herstellungsprozess.

Bis 2020 wollten wir unsere unternehmensbezogenen spezifischen CO₂-Emissionen um 30 Prozent gegenüber dem Wert von 1990 reduzieren, d.h. die Menge an Kohlendioxid, die pro hergestelltem Fahrzeug anfällt. Unsere Handlungsschwerpunkte liegen dabei auf:

- ▶ der Gewinnung von Energie aus regenerativen Quellen
- ▶ der effizienten Nutzung von Energie, zum Beispiel durch Kraft-Wärme-Kälte-Kopplung
- ▶ der Verminderung bzw. Vermeidung des Energieverbrauchs

Das genannte Ziel haben wir in Ingolstadt und Neckarsulm bereits 2012 erreicht. Daher wollen wir an diesen beiden Standorten die Emissionen bis 2020 um weitere 40 Prozent im Vergleich zum Referenzjahr 2010 verringern. Für die ausländischen Standorte in Brüssel (Belgien), Győr (Ungarn) und Sant'Agata Bolognese (Italien) streben wir bis 2018 eine Reduzierung von 25 Prozent an. Langfristig haben wir uns zum Ziel gesetzt, alle Produktionsstandorte CO₂-neutral zu gestalten.

Viele Maßnahmen führen zum Ziel

Das Werk in Ingolstadt ist bereits zu 70 Prozent CO₂-neutral aufgestellt und setzt damit Maßstäbe auf dem Weg zu einer energie- und ressourcenschonenden Produktion.

- ▶ Seit 1999 nutzen wir eine Kraft-Wärme-Kälte-Kopplungsanlage (KWKK), die gleichzeitig Wärme, Strom und Kälte liefert. Die KWKK wandelt Energie besonders effizient um, was zu einem sehr hohen Gesamtwirkungsgrad führt. Im Vergleich zu konventioneller Technologie verringern wir damit den Ausstoß von Kohlendioxid um 17.200 Tonnen pro Jahr.
- ▶ Zusätzlich werden wir seit 2004 über einen Fernwärmeschluss mit Abwärme aus der städtischen Müllverwertungsanlage versorgt sowie seit 2011 mit Abwärme aus einer nahe gelegenen Raffinerie. Über diesen sogenannten Wärmeverbund beziehen wir jährlich 120.000 Megawattstunden Energie, das entspricht einer Einsparung von 26.000 Tonnen CO₂. Unser Ziel ist es, nach einer weiteren Ausbaustufe 200.000 Megawattstunden Energie pro Jahr aus Abwärme zu nutzen. Eine weitere wichtige Maßnahme ist die Nutzung regenerativer Energien. Seit Januar 2012 beziehen wir in Ingolstadt ausschließlich und vollständig regenerativ erzeugten Strom aus deutschen und österreichischen Wasserkraftwerken, der vom TÜV zertifiziert ist. Der Strom wird lastganggenau geliefert, das heißt genau dann, wenn er benötigt wird. Die Verwendung von Ökostrom verringert den Ausstoß von CO₂ jedes Jahr um bis zu 290.000 Tonnen.
- ▶ Mithilfe einer neuen Photovoltaikanlage auf der Fertigungshalle des neuen A3 Karosseriebaus produzieren wir jährlich rund 460.000 Kilowattstunden regenerativen Strom und vermeiden dadurch circa 250 Tonnen Kohlendioxidemissionen im Jahr.
- ▶ Die Rückgewinnung von Energie ist ein weiterer Baustein in unserem Energiekonzept. So nutzen Wärmeräder in der Lackiererei bis zu 65 Prozent der in der Abluft enthaltenen Abwärme.
- ▶ Mit unserem EcoTruck, einem elektrisch betriebenen 7,5-Tonner, holen wir Wertstoffe lärm- und lokal emissionsfrei zum internen Transport direkt in den Werkhallen ab.
- ▶ Nicht zuletzt gehört Energiesparen zu den effizientesten Maßnahmen, um die Entstehung von CO₂ zu vermeiden. Im Presswerk benötigen wir zum Beispiel durch die Umstellung von hydraulischen auf mechanische Pressen etwa 66 Prozent weniger Energie. Im Karosseriebau für den neuen Audi A3 ersetzen elektromotorische Schweißzangen die alten, energieintensiven pneumatischen. Moderne Diodenlaser und neueste Batterieladegeräte sparen ebenso Strom wie effiziente Logistikwege.

70%

beträgt der Grad der CO₂-Neutralität am Standort Ingolstadt.

Alle anderen Werke sollen dem Ingolstädter Vorbild folgen. Viele Maßnahmen haben wir bereits an anderen Standorten umgesetzt; für jeden gibt es bereits einen eigenen Entwicklungsplan. So nutzt unser Standort in Brüssel seit April 2012 ebenfalls regenerativen Strom aus Wasserkraft. In Neckarsulm ist das Motorenprüfzentrum nach energetischen und Umweltgesichtspunkten konzipiert und mit hochmodernen raumlufttechnischen Anlagen mitsamt integrierter Wärmerückgewinnung ausgestattet. Beim Testlauf der Verbrennungsmotoren können Generatoren die Bewegungsenergie bis zu 86 Prozent zurückgewinnen und in Strom umwandeln.



Rückgewinnung im Motorenprüfstand: Bei den Testläufen entsteht neue elektrische Energie.

Energietalk für Mitarbeiter

Zum ersten Mal fand im März 2013 am Standort Ingolstadt ein offener Energietalk statt. Hier konnten sich Audi Mitarbeiter über Energiesparpotenziale in der Arbeitswelt bzw. ihren eigenen Beitrag zum Energiesparen informieren und gemeinsam über das Thema diskutieren.

Neue Standards bei Green IT

IT-Systeme haben sich aufgrund der benötigten Kühlenergie zu einem großen Energieverbraucher entwickelt. Mithilfe unseres neuen Rechenzentrums, das wir im November 2012 eröffnet haben, senken wir unseren Energieverbrauch in der IT um ein Drittel und reduzieren dadurch unseren CO₂-Ausstoß um 9.000 Tonnen jährlich. Wir haben das Rechenzentrum im zweiten Untergeschoss untergebracht, sodass wir weniger energieintensive Kältekompressoren einsetzen müssen. Die Server werden mithilfe einer indirekten freien Kühlung bereits ab einer Umgebungstemperatur von elf Grad mit Außenluft gekühlt. Dadurch können wir vor allem nachts und während der Wintermonate auf die Kompressoren verzichten. Weiterhin erhöhen verlustarme Transformatoren die Effizienz, und sogenannte Schwungmassenspeicher, die eine deutlich längere Lebensdauer als herkömmliche Batterien haben, überbrücken Stromausfälle. Der TÜV Rheinland hat die Wirkung der verschiedenen Maßnahmen bestätigt und unser Rechenzentrum mit dem Premiumzertifikat für die höchste Stufe der Energieeffizienz ausgezeichnet.



Mit dem neuen Rechenzentrum setzt Audi auf Green IT – vom TÜV Rheinland.

Umwelt / Materialkreisläufe

#330

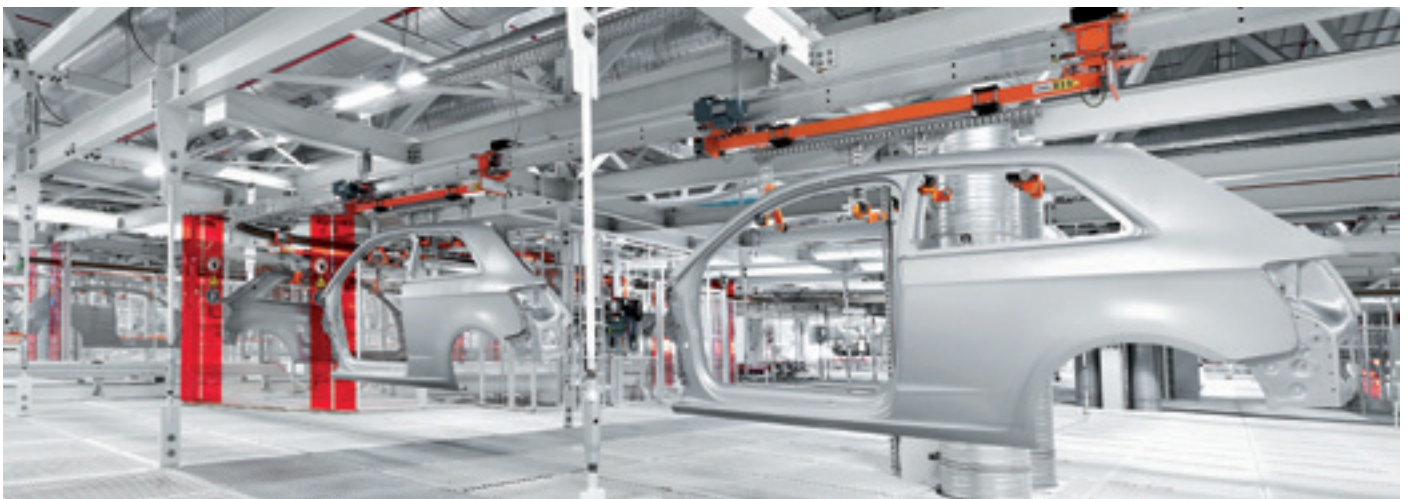
Optimierter Einsatz von Ressourcen

Viele Rohstoffe sind auf der Erde nur noch begrenzt vorhanden. Audi hat den Anspruch, Ressourcen sparsam und effizient einzusetzen sowie Abfälle möglichst zu vermeiden.

Um die Umweltwirkungen eines Fahrzeugs zu reduzieren, nutzen wir das Instrument der Umweltbilanzierung (Life Cycle Assessment). Die Umweltbelastungen hängen davon ab, wie ein Automobil entwickelt, hergestellt, genutzt und verwertet wird. Ziel unserer integrierten Produktpolitik ist es daher, die Umweltauswirkungen eines Fahrzeugs über den gesamten Lebenszyklus zu betrachten. Dabei spielen der umsichtige Einsatz von Rohstoffen und Materialien sowie deren Verwertung eine wichtige Rolle.

Beispiele für den effizienten Einsatz von Verfahren und Materialien sind:

- ▶ innovative Fügeverfahren im Karosseriebau – etwa Punkt-, Laserschweiß- und Klebtechniken, die den Verbrauch von Betriebsstoffen und Energie verringern
- ▶ die Komponentenfertigung in Ingolstadt, die auf Trockenbearbeitung oder Minimalmengenschmierung setzt, sodass Kühlschmiermittel nur wenig oder gar nicht zum Einsatz kommen
- ▶ die sukzessive Umstellung auf elektronische Bauscheine in der Produktion, um den Papierverbrauch zu reduzieren



Einige Materialien wie Stahl gehen nahezu vollständig in den Wiederverwertungskreislauf ein.

Wiederverwerten statt entsorgen

Eine weitere Maßnahme zum ressourcenschonenden Einsatz von Rohstoffen und Materialien ist deren Rückführung in den Rohstoffkreislauf. So erreichen wir bei den von uns hergestellten Fahrzeugen bereits seit dem Jahr 2007 eine Verwertbarkeitsquote von 95 Prozent je Fahrzeug bezogen auf das Gesamtgewicht. Darin enthalten ist eine Recyclingfähigkeitsquote von 85 Prozent, zehn Prozent dienen der Energiegewinnung. Nur fünf Prozent sind Abfall, der beseitigt werden muss. Damit haben wir bereits vor fünf Jahren als erster Automobilhersteller weltweit die gesetzlichen Anforderungen für die gesamte Modellpalette erfüllt. Weiterhin sparte die Aufbereitung von alten Aggregaten aus gebrauchten Fahrzeugen, wie Anlasser und Lichtmaschinen, in unserem Ingolstädter Werk im Jahr 2012 rund 500 Tonnen Stahl, 48 Tonnen Kupfer und 76 Tonnen Aluminium. b Aggregaten aus gebrauchten Fahrzeugen, wie Anlasser und Lichtmaschinen, in unserem Ingolstädter Werk im Jahr 2012 rund 500 Tonnen Stahl, 48 Tonnen Kupfer und 76 Tonnen Aluminium.



Aggregate-Aufbereitung: das zweite Leben für Lichtmaschinen und Anlasser.

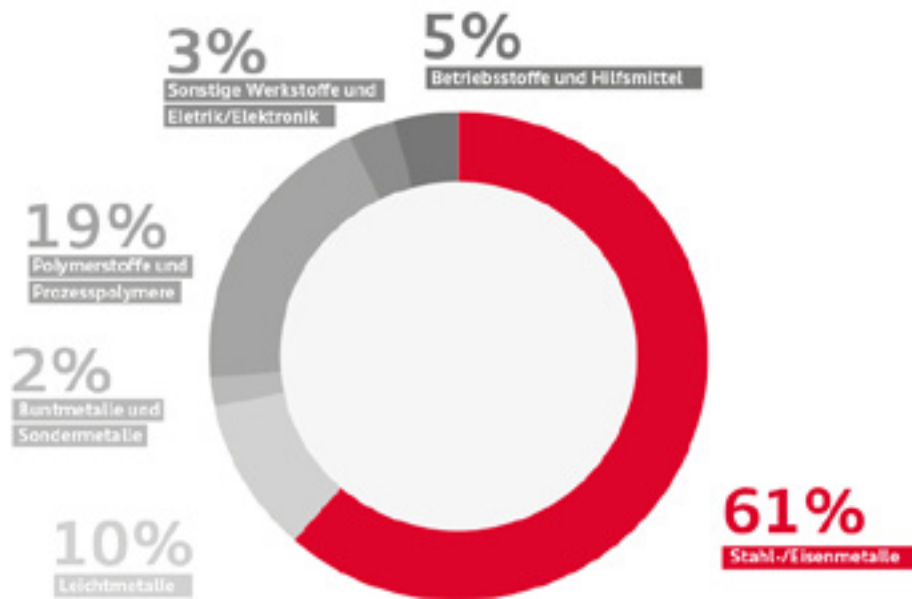
Ein Ziel unseres Umweltmanagements ist es, Abfälle zu vermeiden. In unserem Werk in Ingolstadt ist uns das fast gelungen: Mehr als 95 Prozent der Abfälle werden wiederverwertet. Einzelne Materialien wie Stahlschrott gehen nahezu vollständig in den Wiederverwertungskreislauf ein. In den Werken Neckarsulm, Győr und Brüssel beträgt die Recyclingquote 90 Prozent. Um unsere Quoten weiter zu verbessern, arbeiten wir zurzeit an Lösungen, die den Recyclinganteil von Leichtmetallen und Leichtbauwerkstoffen weiter erhöhen.

95 %
des Fahrzeuggewichts sind
verwertbar.

Audi A3

Die Werkstoffe

Audi A3 1.4 TFSI (MJ 2012)



Gefahrstoffe analysieren und entsorgen

Bevor Gefahr- und Schadstoffe wie Chemikalien, Öl oder Kühlschmiermittel in Ingolstadt, Neckarsulm, Győr und Brüssel zum Einsatz kommen, werden sie mithilfe einer speziellen Software erfasst. Wir untersuchen unter anderem, welche Auswirkungen die Stoffe auf die Gesundheit unserer Mitarbeiter, die Umwelt, die Arbeitssicherheit und den Brandschutz haben. Erst wenn ein ausreichender Schutz für Mensch und Umwelt gewährleistet ist, geben wir die Substanzen frei. Gemäß der Nachweisverordnung müssen zudem alle gefährlichen Abfälle seit jeher mit dem Begleitscheinverfahren lückenlos dokumentiert werden. Entsprechend der novellierten Nachweisverordnung erfolgt dies nunmehr elektronisch. Das elektronische Nachweisverfahren erhöht die Rechtssicherheit, vereinfacht die Administration und sichert eine adäquate Entsorgung von Gefahr- und Schadstoffen.

Zukunft Elektromobilität

Strengere Emissionsgrenzwerte und endliche Rohstoffressourcen werden in den nächsten Jahren die Nachfrage nach Elektrofahrzeugen verstärken. Eine Schlüsseltechnologie für Elektrofahrzeuge sind Lithium-Ionen-Batterien. Deren Recycling wird in Zukunft immer mehr an Bedeutung gewinnen, da der Anteil der CO₂-Emissionen bei der Herstellung von Elektrofahrzeugen erheblich größer ist als bei Fahrzeugen mit Verbrennungsmotoren. Im Recycling der Batterien liegt daher auch das größte Verbesserungspotenzial für die Umweltbilanz eines elektrisch betriebenen Automobils. Wir haben uns aufgrund dessen zusammen mit dem Volkswagen Konzern an dem vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) geförderten Projekt LithoRec beteiligt. Mittlerweile ist das bis 2015 laufende Nachfolgeprojekt LithoRec II gestartet, das die Ergebnisse des Vorgängerprojekts vertieft und die Entwicklung einer Recyclingtechnologie für Lithium-Ionen-Traktionsbatterien vorantreibt.

#340

Verantwortungsvoller Umgang mit Wasser

In vielen Regionen der Erde ist Wasser ein wertvolles und knappes Gut. Audi spart, wo immer möglich, Trinkwasser und nutzt betriebliches Brauchwasser im geschlossenen Kreislauf, um die Abwassermenge zu verringern.

Der Audi Konzern wird auch in Zukunft für die Produktion seiner Fahrzeuge Wasser benötigen. Wir müssen sogar davon ausgehen, dass unser Wasserbedarf aufgrund neuer Betriebsstätten steigen wird. Der Verbrauch von Wasser und die Abwasserentsorgung kosten Geld. Ein sorgsamer Umgang mit unserem Wasser macht sich daher sowohl ökologisch als auch ökonomisch bezahlt.

Getrennte Wasserkreisläufe

Zurzeit verwenden wir zwei Wasserarten: Trinkwasser setzen wir grundsätzlich nur da ein, wo es unbedingt nötig ist, beispielsweise in den Duschanlagen der Mitarbeiter. Für alle anderen Zwecke nutzen wir Betriebswasser. Am Standort Ingolstadt zum Beispiel gewinnen wir das Betriebswasser vorwiegend aus Quellen, die nicht für Trinkwasser geeignet sind, und aus Regenwasser. Letzteres sammeln wir auf 450.000 Quadratmetern Dach- und Parkplatzflächen und leiten es dann in fünf werkeigene Rückhaltebecken und zwei Stauraumkanäle. 2012 haben wir in Ingolstadt 253.380 Kubikmeter Regenwasser verwendet. Um Betriebswasser nach der Nutzung wiederverwenden zu können, reinigen wir es in einer Aufbereitungsanlage.

253.380

Kubikmeter Regenwasser wurden 2012 am Standort Ingolstadt verwendet.



Die Aufbereitung von Abwasser senkt den Bedarf an Frischwasser im Unternehmen erheblich.

Membranbioreaktor für ökologische Wasserversorgung

Um die wassersparenden Prozesse in Ingolstadt kontinuierlich zu verbessern und die ökologische Wasserversorgung voranzutreiben, planen wir die Einführung und Nutzung eines Membranbioreaktors (MBR). Hier erfolgt die Abwasseraufbereitung in zwei Stufen. Zunächst reinigen Bakterien das Abwasser. Sie bauen organische Substanzen ab und binden anorganische Schadstoffe wie Schwermetalle. In einer zweiten Stufe verhindern Membranen, dass durch die Bakterien das Abwasser erneut verunreinigt wird. Diese Ultrafiltrationstechnik fehlt bei konventionellen Kläranlagen. Das aufbereitete Abwasser hat eine sehr gute Qualität und kann als Betriebswasser wiederverwertet werden. Durch die MBR-Technik wird der jährliche Frischwasserbedarf für die Produktion am Standort Ingolstadt um bis zu 40 Prozent reduziert – 500 Millionen Liter werden so gespart. Der Abwasseranteil soll um bis zu 50 Prozent sinken. Erste Tests mit dem MBR verliefen bereits erfolgreich, ab 2015 soll eine Großanlage zum Einsatz kommen.

Unsere Vision: abwasserfreie Produktion

Die MBR-Technologie ist nur ein Baustein auf dem Weg zu abwasserfreien Produktionsstandorten. Zur Reinigung des Schmutzwassers in unserem Brüsseler Werk werden ebenfalls Bakterien genutzt. Statt wie früher 150 Liter Wasser pro Automobil gehen dort heute nur noch 30 Liter bei der Fahrzeugwäsche verloren, und dies größtenteils durch Verdunstung und Verschleppung. Diese Methode der Schmutzwasseraufbereitung setzen wir auch in Ingolstadt und auf dem Audi Testgelände der Technischen Entwicklung in Neustadt ein. Sie hat den positiven Nebeneffekt, dass das Schmutzwasser nicht mehr riecht und Umweltschutz so auch Mitarbeiterschutz wird. Insgesamt ist die Tendenz beim Wasserverbrauch deutlich: In Ingolstadt haben wir die anfallende Abwassermenge pro Fahrzeug von 4,9 Kubikmeter im Jahr 1988 auf 1,9 Kubikmeter im Jahr 2012 reduziert.

Regelmäßige Abwasserkontrollen

Um die Einhaltung der vorgegebenen Grenzwerte für Schadstoffe zu gewährleisten, analysieren wir die anfallenden Produktionsabwässer täglich. Die Ergebnisse der Untersuchungen belegen, dass aufgrund des effektiven Reinigungsprozesses die Grenzwerte weit unterschritten werden. Abwässer, die Mineralölrückstände enthalten können, leiten wir über sogenannte Koaleszenzabscheider (Leichtflüssigkeits-Abscheideanlagen). Dadurch können wir zum Beispiel Öle und Benzine von der wässrigen Phase separieren und im Anschluss getrennt entsorgen.

#350

Schnell und ressourcenschonend am Ziel

Effiziente Logistik ist aus wirtschaftlichen Gründen für ein wachstumsorientiertes Unternehmen wichtig. Audi verbessert kontinuierlich die Prozesse, um beim Transport der Fahrzeuge und in der Lagerhaltung Energie zu sparen.

Der Audi Konzern hat 2012 weltweit 1.634.312 Automobile ausgeliefert. Überall dort, wo es wirtschaftlich vertretbar und technisch möglich ist, setzen wir auf den Schienengütertransport. Konzernweit lassen wir mehr als 60 Prozent der Fahrzeuge per Güterzug transportieren. Bei Modellen aus Ingolstadt sind es schon über 70 Prozent, 46 Prozent davon auf Zügen, die mit regenerativ erzeugtem Strom bewegt werden.

Vorreiter beim CO₂-freien Schienentransport

Wir waren 2010 das erste Unternehmen in Deutschland, das auf „Eco Plus“, den CO₂-neutralen Schienentransport von DB Schenker, gesetzt hat. Bei Transporten auf inländischen Strecken kauft die Deutsche Bahn bei diesem Produkt die entsprechend benötigte Menge komplett regenerativ erzeugten Stroms zusätzlich ein. Der TÜV Süd hat die CO₂-Neutralität von Eco Plus geprüft und bestätigt, dass die eingespeiste Energie zu 100 Prozent für unsere Fahrzeugtransporte verwendet wird und nicht zulasten des Ökostrommixes anderer Bahnkunden geht.



60%

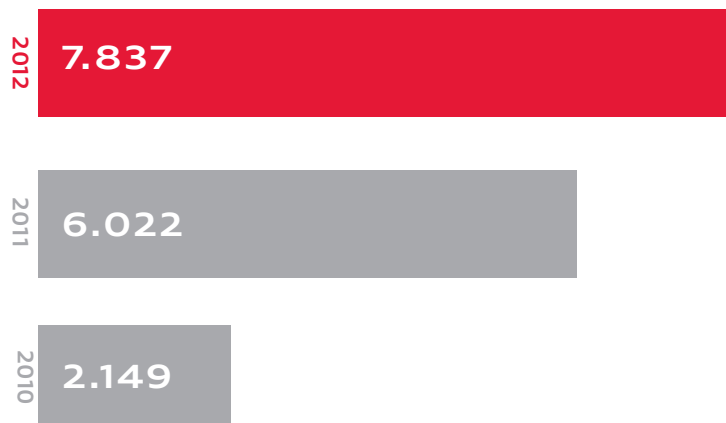
der produzierten Fahrzeuge werden
konzernweit per Güterzug transportiert.

CO₂-neutraler Schienentransport fertiger Fahrzeuge sparte 7.837 Tonnen CO₂ im Jahr 2012.

Seit August 2010 fahren diese „Grünen Züge“ zwischen Ingolstadt und unserem Verladehafen in Emden. Bei jedem transportierten Automobil sparen wir 35 Kilogramm CO₂, insgesamt konnten wir so im Jahr 2012 den Ausstoß um 7.059 Tonnen verringern. Im Oktober 2012 haben wir auch die Verbindung Neckarsulm–Emden, die am stärksten frequentierte Transportstrecke zwischen Neckarsulm und einem Verladehafen, auf die „Grünen Züge“ umgestellt. Auf den knapp 700 Kilometern sparen wir sogar 38 Kilogramm Kohlendioxid pro Automobil ein, bezogen auf alle jährlichen Transporte bedeutet das 3.420 Tonnen weniger CO₂.

CO₂-Einsparungen in der Logistik (in t)

durch den Transport der Automobile
von Ingolstadt zum Nordsee-
Verladehafen in Emden; seit Oktober
2012 auch von Neckarsulm aus



Auch die meisten großen Bauteile werden heute auf der Schiene transportiert. Für den umfangreichen Verkehr zwischen den über 600 Kilometer voneinander entfernten Standorten Ingolstadt und Győr in Ungarn nutzen wir ausschließlich die Bahn. In den vergangenen 15 Jahren haben die Züge auf dieser Strecke fast 13 Millionen Schienenkilometer zurückgelegt und damit etwa 415.000 Lkw-Fahrten ersetzt.

Regionale Partner bevorzugt

Wir orientieren uns am Prinzip „Logistik der kurzen Wege“. Mehr als 100 Zulieferer sind beispielsweise in der Region um Ingolstadt angesiedelt. An unserem Standort gibt es seit 1995 das Güterverkehrszentrum (GVZ). Auf einer Nutzfläche von insgesamt 220.000 Quadratmetern fertigen zahlreiche Zulieferer ihre Baugruppen und Module und liefern sie „just in sequence“ in das Werk.

Lkw dosiert einsetzen

Grundsätzlich wollen wir so viele Transporte wie möglich auf die Schiene bringen. Dies ist jedoch nicht immer möglich, zum Beispiel beim sogenannten Inbound, der Beschaffungs- und Produktionslogistik. Die Lieferanten verfügen häufig nicht über Bahnanschlüsse an ihren Standorten, sodass viele Bauteile über das Straßennetz transportiert werden müssen. Ziel ist es, die absolute Zahl der Transporte zu reduzieren und sie besser auszulasten. Hierfür bündelt Audi die Lieferungen im Konzernverbund in regionalen Zentren und transportiert sie mit voll beladenen Lkw in die Werke.

Intelligenter Verpackungsassistent

Um für Bauteile die geeigneten Verpackungen auszuwählen und Transportmittel optimal auszulasten, setzen wir auf IT-Systeme. Die Software Pack Assistant beispielsweise haben wir 2007 gemeinsam mit dem Fraunhofer-Institut für Algorithmen und Wissenschaftliches Rechnen SCAI entwickelt. Mithilfe dieses Programms errechnen wir die optimale Ladedichte für Einzelteile und können Behälter mit bis zu 20 Prozent mehr Ladevolumen auslasten als in der klassischen Verpackungsplanung. Seit wir den Pack Assistant in Ingolstadt eingeführt haben, mussten wir jährlich rund 200 Container weniger transportieren. Zudem verwenden wir sogenannte High-Cube-Container, die eine höhere und dichtere Beladung erlauben.

Preisgekrönte Logistik

Für unsere Bemühungen um die konsequent verfolgte Nachhaltigkeit in der gesamten Wertschöpfungskette haben wir den Nachhaltigkeitspreis Logistik 2012 erhalten. Dieser länderübergreifende Preis der Bundesvereinigungen Logistik Österreich und Deutschland würdigt insbesondere unser ressourcenschonendes und teilweise bereits CO₂-neutrales Logistikkonzept (vgl. ► [BVL](#))

Umwelt / Audi Stiftung für Umwelt

#360

Audi lebt Umweltschutz

Audi erbringt bereits heute zahlreiche Leistungen im Umweltschutz, die über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehen, und bekennt sich zu seiner Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft. In der 2009 gegründeten Audi Stiftung für Umwelt bündelt Audi seine Aktivitäten über den reinen automobil- und unternehmensbezogenen Umweltschutz hinaus und setzt seine Strategie für Umwelt- und Ressourcenschonung ganzheitlich um.

Schutz der natürlichen Lebensgrundlagen als Stiftungszweck

Zweck der gemeinnützigen Stiftung ist die Förderung des Natur- und Umweltschutzes sowie der Wissenschaft und Forschung. Hauptförderbereiche der Stiftung sind der Schutz der natürlichen Lebensgrundlage von Menschen, Tieren und Pflanzen, die Förderung wissenschaftlicher Arbeiten, die zu einem nachhaltigen Mensch-Umwelt-System beitragen, die Förderung der Entwicklung von umweltverträglichen Technologien sowie die Unterstützung von Maßnahmen und Aktivitäten zur Umweltbildung.

Das von der AUDI AG eingesetzte Stammkapital beträgt fünf Millionen Euro. Geförderte Projekte finanzieren wir über Zinserträge aus der Anlage des Stammkapitals und aus Spenden. Ausdrücklich nicht unterstützt werden Workshops, Tagungen, Imagekampagnen, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit.

Internationales Eichenwald-Projekt

Die Audi Stiftung für Umwelt hat die dauerhafte wissenschaftliche Begleitung des Forschungsprojekts „CO₂-Speicher Eichenwald“ übernommen. Unter der Leitung des Lehrstuhls für Waldwachstumskunde der Technischen Universität München und mit weiteren Projektpartnern wollen wir erforschen, wie Bäume optimal gepflanzt werden müssen, um eine größtmögliche Bindung von Kohlenstoff und beste Bedingungen für eine große biologische Vielfalt zu erreichen. Im Jahr 2008 startete das Forschungsprojekt mit der Einrichtung der ersten Versuchsfläche in der Nähe des Unternehmenssitzes in Ingolstadt und der Pflanzung von rund 36.000 Stieleichen. Es folgten weitere Anbauflächen nahe der Standorte Győr, Neckarsulm und Sant’Agata Bolognese.

Anfang 2012 wurde mit der Anpflanzung von 10.000 Eichensetzlingen unweit unseres belgischen Standorts Brüssel die jüngste Versuchsfläche im Rahmen des Gesamtprojekts angelegt und die Gesamtzahl der angepflanzten Bäume auf über 90.000 erhöht. Die Erforschung des Waldwachstums ist ein generationenübergreifender Prozess. Zusammen mit unseren Projektpartnern tragen wir dafür Sorge, dass die Flächen für das auf 100 Jahre angelegte Forschungsprojekt auch langfristig zur Verfügung stehen.

SRM-Award für nachhaltige Forschung

Im Rahmen unseres Engagements liegt uns die Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses besonders am Herzen. Daher vergeben wir alljährlich den SRM-Award, einen Preis für die beste Abschlussarbeit im Studiengang „Sustainable Resource Management“ (SRM) an der Technischen Universität München. Mit der Verleihung dieses Preises unterstreichen wir die enorme Bedeutung, die der nachhaltige Umgang mit den Ressourcen für unsere Zukunft hat. 2012 ging der Preis an zwei Nachwuchswissenschaftlerinnen, die sich mit ihren Forschungsergebnissen rund um ein nachhaltiges Mensch-Umwelt-System verdient gemacht haben.

Die erste ausgezeichnete Arbeit ist ein Konzept für eine ecuadorianische Provinz, das durch optimales Saatgutmanagement den häufigeren Anbau einheimischer Baumarten ermöglicht. Dies trägt zum Schutz und Wiederaufbau der Regenwälder in den Anden bei. Der zweite prämierte Beitrag hilft dabei, die CO₂-Abscheidungs- und -Speicherungstechnologie für die wachsenden Wirtschaftsmärkte China, Indien und Südafrika ökologisch zu bewerten.

Jugendbuch für Nachwuchsforscher

Im Fokus unserer Stiftungsarbeit stehen auch die jüngeren und jüngsten Forscher. Unser Jugendbuch „Abenteuer – Leben Natur Technik“ erklärt altersgerecht aufbereitet die Zusammenhänge zwischen Natur und Technik und in welcher Beziehung Technik und Umwelt zueinander stehen. Die Natur ist wichtig für die Technik, andererseits kann die Technik die Natur unterstützen. Es widmet sich den Ursprüngen und Vorbildern moderner Technologien ebenso wie dem nachhaltigen Umgang mit den Ressourcen unserer Erde. Das Buch soll Neun- bis Zwölfjährige zum Nachdenken und Nachforschen anregen, zu ihrer Umwelterziehung beitragen und sie für Umwelt- und Technikthemen sensibilisieren.

Umwelt / Partnerschaften für die Umwelt

#370

Partnerschaften für die Umwelt

Um den Wandel zu einer nachhaltig ausgerichteten Wirtschaft und Gesellschaft voranzutreiben, bringt Audi über vielfältige Partnerschaften seine Interessen und Argumente sowie sein unternehmerisches Know-how in den politischen und gesellschaftlichen Dialog ein.

Umweltpakt Bayern

Seit 1995 schließen der Freistaat Bayern und Vertreter der bayerischen Wirtschaft eine für jeweils fünf Jahre geltende freiwillige Vereinbarung, den Umweltpakt Bayern. Von Anfang an beteiligte sich Audi an diesem Abkommen. Hierin verpflichten wir uns freiwillig zur Einsparung von Ressourcen und zur Anwendung umweltschonender Technologien, um ein umweltverträglicheres Wirtschaftswachstum zu erreichen und zu garantieren. Dahinter steht unsere Überzeugung, dass die natürlichen Lebensgrundlagen mithilfe einer freiwilligen und zuverlässigen Kooperation von Staat und Wirtschaft besser geschützt werden können als nur mit Gesetzen und Verordnungen.

Der mittlerweile vierte Umweltpakt steht unter dem Motto „Nachhaltiges Wachstum mit Umwelt- und Klimaschutz“. Wir arbeiten dort in verschiedenen Arbeitsforen mit, zum Beispiel bei den Themen „Integrierte Produktpolitik und Ressourceneffizienz“ sowie „Managementsysteme“. In beiden Arbeitsforen sind wir mit unseren Erfahrungen auf den genannten Gebieten präsent, sodass auch kleinere und mittlere Unternehmen davon profitieren können.

Vielältige Kooperationen

Im Bereich Altlastensanierungen und umweltgerechter Entsorgung von Sonderabfällen beteiligen wir uns an den Kooperationsmodellen Gesellschaft zur Altlastensanierung in Bayern mbH (GAB) und gsb Sonderabfall-Entsorgung Bayern GmbH. Darüber hinaus sind wir in den Umweltausschüssen des Verbands der Automobilindustrie (VDA) vertreten, Vertreter der Standorte Ingolstadt und Neckarsulm gehören den Umweltschutzausschüssen der Industrie- und Handelskammer (IHK) an.

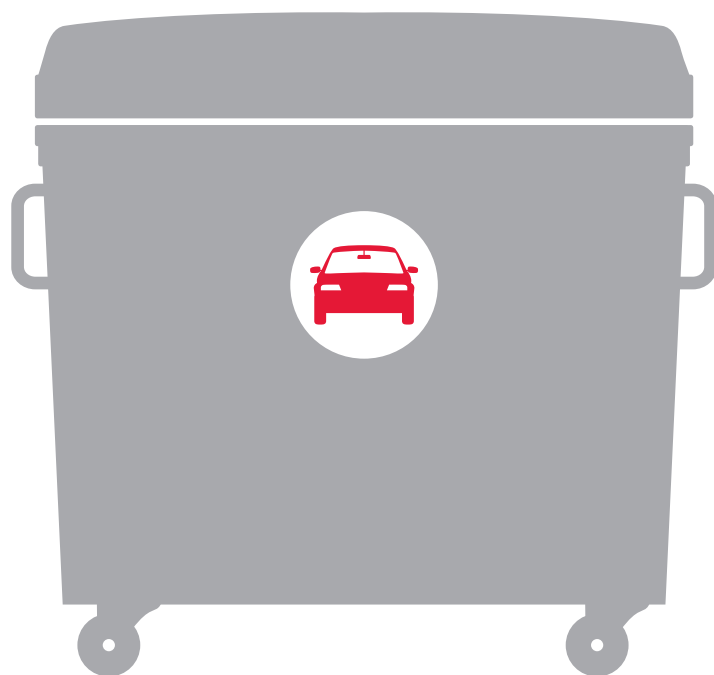
90.000

Eichensetzlinge pflanzte Audi bis 2012.



Die Audi Stiftung für Umwelt erforscht an mehr als 90.000 Stieleichen den CO₂-Speicher Eichenwald.

Autos gehören in die Wertstoff- tonne!



Volker Bormann

Jahrgang 1961, war langjähriger Redakteur bei der Financial Times Deutschland. Redaktionell verantwortete der diplomierte Biologe und Absolvent der Henri-Nannen-Schule die mehr als 1.000 Sonderbeilagen. Er war einer der Ersten, der dabei auch das Verhältnis von Wirtschaften und Corporate Responsibility in den Mittelpunkt rückte.

Neues Umweltdenken für neue Geschäftsmodelle: Betrachten wir das Auto allein mit den Augen der Vernunft und Umweltverträglichkeit und betrachten wir zugleich die aktuellen Absatzzahlen der Automobilhersteller – dann bleibt nur ein Schluss: Das passt schwer zusammen. Vernunftautos sind nämlich schwer verkäuflich. Warum sonst sind Autos in den vergangenen Jahrzehnten immer größer, schwerer und leistungstärker geworden? Weil für viele Käufer Vernunft allein nicht zählt.

Sie möchten nicht nur fahren, sondern auch beeindrucken; nicht einfach nur unterwegs sein, sondern auch Komfort und Ausstattung genießen. Man stelle sich einen Automarkt vor, auf dem Umweltfreundlichkeit und Sicherheit das Maß aller Dinge wären.

Welchen Sinn hätte es, noch mehr PS aus den Motoren herauszukitzeln, wo Autos dadurch ja keinen Deut reizvoller würden für die Käufer? Was brächte Ausstattung, die den Wagen schwerer und durstiger werden lässt, obwohl die Kundschaft sich allein dafür interessiert, was absolut gesehen auf dem Tankbeleg steht und was der Kilometerzähler anzeigt, wenn das Tanklämpchen wieder aufleuchtet?

Hierzulande steigt das Umweltbewusstsein zwar, aber die Käuferschaft ist weit davon entfernt, radikal und konsequent danach zu handeln. Autos sollen möglichst viel bieten, unter anderem inzwischen auch ein gutes Gewissen mit Blick auf die Umwelt. Das leistet sogar ein Luxusfahrzeug, dessen ungeheurer Hightechmotor pro Kilogramm bewegtem Gewicht vergleichsweise sparsam ist, aber auf 100 Kilometern je nach Fahrweise eben doch deutlich mehr Sprit verbraucht als ein leichtes Auto mit kleinem Motor. Dabei prangt auf beiden Fahrzeugen womöglich ein Typenschild, das Ökogeühl vermitteln soll.

In solchen Märkten verantwortungsvoll zu wirtschaften ist für die Hersteller keine Kleinigkeit. Kundschaft will nicht belehrt, sondern gut bedient werden. Auf das Geschäft etwa mit Luxusfahrzeugen zu verzichten, weil sie ökologisch fragwürdig sind, hieße der Konkurrenz das Feld zu überlassen. Das kann man einem Unternehmen nicht ohne Weiteres abverlangen. Erwarten kann man allerdings, dass Unternehmen ihren Anteil am Marktgeschehen erkennen. Entziehen sie sich durch intelligente Innovation der PS-Protzerei und machen ihre Produkte leichter, so leicht sogar, dass deren Leistungsniveau auch mit kleinerem Motor zu halten ist? Und vermarkten sie dies offensiv, obwohl mehr Leistung sich leichter verkaufen lässt? Das wäre mühsam, aber ein Zeichen von Verantwortung und eines behutsamen Versuchs, bei den Käufern mit der Zeit doch ein wenig die Maßstäbe zu beeinflussen.

Zu solch sanftem Schwimmen gegen den Strom gehört auch die Suche nach attraktiven Alternativen zum Benzin- und Dieselmotor. Gewiss, hier sind die Technikhürden hoch und die Vermarktbarkeit des derzeit Machbaren ist ein Graus. Elektroautos wären wunderbar, wenn sie endlich mit akzeptabler Reichweite daherkämen oder ein komfortables Netz rasch wechselbarer Akkus bereitstünde, das den Reichweittennachteil ausglich. Aber sie erfordern auch ein ganz anderes Geschäftsmodell, etwa im Service und in der Modellpolitik. Schließlich sind sie technisch weniger aufwendig und anfällig, sodass Werkstätten und Service-niederlassungen umdenken müssten. Dem steht erneut das gute Geschäft entgegen, das Autos mit Verbrennungsmotor heute bedeuten.

Verantwortung ist im Autogeschäft aber nicht nur mühsam, es gibt durchaus auch Chancen. Umweltlabel zum Beispiel sind ja recht gut vermarktbar. Bislang bekommen Autos vor allem dann ein Öko-Typenschild, wenn ihr Motor besonders effizient und sparsam ist, Gewicht gespart worden ist und dem Auspuff außer CO₂ keine nennenswerten Schadstoffe entströmen. Also wenn ihr Betrieb vergleichsweise umweltschonend ist. Autos sind aber auch eine Ansammlung hochbegehrter Wertstoffe. Wer sie vorausschauend plant und fertigt, sollte aus ihrem Recycling noch einmal einen nennenswerten Businessfaktor machen können: erstens weil Recycling-Autos bei vielen Kunden besser ankommen dürften. Zweitens weil Metall, Kunststoffe, Leder und Textilien, Kabel, Gläser und Elektronik aufbereitet und dem Materialkreislauf wieder zugeführt werden können – vorausgesetzt, die Hersteller verzichten auf schwer trennbare Verbundstoffe und etablieren die nötigen Prozesse zur Rücknahme, Zerlegung und Wertstoffvermarktung, und sei es nur als Brennstoff in Kraftwerken. Wirtschaftlich ist das kein Selbstläufer, sonst wären diese Zeilen überflüssig. Der Erfolg von morgen hängt sehr daran, wie verantwortungsvoll Autos heute gebaut werden.

**»Unternehmen
müssen sich der
Frage stellen,
wie sie Young
Professionals
gewinnen
wollen.«**

Medienvertreter

04

Mitarbeiter

»Bei Audi ist Personalentwicklung für alle Mitarbeitergruppen wichtig.«

Mitarbeiter von Audi

#400

Mitarbeiter sind das wertvollste Kapital eines Unternehmens

Um das strategische Unternehmensziel „Audi – die Premiummarke“ zu realisieren, ist der Audi Konzern auf das Know-how und das Engagement qualifizierter Mitarbeiter angewiesen.

Um die Mission der Audi Strategie 2020 „Wir begeistern Kunden weltweit“ zu verwirklichen, benötigt das Unternehmen leidenschaftliche und kompetente Mitarbeiter. Denn nur mit kompetenten, motivierten und bedarfsgerecht qualifizierten Mitarbeitern wird es auch gelingen, diese Mission zu erfüllen. Das Personal- und Sozialwesen sieht sich dabei in der Rolle des Wegbereiters: Auf Basis seiner Bereichsstrategie schafft es die Voraussetzungen dafür, dass die Belegschaft und damit das Unternehmen die Ziele der Strategie 2020 erreichen kann. Es bietet Perspektiven und schafft Vertrauen.

Die Strategie des Personal- und Sozialbereichs wurde von der Audi Strategie 2020 abgeleitet und stellt mit ihrer Mission „Nah am Menschen“ konsequent den Mitarbeiter in den Mittelpunkt. Dahinter steht die Überzeugung, dass das wertvollste Gut eines Unternehmens seine Menschen sind. Ihr Können, ihr Engagement und ihre Ideen sind in einem harten Wettbewerbsumfeld wie der Automobilindustrie entscheidende Erfolgsfaktoren.

Deshalb gilt es einerseits, die besten Mitarbeiter für Audi zu gewinnen, andererseits der bestehenden Belegschaft Sicherheit, Perspektiven und ein attraktives Arbeitsumfeld zu bieten, das von einem fairen und respektvollen Umgang miteinander geprägt ist (vgl. Arbeitgeberattraktivität).

Es gilt außerdem, die Weiterentwicklung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu unterstützen und sie zu befähigen, die unterschiedlichen Anforderungen, vor die sie das Berufsleben stellt, erfolgreich bewältigen zu können (vgl. Aus- und Weiterbildung).

Längst ist das Thema Vielfalt zu einem der zentralen Themen im Unternehmen geworden: Bei Audi arbeiten Menschen aus vielen Kulturen und mehreren Generationen miteinander. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben unterschiedliche Prägungen, Lebensentwürfe und Erwartungen. Wir verstehen diese Vielfalt als Chance, denn sie ist der Garant für Vielfalt im Denken und Handeln – im kreativen Herangehen an Aufgaben und im Entwickeln von innovativen Lösungen. Wir verstehen diese Vielfalt aber auch als Herausforderung, denn all diesen Menschen gilt es als attraktiver Arbeitgeber gerecht zu werden.

Zu den weiteren Herausforderungen des Personal- und Sozialwesens zählen:

Internationalisierung

Als ein Unternehmen, das im internationalen Wettbewerb erfolgreich ist und auch künftig sein will, stellt sich Audi zunehmend international auf. Das erfordert z.B. vermehrt interkulturelle Trainings, eine generelle Erhöhung der Sprachkompetenz und die Unterstützung eines permanenten Austausches zwischen Mitarbeitern im In- und Ausland.

Demografischer Wandel

Auch der demografische Wandel stellt uns vor neue, generationenübergreifende Herausforderungen. 2060 werden allein in Deutschland 34 Prozent der Menschen älter als 65 sein, viele von ihnen benötigen mit zunehmendem Alter Pflege. Berufstätige werden mehr Zeit brauchen, um sich um ihre Familienangehörigen zu kümmern. Das Durchschnittsalter der Belegschaft wird unweigerlich steigen: Derzeit liegt es bei der AUDI AG noch bei circa 41 Jahren. Mit der veränderten Altersstruktur unserer Belegschaft verschieben sich auch Kompetenzen (vgl. Vielfalt und Chancengleichheit).

Frauen

Zwar ist der Frauenanteil in einem technikbestimmten Unternehmen traditionell eher gering, es lässt sich aber seit Jahren ein Anstieg verzeichnen. Vor dem Hintergrund eines prognostizierten Fachkräftemangels möchten wir bei Audi verstärkt auch Frauen für Technik und die Automobilindustrie begeistern – insbesondere auch, um Vielfalt und unterschiedliche Sichtweisen im Unternehmen zu fördern. Wir legen großen Wert auf ihre Kompetenzen und Fähigkeiten und bieten ihnen zugleich attraktive Entwicklungsmöglichkeiten und Rahmenbedingungen, mit denen sie Beruf- und Privatleben besser miteinander vereinbaren können.

Generation Y

In den Fokus rückt für uns darüber hinaus zunehmend die selbstbewusste und anspruchsvolle Generation Y: Die in den 1980er und 1990er Jahren geborenen Ypsiloner sind technikaffin, in sozialen Netzwerken heimisch und aktiv, stark feedback-, aber wenig hierarchieorientiert. Ganz oben auf ihrer Anforderungsliste stehen spannende Projekte, gute Gehälter und ein sehr ausgewogenes Verhältnis zwischen Beruf und Privatleben.

Unsere Ziele im Personal- und Sozialwesen ...

Angesichts dieser und weiterer Herausforderungen haben wir in der Strategie des Personal- und Sozialwesens vier zentrale Zielfelder definiert:

► Kompetenzen stärken

Wir sind bestrebt, international die besten Talente zu gewinnen. Zugleich befähigen wir unsere Führungskräfte, frühzeitig ihre Nachfolge zu regeln. Unseren Mitarbeitern zeigen wir zielgerichtete Entwicklungswege auf und unterstützen sie dabei, Kompetenzen aufzubauen, die sie künftig brauchen werden.

► Arbeit attraktiv und flexibel gestalten

Wir fördern und erhalten die individuelle Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter. Mit zukunftsorientierten Arbeitsformen werden wir den Bedürfnissen unserer Mitarbeiter in verschiedenen Lebensphasen gerecht. Leistung und Engagement erkennen wir an und honorieren sie angemessen. Zugleich ist es unser Anspruch, Beschäftigung zu sichern.

► Verantwortung fördern

Wir führen verantwortungsvoll und arbeiten vertrauensvoll zusammen. Faire Sozialpartnerschaften haben für uns einen sehr hohen Stellenwert. Unsere gesellschaftliche Verantwortung nehmen wir ernst und handeln entsprechend.

► Zukunftsfähigkeit sichern

Wir bereiten uns frühzeitig auf sich ändernde gesellschaftliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen vor und setzen Trends als Employer Brand. Mit Aus- und Weiterbildungsangeboten rüsten wir uns für neue technologische Entwicklungen und stärken unsere Innovationskraft. Die körperliche und psychische Gesundheit unserer Mitarbeiter unterstützen wir mit innovativen Programmen. Veränderungen stehen wir offen gegenüber und gestalten sie gemeinsam.

... und was wir dafür tun

Selbstverständlich bekennt sich Audi zu den zehn Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen und zu den Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation ILO. Seit acht Jahren beteiligt sich Audi an der Initiative Fair Company. Das Gütesiegel wird von karriere.de, dem Portal von Handelsblatt und WirtschaftsWoche, vergeben.

Um den Herausforderungen des demografischen Wandels zu begegnen, haben wir bereits im Jahr 2008 das interdisziplinäre Audi Demografie-Projekt initiiert. Dabei haben wir fünf relevante Handlungsfelder identifiziert: Führung, Wissenstransfer, Personalentwicklung, Arbeitsgestaltung und Gesundheit. Darüber hinaus haben wir einen Maßnahmenkatalog definiert, der die Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter auch in Zukunft sichert – und somit die Wettbewerbsfähigkeit unseres Unternehmens.

Die Sicht der Stakeholder

2012 haben wir unseren Anspruchsgruppen im Rahmen einer Stakeholder-Befragung erstmals wesentliche Aspekte der Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeitern vorgestellt und sie gebeten, diese in puncto Relevanz zu beurteilen. Besonders wichtig sind aus externer Sicht die Aus- und Weiterbildung, eine starke Unternehmenskultur sowie der Arbeits- und Gesundheitsschutz. Aus Unternehmenssicht hat darüber hinaus die Vereinbarkeit von Beruf und Familie (vgl. Beruf und Familie) eine besonders hohe Bedeutung. Zwar bieten wir unseren Mitarbeitern ein sehr gutes Gesamtpaket für ein familiengerechtes Arbeitsumfeld. Dennoch ist es für den Einzelnen in bestimmten Situationen eine Herausforderung, Beruf und Familie in Einklang zu bringen. Deshalb haben wir unser Kinderbetreuungsangebot im Rahmen von „Audi Spielraum“ weiter ausgebaut. Unsere Mitarbeiter können ihre Kinder nun bei Bedarf auch flexibel stunden- oder tageweise unterbringen. Darüber hinaus hat die AUDI AG sich bereits 2011 zum Ziel gesetzt, den Frauenanteil auf allen Ebenen des Unternehmens – von den Auszubildenden bis ins Topmanagement – zu erhöhen.



#410

Wertschätzung zeigen

Wer weltweit Kunden begeistern will, braucht motivierte und kompetente Mitarbeiter. Audi bietet attraktive und flexible Arbeitsformen, um junge Talente zu gewinnen und erfahrene Mitarbeiter dauerhaft an das Unternehmen zu binden.

Die Marke Audi übt nicht nur auf unsere Kunden eine hohe Anziehungskraft aus, sondern auch auf aktuelle und potenzielle Mitarbeiter. Dazu tragen unsere Produktpalette und unsere Innovationsstärke – vor allem in den Bereichen neue Antriebskonzepte und Leichtbau – bei. Dennoch ist uns bewusst, dass wir als Premiummarke international nicht nur mit anderen Automobilherstellern um engagierte Nachwuchskräfte und erfahrene Spezialisten konkurrieren. Im Rahmen der Audi Strategie 2020 haben wir uns deshalb zum Ziel gesetzt, weltweit ein attraktiver Arbeitgeber zu sein.

Das erreichen wir zum Beispiel, indem wir die fachliche und physische Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter individuell fördern und erhalten (vgl. Aus- und Weiterbildung sowie Arbeitsschutz- und Gesundheitsmanagement). Wir haben zukunftsorientierte Arbeitsformen entwickelt und in Betriebsvereinbarungen manifestiert, die Mitarbeitern in verschiedenen Lebensphasen einen hohen Gestaltungsspielraum gewähren – sie können beispielsweise in Teilzeit arbeiten, von zu Hause aus tätig sein und eine Auszeit nehmen, um Kinder zu betreuen oder Familienangehörige zu pflegen.

Darüber hinaus erkennen wir mit unseren Vergütungsmodellen Leistung und Engagement an (vgl. Sozialleistungen und Vergütung). Ein Beleg dafür ist die Beteiligung der Belegschaft am finanziellen Unternehmenserfolg, wie wir sie an den Standorten der AUDI AG, aber auch bei Tochtergesellschaften im Ausland, handhaben. Unser Anspruch, ein attraktiver Arbeitgeber zu sein, spiegelt sich zudem in unserer Beschäftigungsgarantie wider, die wir im Juli 2012 bis zum Jahr 2018 ausgeweitet haben. In den heutigen volatilen Zeiten sind sichere Beschäftigungsverhältnisse ein wichtiges Kriterium für die Wahl des Arbeitgebers.

Jede Stimme zählt

Die Ergebnisse unserer Mitarbeiterbefragungen bestätigen unseren strategischen Ansatz. Bereits zum achten Mal in Folge haben wir 2012 unsere Beschäftigten um ihre Meinung gebeten. Rund 40.000 Mitarbeiter der AUDI AG nutzten das Stimmungsbarometer und äußerten sich anonym beispielsweise zum Beitrag der Organisationseinheit zur Unternehmensstrategie, zur Zusammenarbeit mit Kollegen und Vorgesetzten oder dazu, wie gut sie sich über aktuelle Entwicklungen bei Audi informiert fühlen. Damit haben sich 89 Prozent der Audi Mitarbeiter an der Umfrage beteiligt. Die Ergebnisse belegen eine hohe Zufriedenheit der Belegschaft. So stimmten 95 Prozent der Befragten der Aussage „Ich arbeite gern bei Audi“ voll und ganz bzw. weitgehend zu.

95 %

der Audi Mitarbeiter stimmen der Aussage „Ich arbeite gern bei Audi“ zu.

Zugleich dient das Stimmungsbarometer als Impuls, um Veränderungsprozesse anzustoßen. Die Vorgesetzten stellen die Ergebnisse in den einzelnen Organisationseinheiten vor und diskutieren mit den Mitarbeitern daraus resultierende mögliche Maßnahmen. Das wirkt sich positiv auf den konkreten Arbeitsalltag aus.

Abgesehen von der hohen Zufriedenheit ist die lange Verweildauer unserer Mitarbeiter im Unternehmen ein weiterer Beleg dafür, dass Audi ein attraktiver Arbeitgeber ist. Sie liegt im Audi Konzern bei durchschnittlich 15,2 Jahren. Die Fluktuation ist im Gegenzug mit 0,6 Prozent jährlich gering.

Beim Nachwuchs beliebt

Im Rahmen von Praktika kommen junge Menschen mit der Audi Unternehmenskultur in Berührung. Ihren ersten Eindruck fragen wir seit dem Jahr 2011 im Praktikantenzufriedenheitsindex ab. Die bisher 1.425 Befragten bewerteten ihre Erfahrungen im Unternehmen, in ihrer Organisationseinheit und mit den Nachwuchs- und Rahmenprogrammen. Bezogen auf die zuletzt ausgewerteten 363 Befragungsergebnisse vergaben rund 91 Prozent für ihr Praktikum die Gesamtnote „sehr gut“ oder „gut“.

Bewerber- und Einstellungsrekorde

Dass Audi ein beliebter Arbeitgeber ist, belegen die aktuellen Bewerberzahlen. 2012 haben sich allein an den beiden deutschen Standorten mehr als 110.000 Berufseinsteiger, Fachkräfte und Spezialisten beworben. Dies ist der höchste Wert in der Geschichte der AUDI AG. Bemerkenswert ist auch, dass wir seit Bekanntgabe der Standortentscheidung für Mexiko im September bis zum Jahresende 2012 rund 1.600 Initiativbewerbungen für das neue Audi Werk erhalten haben. Auch die Zahl der Beschäftigten ist 2012 weiter gewachsen. Allein die AUDI AG stellte 2.951 neue Mitarbeiter ein, darunter 1.582 Experten mit akademischem Hintergrund. Hinzu kommen 620 Fachkräfte, die zum Großteil aus Zeitarbeitsverhältnissen in die Stammbesetzung übernommen wurden, sowie 749 junge Menschen, die ihre Ausbildung bzw. ihr duales Studium an den Standorten Ingolstadt und Neckarsulm begonnen haben.

2.951

neue Mitarbeiter hat die AUDI AG im Jahr 2012 eingestellt.

Gut platziert

Wie attraktiv Audi als Arbeitgeber ist, belegen zahlreiche Auszeichnungen und Spitzenplätze in Rankings.

- ▶ *Höchste Reputation unter den Topkonzernen in Deutschland (AUDI AG); vom manager magazin durchgeführte Studie „Image-profile 2012“, befragt wurden Führungskräfte (manager magazin, Ausgabe 2/2012, S. 32 ff.).*
- ▶ *Attraktivster Arbeitgeber Deutschlands (AUDI AG); Arbeitgeber ranking der Beratungsinstitute trendence und Universum, befragt wurden Absolventen der Ingenieur- und Wirtschaftswissenschaften („trendence Graduate Barometer 2012 – Business und Engineering Edition“, 20.4.2012; „The Universum German Student Survey 2012“, 30.4.2012).*
- ▶ *2. Platz bei Young Professionals (AUDI AG); Studie „The German Professional Survey 2012“, befragt wurden berufserfahrene Ingenieure und Wirtschaftswissenschaftler (vgl. ▶ **Universum**).*
- ▶ *Attraktivster Arbeitgeber Ungarns (AUDI HUNGARIA MOTOR Kft.); Umfrage der Unternehmensberatung AON Hewitt und der internationalen Studentenorganisation AIESEC, befragt wurden Berufseinsteiger und Berufserfahrene (vgl. ▶ **Balaton Zeitung**).*

Mitarbeiter / Aus- und Weiterbildung

#420

Fit für die Zukunft

Die Automobilbranche braucht gut ausgebildete und hoch qualifizierte Fachkräfte, vor allem in den technischen Fachrichtungen. Audi investiert daher auf allen Ebenen in die Aus- und Weiterbildung seiner Mitarbeiter.

Begehrte Ausbildungsplätze

Um unseren Bedarf an Fachkräften zu sichern, haben wir im Jahr 2012 in 20 Berufen ausgebildet, sowohl im technischen als auch im kaufmännischen Bereich. Ende Dezember 2012 beschäftigte die AUDI AG 2.459 Auszubildende und Studierende dualer Ausbildungen, davon rund 24 Prozent junge Frauen (vgl. Vielfalt und Chancengleichheit). Im Jahr 2012 begannen 698 Schulabgänger ihre Ausbildung bei der AUDI AG. Wir legen großen Wert auf die Qualifizierung für Zukunftstechnologien wie zum Beispiel im Bereich der Hochvolt-Elektronik oder neuer Fügetechniken. Mit der „Dualen Berufsausbildung mit Fachhochschulreife“ bietet Audi seinen Auszubildenden an, parallel zu ihrer Ausbildung als (Kfz-)Mechatroniker, Elektroniker oder Werkzeugmechaniker die Fachhochschulreife abzulegen. 216 Jugendliche machen derzeit von dieser Möglichkeit Gebrauch. Viele dieser jungen Menschen kennen Audi über den „Arbeitskreis Schule Wirtschaft“ (vgl. Wissenschaftskooperationen), bei dem wir uns seit gut 30 Jahren engagieren. Die Mitglieder des Arbeitskreises streben einen engen Austausch zwischen Schulen und Betrieben an, um Schülern eine qualifizierte Aus- und Weiterbildung zu ermöglichen.

2.459

Auszubildende und Studierende dualer Ausbildungen beschäftigte die AUDI AG Ende Dezember 2012.

Auch für den akademischen Nachwuchs ist Audi ein attraktiver Arbeitgeber (vgl. Arbeitgeberattraktivität). Im Jahr 2012 nahmen 28 Studenten ihr Studium an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) auf. In dem dreijährigen Bachelorstudium werden die Studenten abwechselnd an der Hochschule und an ihren Ausbildungsstätten bei Audi eingesetzt. Die Theorie- und Praxisinhalte sind eng aufeinander abgestimmt, sodass die Studenten ihr erworbenes Wissen direkt im Berufsalltag anwenden können und umgekehrt ihre praktischen Erfahrungen ins Studium einbringen. Technikbegeisterten (Fach-)Abiturienten ermöglicht Audi mit dem Programm Studium und Erfahrung in der Praxis, kurz StEP, eine Doppelqualifikation. Das fünfjährige Programm verbindet eine Berufsausbildung bei Audi mit einem Ingenieurstudium an der FH Ingolstadt. 23 junge Menschen starteten 2012 diese duale Ausbildung zum „Bachelor of Engineering“.

In allen Ausbildungsbereichen achten wir auf eine ganzheitliche Förderung der Auszubildenden und Studierenden. In Teamtrainings und individuellen Weiterbildungsmaßnahmen vermitteln wir fachliche Qualifikationen und fördern die persönliche Entwicklung der Berufseinsteiger. Auslandsaufenthalte bieten den jungen Menschen die Möglichkeit, Strukturen und Prozesse in anderen Ländern kennenzulernen, und verbessern zugleich ihre interkulturellen Kompetenzen. Daher schickte Audi 2012 27 Auszubildende – 18 aus dem gewerblich-technischen sowie neun aus dem kaufmännischen Bereich – für drei Monate ins europäische Ausland.

Ende 2011 vereinbarten Betriebsrat und Unternehmensleitung, dass alle Auszubildenden der AUDI AG sowie die Teilnehmer der dualen Studiengänge und des StEP-Programms in ein unbefristetes Arbeitsverhältnis übernommen werden, wenn sie ihre Ausbildung erfolgreich abschließen und sofern keine in der Person oder im Verhalten der Auszubildenden liegenden Gründe dagegensprechen. Das Interesse an einer Ausbildung bei Audi ist groß: Insgesamt bewarben sich 2012 rund 10.500 junge Frauen und Männer für einen Ausbildungsplatz oder ein duales Studium.



Auszubildende mit ihrem Ausbildungsbeauftragten in der Lernstation des Anlagen- und Vorrichtungbaus.

Leistungsschwache und Benachteiligte fördern

Mit gezielten Maßnahmen im Rahmen der Einstiegsqualifizierungsprogramme „EQ“ und „EQ Plus“ unterstützt Audi junge Menschen, die aufgrund schlechter oder fehlender Schulabschlüsse keinen Ausbildungsplatz erhalten haben. 2012 haben 17 der von uns betreuten 18 „EQ Plus“-Teilnehmer die Maßnahme erfolgreich abgeschlossen, 16 von ihnen haben den qualifizierenden Hauptschulabschluss erreicht. 13 Teilnehmer haben im Anschluss an das Programm bei der AUDI AG einen Ausbildungsplatz erhalten. Außerdem ist Audi maßgeblich daran beteiligt, den Tarifvertrag „Förderjahr“ in die Praxis umzusetzen. Zwölf Jugendliche mit schwachem Schulabschluss lernen während des neunmonatigen Programms bei Audi handwerkliche Grundkenntnisse in unterschiedlichen Fachbereichen kennen, zum Beispiel Drehen, Fräsen oder Bohren im Metallbau. Ziel des Programms ist es, Jugendliche mit geringeren Aussichten auf dem Arbeitsmarkt zu unterstützen sowie ihre Fachkenntnisse und Sozialkompetenz zu entwickeln. Für die Teilnehmer besteht die Möglichkeit, sich im Verlauf des Förderjahres für eine anschließende Berufsausbildung in der Metall- und Elektroindustrie zu qualifizieren. Darüber hinaus haben wir im Jahr 2012 standortübergreifend Ausbildungsprojekte mit Einrichtungen zur beruflichen Rehabilitation durchgeführt, zum Beispiel mit dem Berufsbildungswerk (B.B.W.) St. Franziskus in Abensberg. Das B.B.W. hilft benachteiligten jungen Menschen, sich in der Berufs- und Arbeitswelt sowie in der Gesellschaft zurechtzufinden.

Hohes Ausbildungsniveau auch international

Es ist unser Ziel, die hohen deutschen Ausbildungsstandards auch an den ausländischen Audi Standorten zu etablieren. AUDI HUNGARIA MOTOR Kft. bildet bereits seit 2001 aus, seit 2011 nach dem in Deutschland üblichen dualen System. Zurzeit lernen 240 Auszubildende in Győr in 13 Metall- und Elektroberufen. In Ungarn zählt Audi mittlerweile zu den größten Ausbildungsunternehmen und ist Vorbild für viele andere ungarische Betriebe. Zudem engagieren wir uns dort mit verschiedenen Nachwuchsprogrammen, etwa dem „Audi Adventure“ für Praktikanten, internationalen Traineeprogrammen oder dem „Campus for Excellence“ für besonders talentierte und interessierte Gymnasiasten. Anfang Juni 2012 startete am Standort Brüssel das Pilotprojekt „Duale Ausbildung“. Dort sind wir das erste Industrieunternehmen, das diese Form der Ausbildung anbietet. Für die neuen Werke in China und Mexiko, die ihre Produktion Ende 2013 bzw. 2016 aufnehmen werden, hat Audi bereits frühzeitig mit der Rekrutierung von Ausbildungsleitern und Ausbildern begonnen.

Weiterbildung ist eine Investition in die Zukunft

Angesichts komplexer werdender Aufgaben und steigender Anforderungen wird eine zielgerichtete Qualifizierung unserer Mitarbeiter immer wichtiger.

Insbesondere bei Fahrzeugneuanläufen und der Einführung neuer Technologien sind hochqualifizierte Mitarbeiter ein entscheidender Erfolgsfaktor. So haben wir im Jahr 2012 allein für den Anlauf des neuen Audi A3 in Ingolstadt 218 Weiterbildungsveranstaltungen „off the job“ mit 2.495 Teilnehmertagen für die Karosseriebaumitarbeiter durchgeführt. Im Bereich neue Technologien finden ebenfalls Schulungen statt: 2012 haben wir zum Beispiel 931 Beschäftigte in Ingolstadt und Neckarsulm in der Schlüsseltechnologie Elektromobilität qualifiziert.

Durch die Veranstaltungsreihe „Präzision im Detail“ wurden im Jahr 2012 insgesamt rund 10.000 Teilnehmer am Standort Neckarsulm geschult. Sie wurden in Bezug auf die Hochwertigkeit der Audi Produkte und die Erwartungen der Kunden an Audi sensibilisiert und konnten dadurch mehr über die eigenen Handlungsmöglichkeiten zur Erreichung einer hohen Kundenzufriedenheit erfahren. Zielgruppe waren Mitarbeiter der Produktion und produktionsnaher Bereiche, Auszubildende sowie Mitarbeiter externer Lieferanten.

Wir greifen auch auf das Fachwissen unserer eigenen Mitarbeiter zurück. Seit 2005 vermitteln Audi Mitarbeiter in unseren Kompetenz-Centern bzw. Bereichsakademien ihre Kenntnisse im Rahmen von Workshops und Vorträgen an ihre Kollegen. 2012 profitierten über 7.000 Mitarbeiter vom Know-how der 455 internen Referenten.

455

Audi Mitarbeiter vermitteln als interne Referenten Wissen.

Wissensaustausch und Feedback für Manager

Auf dem Management-Forum stellen Audi Manager aktuelle Themen, Strategien und Prozesse aus den Geschäftsbereichen des Unternehmens vor. Das Forum bietet eine Plattform, um Gespräche zu führen und sich zu vernetzen. Ziel ist es, die Teilnehmer für die Bedeutung und Arbeitsweise anderer Disziplinen zu sensibilisieren und gleichzeitig neue Ideen und Impulse in das Unternehmen hineinzutragen. So fördern wir interdisziplinäres Denken und die Kooperation zwischen Geschäftsbereichen.

Um ihre Arbeitsleistung zu verbessern und sich persönlich weiterzuentwickeln, werden regelmäßig alle neuen Mitglieder des Managements zur Teilnahme am sogenannten 360°-Feedback eingeladen. Verschiedene Feedback-Geber, wie Mitarbeiter, Kollegen, Kunden, Partner oder Vorgesetzte, schätzen das Verhalten der Führungskraft ein, und zwar anonym. Im Gespräch mit einem Entwicklungsberater vergleicht der Feedback-Nehmer Selbst- und Fremdbild und erarbeitet konkrete Maßnahmen für seinen weiteren Weg. Gleichzeitig fördert das Instrument eine offene Feedback-Kultur in unserem Unternehmen.

Talente fördern

Besonders engagierte und qualifizierte Audi Beschäftigte können vom Audi Mitarbeiter Stipendium profitieren: Bereits seit 2009 ermöglichen wir es jährlich 40 Mitarbeitern, eine Zusatzqualifikation oder ein Studium aufzunehmen. 2012 wurde das Programm um zehn Masterstudienplätze erweitert. Die Teilnehmer werden mit Blick auf künftige Anforderungen im Unternehmen ausgewählt und finanziell gefördert.

Studierende, die ihr Praktikum bei Audi überdurchschnittlich abgeschlossen haben, können sich für das Audi Student-Line Programm (SLP) bewerben. Ziel des Programms ist es, Studierende während ihrer Ausbildung durch weitere Praktika bei Audi, Netzwerktreffen oder Abschlussarbeiten zu fördern.

Mitarbeiter / Arbeitsschutz- und Gesundheitsmanagement

#430

Das Wohl der Mitarbeiter im Fokus

Wettbewerbsfähigkeit und Produktivität hängen von einer gesunden und leistungsfähigen Belegschaft ab. Mit einem hervorragenden Arbeits- und Gesundheitsschutz möchte Audi einerseits die Arbeitsfähigkeit und -bereitschaft seiner Mitarbeiter und andererseits deren Zufriedenheit langfristig erhalten.

Bereits 1990 haben Unternehmensleitung und Gesamtbetriebsrat der AUDI AG eine Betriebsvereinbarung zum Arbeitsschutz getroffen. Ziel ist der Schutz der Mitarbeiter vor arbeitsbedingten Verletzungen und gesundheitlichen Beeinträchtigungen. Arbeitsschutz ist Bestandteil der Fürsorgepflicht des Managements und notwendig, um Störungen im planmäßigen Betriebsablauf zu vermeiden. Parallel zu Maßnahmen des Arbeitsschutzes ist es das Ziel des Audi Gesundheitsmanagements, die physische und psychische Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter zu erhalten und zu fördern. Dabei setzt Audi auf präventive Maßnahmen wie das Vorsorgeuntersuchungsprogramm Audi Checkup oder die ergonomische Gestaltung von Arbeitsplätzen.

Vorbildlicher Arbeitsschutz

Um das hohe Niveau der Arbeitssicherheit bei Audi zu gewährleisten und weiter zu verbessern, schulen wir unsere Verantwortlichen und Führungskräfte regelmäßig zu Themen wie Verantwortung und Haftung, Werkzeuge zum Arbeitsschutz oder zu rechtlichen Rahmenbedingungen.

Maßnahmen zum Arbeitsschutz sind in alle betrieblichen Abläufe integriert und dienen in erster Linie der Prävention. Schwerpunkte von Audi liegen dabei auf:

- ▶ der Vermeidung von Unfällen und Gesundheitsschäden
- ▶ der Gestaltung sicherer Anlagen und Arbeitsabläufe
- ▶ der sicheren Konstruktion bzw. Gestaltung von Fahrzeugkomponenten

Um Unfälle und Gesundheitsschäden zu vermeiden, sensibilisieren wir unsere Mitarbeiter für Risiken bei der Arbeit oder auf dem Weg dorthin. Konkrete Maßnahmen sind zum Beispiel Veranstaltungen wie die Logistik-WM für Staplerfahrer oder Trainings zur Verkehrs- und Fahrsicherheit.

Arbeitssicherheit ist Teil unseres integrierten Planungsprozesses, das heißt, sicherheitstechnische Aspekte von Maschinen und Anlagen werden schon in der Planungsphase eingehend berücksichtigt.

Die Arbeitsschutzsystematik der AUDI AG orientiert sich an den Grundsätzen des Konzern-Arbeitsschutz-Managementsystems (KAMS) des Volkswagen Konzerns. Ziel des KAMS ist es, den betrieblichen Arbeitsschutz kontinuierlich zu verbessern. Die Prozesse der Arbeitssicherheit sind in das Qualitätsmanagementsystem der AUDI AG integriert.

Den hohen Stellenwert von Arbeitssicherheit bei Audi belegt auch der interne Arbeitssicherheitspreis, den wir seit 1983 verleihen. Mit diesem Instrument wollen wir Belegschaften wie Führungskräfte an unseren Standorten in Ingolstadt, Neckarsulm, im ungarischen Győr und in Brüssel zu sicherheitsgerechtem Arbeiten und präventivem Handeln motivieren.

Die Unfallhäufigkeit bei der AUDI AG lag 2012 bei 2,4 und damit auf einem sehr niedrigen Niveau. Die Kennzahl gibt an, wie viele Betriebsunfälle ab einem Tag Arbeitsausfall je eine Million geleisteter Arbeitsstunden geschehen.

Gesundheit erhalten und fördern

Ziel unseres integrierten Audi Gesundheitsmanagements ist es, die Lebensqualität und Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter über die gesamte Lebensarbeitszeit zu erhalten und zu fördern. Kern des Gesundheitsmanagements, das bei uns als Führungsaufgabe verstanden wird, ist der seit Juli 2006 bestehende Audi Checkup für die gesamte Belegschaft. Der Checkup ist ein individuelles Präventionsprogramm, an dem jeder Mitarbeiter freiwillig teilnehmen kann. Moderne Diagnoseverfahren und umfassende Beratungsgespräche helfen dabei, Gesundheitsrisiken frühzeitig zu erkennen und ihnen vorzubeugen. Da wir die Untersuchung kostenlos und während der Arbeitszeit anbieten, nutzen inzwischen rund 90 Prozent unserer Mitarbeiter den Audi Checkup. Bis Ende 2012 wurde er insgesamt mehr als 51.000 Mal in den Gesundheitszentren unserer Standorte Ingolstadt und Neckarsulm von Betriebsärzten durchgeführt. Davon rund 41.500 Mal als Erst- und etwa 9.500 Mal als Folgeuntersuchung.

51.000

Checkups wurden bis Ende 2012 durchgeführt.



Rund 90 Prozent der Mitarbeiter nutzen den Audi Checkup.

Das Ergebnis: Mit einem Wert von 96,4 Prozent im Jahr 2012 ist der Gesundheitsstand unserer Belegschaft seit Jahren sehr hoch.

Neben dem Audi Checkup fördert das Gesundheitsmanagement weitere präventive Maßnahmen, zum Beispiel:

- ▶ Kampagnen zu gesundheitsförderlichem Verhalten
- ▶ Informationsveranstaltungen und Schulungen zu gesunder Ernährung und Bewegung
- ▶ Vorsorgeuntersuchungen
- ▶ Früherkennungsprogramme für Haut- und Darmkrebs
- ▶ Schutzimpfungen
- ▶ Raucherentwöhnung und Suchtberatung
- ▶ individuelle medizinische Beratung, unter anderem bei psychischen Problemen oder bei arbeitsbezogenen, gesundheitlichen Beschwerden

Außerdem bietet die AUDI AG seit 2010 in Kooperation mit der Aktion Knochenmarkspende Bayern und der DKMS Deutsche Knochenmarkspenderdatei die Möglichkeit einer kostenlosen Stammzellentypisierung.

Stärkung der psychischen Gesundheit

Psychische Krankheiten nehmen in modernen Gesellschaften ständig zu. Der aktuelle Stressreport Deutschland aus dem Jahr 2012 der Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin zeigt: Immer mehr Arbeitnehmer fühlen sich am Arbeitsplatz gestresst. Als Grund dafür wird steigende Arbeitsbelastung – unter anderem aufgrund von Multitasking und starkem Termin- und Leistungsdruck – diskutiert. Politik und Wirtschaft sind aufgefordert, ihrer Verantwortung stärker nachzukommen.

Etwa neun Prozent aller Arbeitsunfähigkeitsdiagnosen bei Audi gehen auf das Konto seelischer Krankheiten. Dieser Anteil liegt zwar unter dem Durchschnittswert der gesetzlichen Krankenkassen, allerdings nimmt er auch in der Audi Belegschaft zu. Hinzu kommt, dass Arbeitnehmer, die psychisch erkrankt sind, länger arbeitsunfähig sind als Kollegen mit körperlichen Beschwerden. In den Audi Checkup wurde daher ein Früherkennungssystem für psychische Erkrankungen integriert. Bereits 2007 haben wir das Audi Programm „Arbeit und psychische Gesundheit“ ins Leben gerufen, um seelischen Erkrankungen vorzubeugen. Dieses Programm entwickeln wir seitdem kontinuierlich weiter.

Gesundheitsgerechtes Arbeiten

Unser Gesundheitsmanagement sorgt für gesundheitsgerechte Arbeitsbedingungen. Wir reduzieren mithilfe unserer Gefährdungsbeurteilung und im Rahmen unseres Gefahrstoffmanagements die Belastungen der Arbeitsbedingungen durch Lärm, Staub oder Chemikalien, wo immer es möglich ist. Das zunehmende Alter der Belegschaft stellt Audi vor neue Herausforderungen. Arbeitsplätze und Arbeitsumgebung gestalten wir nach wissenschaftlichen Erkenntnissen und praktischen Erfahrungen aus der Arbeitswelt. So können ältere, aber auch leistungsgewandelte und schwerbehinderte Beschäftigte weiterhin ihr Know-how und ihre Fähigkeiten für Audi einsetzen. Mitarbeiter, die nach einer längeren Abwesenheit wieder in das Unternehmen integriert werden, können in Absprache mit dem Gesundheitswesen zunächst stundenweise an ihren Arbeitsplatz zurückkehren und die Arbeitszeit individuell erhöhen. Da auch das Verhältnis zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern eine wichtige Rolle für die Gesundheit spielt, schulen wir unsere Führungskräfte zum Thema gesundheitsgerechte Führung.

Ergonomische Arbeitsplatzgestaltung

Um die körperliche Belastung der Mitarbeiter, beispielsweise durch Arbeiten in gebeugter Haltung, Überkopfarbeit oder schweres Heben, systematisch zu verringern, hat Audi Systeme zur Verbesserung der Arbeitsplatzergonomie entwickelt. Ein Beispiel dafür ist der ergonomische Montagesitz in der A3 Fertigung. Schon bei der Planung von Produkten und Prozessen beurteilen arbeitswissenschaftlich qualifizierte Planungsingenieure ergonomische Anforderungen. Darüber hinaus können auch die Mitarbeiter Vorschläge zur Verbesserung des eigenen Arbeitsumfelds machen. Eine Besonderheit bei Audi ist, dass dieser Planungsprozess altersbezogen stattfindet. Bereits bei der Kalkulation und Produktionsplanung neuer Modelle wird die Tatsache berücksichtigt, dass die Mitarbeiter in der Produktion während des Modellzyklus „mitaltern“, z.B. durch die sukzessive Erhöhung von Sitzarbeitsplätzen. Spezielle Schulungen und ein eigenes Vorschlagswesen fördern ebenfalls die ergonomische Gestaltung von Arbeitsplätzen und Prozessen.



Die individuelle Leistungsfähigkeit erhalten – an jedem Arbeitsplatz.

#440

Wertvolle Impulse

Mitarbeiter wissen oft am besten, wie die Prozesse in ihrer täglichen Arbeit zu optimieren sind. Dieses Mitarbeiter-Gestaltungsinstrument findet sich im Audi Ideen-Programm wieder. Prämiert werden umgesetzte Ideen. Im Gegenzug profitiert das Unternehmen von den erzielten Verbesserungen und damit verbundenen Kosteneinsparungen.

Seit 1969 haben Mitarbeiter der AUDI AG die Möglichkeit, ihre Vorschläge für verbesserte Arbeitsabläufe einzubringen. Im Jahr 2012 wurden 28.271 Vorschläge eingereicht.

Die Umsetzung des dezentralen Ideenmanagements obliegt der Audi Ideen-Agentur, einer an den Fachbereich Personal angebotenen Abteilung. Über ein Online-Programm im Intranet erfolgt die Eingabe des Verbesserungsvorschlags durch die Mitarbeiter.

Nah dran

Da die meisten Ideen den unmittelbaren Arbeitsbereich der Mitarbeiter betreffen, können sie auch dort am besten beurteilt und umgesetzt werden. Speziell hierfür geschulte Vorgesetzte und Gutachter bewerten diese. Der Prozess ist standardisiert und transparent – die Mitarbeiter können jederzeit im Intranet nachvollziehen, in welchem Stadium sich der eigene Vorschlag befindet. Als Bindeglied zwischen Einreicher, Vorgesetzten und der Ideen-Agentur fungieren Ideen-Koordinatoren. Alle Mitarbeiter werden über die Mitarbeiterzeitschrift und im Intranet über Ziele, Aktionen und Verfahrensweisen auf dem Laufenden gehalten. Über ein Kennzahlensystem werden monatlich Berichte unter anderem zum Ideen-Eingang, der Realisierungsquote und den damit erzielten Einsparungen den Führungskräften und dem Vorstand zur Verfügung gestellt.

16.011

Verbesserungsvorschläge der Audi Mitarbeiter wurden 2012 umgesetzt.

Kreativität belohnen

Den Erfolg dieses Systems machen nicht nur die großen, sondern vor allem die vielen kleinen Ideen aus. Sie reichen von Prozessoptimierungen und Kostenreduktion über die Steigerung von Produktqualität bis hin zu ergonomischen Themen. Dabei steigen sowohl die Qualität der Ideen als auch der in Euro berechenbare Vorteil für Audi stetig an. Allein 2012 konnte Audi 16.011 Verbesserungsvorschläge umsetzen, die einen geldwerten Nutzen von 71,1 Mio. EUR erbrachten. Diese Mitarbeiterideen haben wir mit Prämien in Höhe von insgesamt 6,7 Mio. EUR honoriert.

Prämiertes Vorbild

Das Deutsche Institut für Betriebswirtschaft zeichnete Audi 2012 bereits zum achten Mal mit dem DeutschenIdeenPreis für das beste Ideenmanagement der Automobilindustrie aus (vgl. ► **DeutscherIdeenPreis**). Das Zentrum Ideenmanagement in Frankfurt vergab 2012 den Ideenmanagement-Award zum ersten Mal an Audi. In Anlehnung an dieses Erfolgsmodell haben auch die Audi Werke im ungarischen Győr und in Brüssel Ideen-Programme ins Leben gerufen.

Mitarbeiter / Beruf und Familie

#450

Beruf und Familie im Gleichgewicht

Menschen möchten sich heute nicht mehr zwischen einem ausgefüllten Privatleben und der Karriere entscheiden müssen. Audi unterstützt seine Mitarbeiter mit flexiblen Arbeitsformen und Betreuungsangeboten dabei, ihren Lebensentwurf zu verwirklichen.

Gerade Frauen und die begehrten jungen, gut ausgebildeten Nachwuchskräfte legen großen Wert auf eine Balance zwischen Beruf und Familie. Sie entscheiden sich vorzugsweise für Unternehmen, die familienfreundlich sind und ihnen eine ausgewogene Work-Life-Balance ermöglichen. Wir begegnen dieser Entwicklung, indem wir Arbeit bei Audi flexibilisieren und attraktive Betreuungsangebote schaffen.

2.413

Mitarbeiter der AUDI AG arbeiteten 2012 in Teilzeit.

Mehr Teilzeit

Ende 2012 gab es in der AUDI AG 2.413 Mitarbeiter in Teilzeit, davon arbeiteten 853 in der variablen Arbeitszeit, d.h. das Volumen der Arbeitszeit ist vertraglich zwischen zehn und 34,9 Stunden pro Woche festgelegt, während die Lage der Arbeitszeit individuell zwischen Mitarbeiter und Vorgesetztem vereinbart wird. Die Mitarbeiter, die Teilzeit in Schichtsystemen tätig sind, haben die Möglichkeit, nur bestimmte Schichten zu arbeiten (z.B. alle zwei Wochen nur Frühschicht) oder sich die Schichten nach individuellen Vorstellungen mit anderen Kollegen in Teilzeit aufzuteilen. In einem Modellversuch wird auch der Wechsel von Mitarbeitern in Teilzeit während der Schicht ermöglicht.

Neue Arbeitszeit- und -ortmodelle

Ein wichtiges Ziel der AUDI AG ist die weitere Flexibilisierung der Arbeitsbedingungen der Mitarbeiter, um die Vereinbarkeit von Beruf und Familie kontinuierlich zu verbessern. Dafür stehen unter anderem die Instrumente Sabbatical und Telearbeit zur Verfügung. Für das Sabbatical schließt der Mitarbeiter einen befristeten Teilzeitvertrag ab, wobei die Arbeitszeit in Blöcken in eine Arbeits- und eine Freistellungsphase unterteilt ist. So wird dem Mitarbeiter eine Freistellung von bis zu 24 Monaten ermöglicht. Für die Telearbeit schließt der Mitarbeiter eine Vertragsergänzung über die regelmäßige Arbeit von zu Hause aus ab. Beide Modelle setzen die beiderseitige Freiwilligkeit voraus. Aufgrund der Erkenntnisse aus mehreren Befragungen werden weitere Flexibilisierungsmöglichkeiten geprüft.

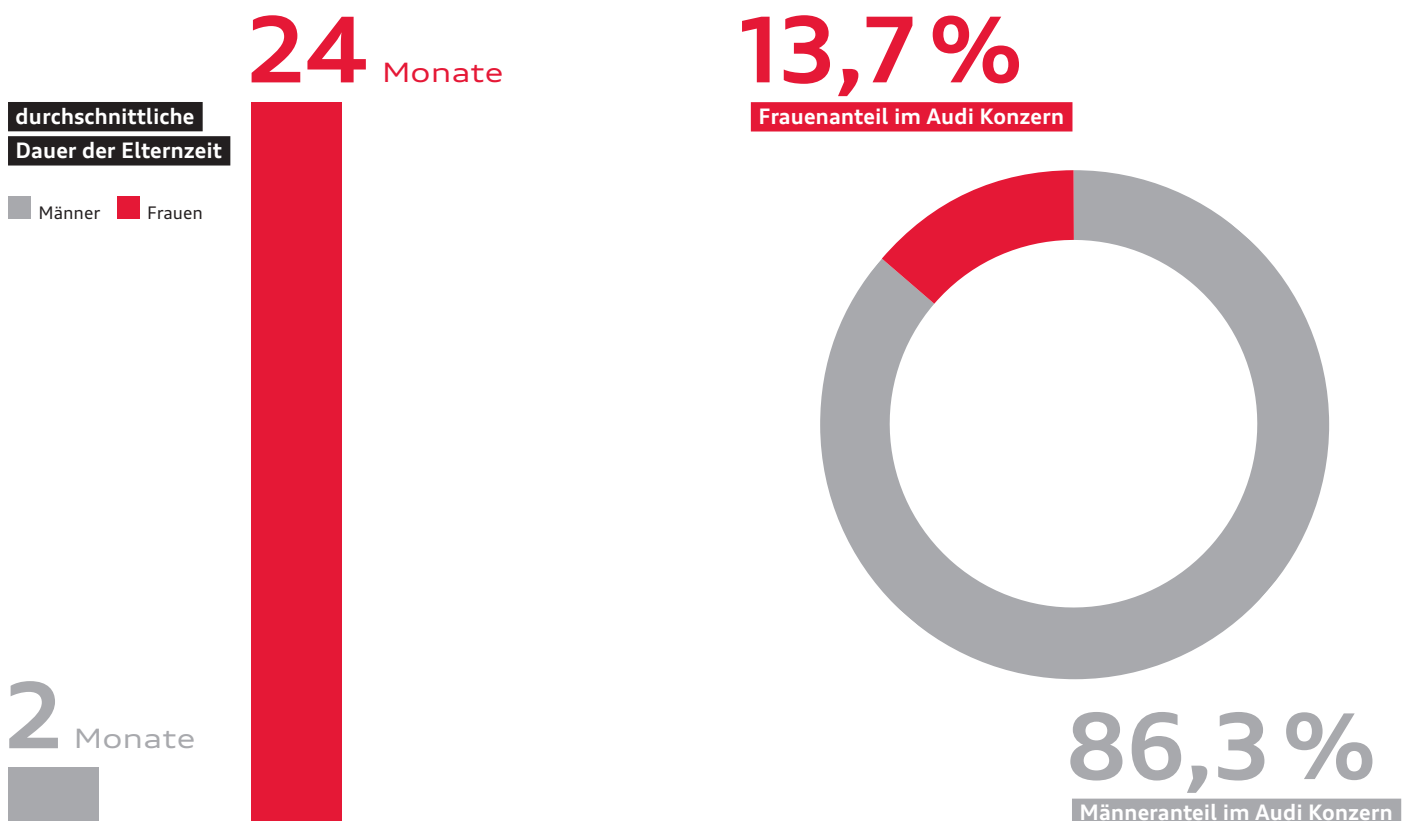
Gefragte Elternzeit

Audi Mitarbeiter müssen sich nicht zwischen Kind und Karriere entscheiden. Wir beraten sie und klären werdende Eltern unter anderem über die für sie infrage kommenden Teilzeitmodelle auf. Zusätzlich führen wir regelmäßig Informationsveranstaltungen zum Thema Elternzeit durch. Im Jahr 2012 fanden diese an den Standorten Ingolstadt und Neckarsulm insgesamt sechsmal statt. Im Berichtsjahr befanden sich 1.500 Audi Mitarbeiter in Elternzeit, 61 Prozent davon waren Männer. Die durchschnittliche Dauer der Elternzeit lag bei rund zehn Monaten, wobei Frauen im Schnitt 24 Monate, Männer zwei Monate in Anspruch genommen haben. Über das Programm „Job & Family“ bietet Audi Müttern und Vätern in Elternzeit die Möglichkeit, zusätzliche Jobqualifizierungen zu erwerben, um so nach Ende der Auszeit leichter wieder ins Berufsleben zurückkehren zu können.

1.500

Audi Mitarbeiter befanden sich 2012 in Elternzeit.

Darüber hinaus können unsere Mitarbeiter auf Wunsch nach dem Ende der dreijährigen Elternzeit mit einer Wiedereinstellungszusage aus dem Unternehmen ausscheiden – und sich maximal vier weitere Jahre der Betreuung ihrer Kinder widmen. Wir sichern unseren Mitarbeitern damit verbindlich bis zu sieben Jahre nach Beginn der Elternzeit einen gleichwertigen Arbeitsplatz im Unternehmen zu. Die Mitarbeiter verpflichten sich im Gegenzug, an einem Wiedereinstiegsprogramm teilzunehmen. Mit dieser Regelung gehen wir über die gesetzlichen Ansprüche hinaus.



Spielraum für Eltern

Unter dem Motto „Audi Spielraum“ bündelt die AUDI AG ihre Aktivitäten in der Kinderbetreuung. Neben einem kostenlosen Beratungs- und Vermittlungsservice, der Fragen zur Kinderbetreuung beantwortet und Tagesmütter vermittelt, fördert Audi vor allem die Kinderbetreuung durch pädagogisch ausgebildetes Fachpersonal. In unseren Kooperationseinrichtungen stellen wir derzeit 151 Belegplätze für Kinder bis zu drei Jahren zur Verfügung. Nach einer Erhöhung im Jahr 2012 um weitere 36 gibt es im Großraum Ingolstadt nun 106 Plätze, in Neckarsulm sind es derzeit 45, die vollständig in Anspruch genommen werden.



Mit zusätzlichen Krippenplätzen fördert Audi die Vereinbarkeit von Beruf und Familie.

Mehr Spielraum für Eltern wie für Kinder bieten auch unsere Ferienbetreuungsangebote: Im Rahmen des Programms „Audi Sommerkinder“ stehen in den großen Ferien in Ingolstadt 80 und in Neckarsulm 40 Plätze für Kinder zwischen sechs und 14 Jahren zur Verfügung. In Kooperation mit der Stadt Ingolstadt bieten wir über das Lokale Bündnis für Familie diesen Service auch in den übrigen Ferienzeiten an.

Im ungarischen Győr hat im September 2012 ein betriebsnaher Kindergarten mit 60 Plätzen eröffnet, die Planungen für einen Kindergartenneubau mit 100 Plätzen laufen. Zudem kooperieren wir dort mit der Audi Hungaria Schule, die zweisprachigen Unterricht für deutsche und ungarische Kinder anbietet. Darüber hinaus gibt es Kooperationen mit einem Kindergarten und einer deutschen Schule am chinesischen Standort Changchun.

Neu und in der Branche einzigartig ist unser Angebot der flexiblen Kinderbetreuung. Bei kurzfristigen Engpässen können Eltern ihre drei- bis 14-jährigen Kinder stunden- oder auch tageweise in die Obhut qualifizierter Kräfte geben, auch zu Randzeiten vor der Schule oder nach dem Kindergarten. Das Pilotprojekt wurde im September 2012 in Ingolstadt gestartet und sofort sehr gut angenommen. Aufgrund des Erfolgs bieten wir die flexible Kinderbetreuung im Rahmen eines Pilotprojekts seit Januar 2013 auch in Neckarsulm an.



Mehr Spielraum für berufstätige Eltern erlaubt die flexible Kinderbetreuung für Sechs- bis 14-Jährige.

Gleichstellung von Pflege- und Elternzeit

Mitarbeitern, die einen Angehörigen pflegen möchten, bietet Audi ähnliche Möglichkeiten wie Eltern an. Sie haben Anspruch auf kurzfristige Freistellung von bis zu zehn Tagen und können über die gesetzlichen Regelungen hinaus ihr Arbeitsverhältnis für bis zu drei Jahre Pflegezeit ruhen lassen. Umfassende Beratungen und Unterstützung zum Beispiel durch die Audi Betriebskrankenkasse sind ebenso Teil des Programms wie die kostenlose Vermittlung von Haushaltshilfen oder Einkaufsdiensten. Ähnlich wie Mitarbeiter in Elternzeit können sie nach drei Jahren Audi Pflegezeit mit einer Wiedereinstellungszusage aus dem Unternehmen ausscheiden und sich weitere vier Jahre um ihre Angehörigen kümmern. Die Mitarbeiter können außerdem entsprechende Qualifizierungsangebote über unser Programm „Job & Family“ nutzen.

7

Jahre können Audi Mitarbeiter ihr Arbeitsverhältnis mit Wiedereinstellungszusage für Pflege- oder Elternzeit ruhen lassen.

Mitarbeiterfamilien im Ausland

Unser familienorientierter Ansatz berücksichtigt auch Mitarbeiter, die an unseren internationalen Standorten tätig sind. Vor dem Hintergrund der zunehmenden Internationalisierung unseres Unternehmens hat diese Aufgabe an Bedeutung gewonnen, sodass Audi das „Partner Support Program“ ins Leben gerufen hat. Bis zu 15.000 EUR können Partner von ins Ausland entsendeten Audi Mitarbeitern erhalten, um eigene Lebens- und Karrierepläne zu verfolgen. Wir finanzieren Maßnahmen, die deren Beruf und Karriere förderlich sind, der Ausbildung und Qualifikation dienen oder kulturelles bzw. ehrenamtliches Engagement voranbringen. In Ingolstadt unterstützen wir über den Förderverein der Internationalen Schule die schulische Versorgung von Kindern der Impatriate-Familien. Ein ähnliches Engagement ist für den Standort Győr geplant.

#460

Vielfalt bereichert

Menschen werden einzig aufgrund ihrer Qualifikation und ihrer Fähigkeiten eingestellt und gefördert. Diesem Grundsatz folgen wir bei Audi, weil es unserer Unternehmenskultur entspricht und weil Vielfalt unsere Innovationskraft stärkt.

2007 sind die Leitlinien für Chancengleichheit und Gleichberechtigung bei der AUDI AG entstanden. Auch das Audi Selbstverständnis und der Audi Code of Conduct – beide 2011 formuliert – manifestieren abermals unseren Anspruch, fair, menschlich und verantwortungsvoll mit unseren Mitarbeitern umzugehen und Chancengleichheit bei der Besetzung von Stellen im Unternehmen zu gewährleisten.

Wir lehnen jegliche Form von Diskriminierung von Menschen aufgrund ihrer ethnischen Herkunft, ihrer Hautfarbe, ihres Geschlechts, einer Behinderung, ihres Lebensalters oder ihrer sexuellen Orientierung ab. Unsere Führungsgrundsätze verpflichten alle Vorgesetzten, ihre Teammitglieder gerecht zu behandeln und Kritik sachlich und wertschätzend zu äußern. Jeder Mitarbeiter, der sich benachteiligt oder beeinträchtigt fühlt, hat nach der Audi Arbeitsordnung die Möglichkeit, sich an Vorgesetzte, Mitarbeiter des Personalwesens oder an den Betriebsrat zu wenden. Diese Kollegen haben die Pflicht, Beschwerden unverzüglich nachzugehen und die Situation zu klären.

Generationenmanagement im Unternehmen

Wir sehen uns als verantwortungsvoller Arbeitgeber in der Pflicht, unsere Strukturen und Prozesse demografiefest zu machen. Aktuell liegt das Durchschnittsalter der Mitarbeiter in der AUDI AG bei rund 41 Jahren. Nach unseren Prognosen wird dieser Durchschnitt in den kommenden zehn Jahren signifikant ansteigen. Audi investiert in die junge Generation, indem jährlich mehrere hundert Jugendliche als Auszubildende aufgenommen werden. Wir investieren in die Flexibilisierung der Arbeitszeit und in Arbeitszeitmodelle, die die Lebensarbeitszeit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Mittelpunkt stellen. Zudem sensibilisieren wir unsere Führungskräfte für die unterschiedlichen Erwartungen und Fähigkeiten sowohl älterer als auch jüngerer Beschäftigter.

Wir fördern sowohl lebensbegleitendes Lernen in allen Mitarbeiterkreisen als auch altersgemischte Teams in den direkten und indirekten Unternehmensbereichen. Vorbeugendes Gesundheitsmanagement und stetige Ergonomieverbesserungen sorgen dafür, dass die individuelle Leistungsfähigkeit und das Wohlbefinden der Mitarbeiter erhalten und unterstützt werden können. Sichtbare Beispiele für die Verbesserungen am Arbeitsplatz sind die ergonomischen Montagesitze in der Produktion oder die höhenverstellbaren Schreibtische, die mittlerweile Standard bei der Neueinrichtung von Büroarbeitsplätzen sind.

Die Erkenntnisse eines mehrjährigen Projekts zur demografischen Entwicklung des Unternehmens sind in das Beratungsangebot unserer Führungskräfte und Personalfachkräfte eingeflossen. Ziel ist, den Mitarbeitern lebensphasenorientiert adäquate Möglichkeiten zu bieten, ihre Leistung im Unternehmenszusammenhang zu erbringen. Hinter allen Aktivitäten steht ein Menschenbild, das die Kompetenzen eines jeden Mitarbeiters in jeder Lebensphase in den Mittelpunkt stellt.

Frauen stärker fördern

Weibliche Beschäftigte spielen auf dem Arbeitsmarkt der Zukunft eine immer wichtigere Rolle. Um als Arbeitgeber für Frauen weiterhin attraktiv zu bleiben, bieten wir ihnen berufliche Perspektiven und Möglichkeiten, Beruf und Familie besser in Einklang zu bringen (vgl. Beruf und Familie). Im Jahr 2011 haben wir im Rahmen einer freiwilligen Selbstverpflichtung das Ziel festgelegt, den Frauenanteil auf allen Ebenen des Unternehmens dauerhaft zu erhöhen – von den Auszubildenden bis zum Topmanagement. Bei der Einstellung von Akademikerinnen orientieren wir uns dabei am Anteil der Absolventinnen in den jeweiligen Studiengängen. Beispielsweise sind neun Prozent der Absolventen des Studiengangs Maschinenbau Frauen. Dementsprechend streben wir an, in diesem Bereich neun Prozent Frauen einzustellen. Im Durchschnitt aller für uns relevanten Studiengänge wollen wir rund 30 Prozent Frauen für unser Unternehmen gewinnen. Da wir nach Möglichkeit unsere künftigen Führungskräfte aus den eigenen Reihen auswählen, wird auf den verschiedenen Führungsebenen bis hin zum Management der Frauenanteil sukzessive steigen. Um unsere Ziele zu erreichen, haben wir in den letzten Jahren verschiedene Maßnahmen entwickelt und umgesetzt. Dazu gehören beispielsweise Kinderbetreuungsangebote und flexible Arbeitsformen. So sind Teilzeitmodelle und Managementfunktionen für uns kein Widerspruch. Zusätzlich fördern wir mit einem Mentoring-Programm talentierte Mitarbeiterinnen auf ihrem Weg ins Management. Ab 2013 unterstützen wir durch neue Programme Mitarbeiterinnen auf dem Weg in die erste betriebliche Führungsebene. Um die berufliche Chancengleichheit von Frauen voranzubringen, unterstützt Audi zudem Frauennetzwerke wie das European Women's Management Development (EWMD) oder das firmeninterne Akademikerinnen-Netzwerk. Eine Beauftragte für Chancengleichheit ist innerhalb der AUDI AG zentrale Ansprechpartnerin und ist zuständig für die Verbesserung von Rahmenbedingungen.

30%

Frauen sollen im Durchschnitt eingestellt werden.

Frauenanteil AUDI AG in %	2011	2012
Frauenanteil insgesamt	13,3	13,9
▶ Auszubildende ¹⁾	24,2	23,7
▶ ▶ gewerbliche Auszubildende	21,3	20,7
▶ ▶ kaufmännische Auszubildende	75,8	77,8
▶ Management	6,7	7,3

1) Seit 2012 inklusive StEP-Programm (Studium und Erfahrung in der Praxis); Wert 2012 ohne StEP: 24,1 Prozent

Für Technik begeistern

Schon seit den 1970er Jahren ist es unser Anliegen, junge Frauen für die Ausbildung in gewerblich-technischen Berufen zu gewinnen. Seit einigen Jahren organisieren wir für Schülerinnen Maßnahmen zur Berufsorientierung wie Exkursionen und Praktika. So setzen wir gezielt weibliche Auszubildende als Botschafterinnen an Schulen ein, die dort über ihre Berufe informieren. Am bundesweiten Girls' Day im April 2012 erhielten an den Standorten Ingolstadt und Neckarsulm rund 440 Schülerinnen aus der Region Einblicke in die Welt von Audi.

Über praxisnahe Lernformen wollen wir Mädchen und Frauen verschiedener Altersstufen für das Automobil begeistern und Vorbehalte gegenüber technischen und naturwissenschaftlichen Berufen abbauen. Beispiele sind die „Mädchen für Technik“-Camps für Zwölf- bis 14-Jährige, in denen die Schülerinnen während der Herbstferien fünf Tage lang in die Rolle von Elektronikerinnen oder Mechatronikerinnen schlüpfen können. Ähnliche Erfahrungen können weibliche Nachwuchstalente auch im Forscherinnen-Camp sammeln, das vom Bildungswerk der Bayerischen Wirtschaft in Kooperation mit der AUDI AG und der Hochschule Ingolstadt veranstaltet wird. Speziell an Studentinnen und junge Ingenieurinnen richtet sich der „CareerDay Women“. Dort gewähren wir einen exklusiven Einblick in die Arbeitswelt unseres Unternehmens.

Menschen mit Behinderung integrieren

Selbstverständlich gehören Menschen mit Behinderung zu unserer Belegschaft. Durch ein umfassendes Integrationsmanagement sowie spezielle Qualifizierungsmaßnahmen nehmen wir sie in das reguläre Arbeitsleben auf und bieten ihnen gleichberechtigte berufliche Perspektiven. Dass wir diesen Weg erfolgreich gehen, belegt die Verleihung des „ComToAct“-Preises der Universität St. Gallen im Jahr 2011. Ausgezeichnet wurde die dauerhafte Integration schwerbehinderter Mitarbeiter bei der Montage des Audi A4 (vgl. ▶ [Universität St. Gallen](#)).

Im Jahr 2012 beschäftigte die AUDI AG an den beiden deutschen Standorten 2.582 schwerbehinderte Menschen. Dies entspricht einer Quote von 6,0 Prozent. Darüber hinaus absolvierten 21 schwerbehinderte Frauen und Männer 2012 ihre Ausbildung bei der AUDI AG. Es gehört zu unserem Selbstverständnis, sie nach erfolgreichem Abschluss in ein unbefristetes Arbeitsverhältnis zu übernehmen. Außerhalb der eigenen Betriebsabläufe integrieren wir Menschen mit Behinderung in unsere Arbeitsprozesse, indem wir Aufträge an soziale Einrichtungen vergeben. So erbrachten Werkstätten für Menschen mit geistiger Behinderung im Jahr 2012 Leistungen in Höhe von insgesamt 6,3 Mio. EUR.



In den „Mädchen für Technik“-Camps können Zwölf- bis 14-Jährige in die Rolle von Elektronikerinnen und Mechatronikerinnen schlüpfen.

440

Schülerinnen erhielten beim Girls' Day 2012 Einblick in die Welt von Audi.

2.582

schwerbehinderte Menschen beschäftigte Audi 2012.

Mitarbeiter / Sozialleistungen und Vergütung

#470

Audi belohnt Leistung

Wir vergüten unsere Mitarbeiter durch attraktive monatliche Entgelte und beteiligen sie am Unternehmenserfolg. Weitere Sozialleistungen runden das ausgewogene Gesamtpaket ab.

Gutes Geld für gute Arbeit

Audi lebt Verantwortung – auch und gerade gegenüber seinen Beschäftigten. Deshalb bieten wir unseren Mitarbeitern nicht nur ein herausforderndes Arbeitsumfeld mit vielfältigen Entwicklungsperspektiven bei hoher Beschäftigungssicherheit, sondern auch ein attraktives und leistungsgerechtes Entgelt. Denn eine zufriedene Belegschaft ist die Grundlage für ein gutes Betriebsklima, in dem motivierte und engagierte Kräfte Höchstleistungen abrufen können. Das ist die Basis unserer ökonomischen Erfolge.

ERA-Tarifvertrag für eine faire und fördernde Vergütung

Die AUDI AG hat 2007 den Entgeltrahmen-Tarifvertrag (ERA) eingeführt, der einen einheitlichen Entgeltaufbau für alle Mitarbeiter bietet. Die monatliche Vergütung setzt sich zusammen aus folgenden Bestandteilen: einem Grundentgelt, das sich aus den Anforderungen der Arbeitsaufgabe ergibt, einem Leistungsentgelt, das die persönliche Leistung widerspiegelt, sowie einer übertariflichen Audi Komponente. Dieses System garantiert nicht nur eine gerechte und geschlechtsunabhängige, sondern auch eine leistungs- und qualifikationsfördernde Vergütung. Mit der Einführung des ERA-Tarifvertrags wollen wir die Personalentwicklung im Tarifbereich unterstützen und lebensbegleitendes Lernen fördern. Zudem sollen altersgerechte Kompetenz und Leistung honoriert und eine ausgewogene Kombination von persönlicher, Gruppen- und Bereichsleistung in einem variablen Entgelt zugrunde gelegt werden. Die AUDI AG vergibt unbefristete Arbeitsverträge auf Basis des jeweils gültigen Metalltarifvertrages. Inklusive Urlaubs- und Weihnachtsgeld erhalten unsere Mitarbeiter an den deutschen Standorten 13,24 Monatsentgelte. Zusätzlich haben Management und Betriebsrat im Sinne einer fairen Sozialpartnerschaft verschiedene Beteiligungsmodelle für die Belegschaft ausgehandelt: eine Mitarbeiter-Erfolgsbeteiligung (MEB) sowie die Audi Ergebnisbeteiligung (AEB).

Ergebnisbeteiligung als wichtige Anerkennung

Auf der Basis festgelegter Zielwerte – Umsatzrendite, Qualität und Gesundheitsstand – erhalten unsere Mitarbeiter jährlich eine Erfolgsbeteiligung. Die MEB setzt sich zusammen aus einem Basisbetrag, einer Prämie gemäß der Dauer der Betriebszugehörigkeit sowie einer variablen Beteiligung gemäß der Zielerreichung. Zusätzlich bieten wir noch eine Audi Ergebnisbeteiligung. Die Höhe der AEB ist abhängig vom operativen Ergebnis. Zehn Prozent des über 1,2 Mrd. EUR liegenden Operativen Ergebnisses werden an die Beschäftigten ausgeschüttet. Im Jahr 2012 erhielt jeder der rund 44.800 Tarifmitarbeiter an den deutschen Standorten durchschnittlich 8.251 EUR als Audi Ergebnisbeteiligung auf Basis des Geschäftsjahres 2011 (vgl. Kennzahlen, Tabelle Mitarbeiter). Dies ist ein wichtiger Baustein, um die Leistung jedes einzelnen Mitarbeiters für den Unternehmenserfolg anzuerkennen. Für die Belegschaft in den Tochtergesellschaften gibt es eigene Erfolgsbeteiligungsmodelle.

8.251

EUR Ergebnisbeteiligung erhielten Audi Mitarbeiter 2012 durchschnittlich in Deutschland.

Vorsorge für das Alter

Unsere Mitarbeiter setzen sich für Audi ein – zum Teil über mehrere Jahrzehnte hinweg. Wir übernehmen dabei Verantwortung für sie – auch über das aktive Berufsleben hinaus. Daher unterstützt die AUDI AG ihre Belegschaft bei der betrieblichen Altersvorsorge, welche auf einer Direktzusage beruht. Wir haben für unsere Mitarbeiter dabei eine durch das Unternehmen finanzierte Altersversorgung aufgebaut. Zusätzlich haben die Mitarbeiter selbst die Möglichkeit, in Form der Entgeltumwandlung ihre Rente aufzustocken.

Seit 2001 werden die Aufwendungen für die betriebliche Altersvorsorge über den vom Volkswagen Pension Trust e.V. treuhänderisch verwalteten Pensionsfonds am Kapitalmarkt angelegt. Für die Audi Beschäftigten wurden in den Pensionsfonds dabei bis Ende 2012 insgesamt rund 731 Mio. EUR für spätere Rentenzahlungen im Alter, bei Erwerbsminderung und im Todesfall eingebracht.

Mit dem Zeit-Wertpapier haben die Mitarbeiter der AUDI AG die Möglichkeit, ihre Lebensarbeitszeit vor Beginn der Altersrente in Form einer bezahlten Freistellung zu verkürzen. Dazu können sie aus ihrem Bruttoentgelt Beiträge leisten, die über den vom Volkswagen Pension Trust e.V. treuhänderisch verwalteten Zeit-Wertfonds am Kapitalmarkt angelegt werden. Der Guthabenstand des Zeit-Wertfonds betrug am Ende des Berichtsjahres 2012 rund 96 Mio. EUR.

Flexible Altersteilzeitregelung

Mit der im Juli 2011 geschlossenen Betriebsvereinbarung haben sich Unternehmensführung und Arbeitnehmervertreter auf eine Neuregelung der Altersteilzeit bei der AUDI AG verständigt. Diese flexible Regelung bietet Mitarbeitern ausgewogene Möglichkeiten, den Übergang vom Berufsleben in die Rente zu gestalten. Dabei sind verschiedene Modelle der Arbeitszeitgestaltung während der Altersteilzeit wählbar.

Zahlreiche Sozialleistungen

Fahrzeuge können zu Vorzugsbedingungen geleast, gekauft oder für ausgewählte Zwecke kostenlos genutzt werden. Darüber hinaus bezuschusst Audi Mahlzeiten in den Betriebsrestaurants und stellt seinen Mitarbeitern in Ingolstadt ein vergünstigtes Jobticket zur Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel zur Verfügung. Weiterhin gewähren wir bezahlten Sonderurlaub für private Anlässe wie Hochzeiten und unterstützen verschiedene Möglichkeiten der Kinderbetreuung. Zudem bietet Audi mit dem Audi Checkup ein umfangreiches persönliches Präventionsprogramm für die Gesundheit der Mitarbeiter an. Darüber hinaus können unsere Mitarbeiter zu vergünstigten Konditionen spezielle Audi Produkte oder Eintrittskarten z.B. zu Sportevents erwerben.

Verantwortung für Leiharbeiter

Der Umgang mit Leiharbeitern ist in den letzten Jahren ein großes gesellschaftspolitisches Thema geworden. Audi beauftragt in den Fertigungsbereichen ausschließlich Zeitarbeitsunternehmen, die sich bei der Bezahlung ihrer Mitarbeiter am Metalltarifvertrag orientieren. Audi setzt Leiharbeiter ein, um Bedarfsspitzen auszugleichen. Sobald sich ein mittel- bis langfristiger Bedarf abzeichnet, prüft das Unternehmen eine mögliche Festanstellung. Der Audi Konzern hat sich der „Charta der Zeitarbeit im Volkswagen Konzern“ verpflichtet, die im November 2012 von der Konzernleitung, dem Europäischen Konzernbetriebsrat und dem Weltkonzernbetriebsrat der Volkswagen Aktiengesellschaft verabschiedet wurde. Die Umsetzung bei der AUDI AG erfolgt auf der Grundlage der bereits bestehenden tariflichen Regelungen.

Gesund leben und arbeiten bei Audi

Gesundheit ist einerseits etwas Persönliches, das jeder Mensch gern mit sich selbst oder mit seinem Arzt ausmacht. Auf der anderen Seite ist die Gesundheit der Belegschaft ein wichtiger betriebswirtschaftlicher Faktor. Dr. Joachim Stork, Leiter des Audi Gesundheitswesens, und Peter Mosch, Gesamtbetriebsratsvorsitzender, haben über das betriebliche Gesundheitsmanagement diskutiert.

Herr Mosch, Sie sind gut 25 Jahre im Unternehmen. Wie haben Sie bei Ihrem Einstieg das Thema Gesundheit wahrgenommen und wie sehen Sie es heute?

» Peter Mosch: In meiner Jugend habe ich das Thema Gesundheit kaum wahrgenommen. Es hat sich in dieser Zeit sehr viel getan, zum Beispiel im gewerblichen Bereich mit den vielen Ergonomieverbesserungen. Oder bei den Themen Stress und psychische Belastungen, denen wir heute ganz bewusst begegnen. Das Thema Gesundheitsschutz war und ist eine zentrale Aufgabe des Betriebsrats und ist mir natürlich heute wesentlich bewusster.

Herr Dr. Stork, Sie haben rund 30 Jahre Berufserfahrung als Arbeitsmediziner. Wenn Sie die großen Themen Ihres Fachs betrachten – was hat sich verändert?

» Dr. Joachim Stork: Die Schwerpunkte in den 80er Jahren lagen ganz klar beim Arbeitsschutz. Der Schutz der Mitarbeiter vor Gefahrstoffen oder vor schwerer Belastung. Wir haben aber heute zusätzliche Themen: Wie steht es um die subjektiven Faktoren? Es geht heute um das Thema Wiedereingliederung, um die Beschäftigungsfähigkeit älterer Mitarbeiter und die psychische Gesundheit in Bezug auf die Arbeit.

Herr Mosch, wie geht der Betriebsrat diese Themen an?

» Peter Mosch: Im Zuge des demografischen Wandels haben wir als Betriebsrat die Herausforderung, die Gesundheit der Mitarbeiter besser zu schützen.

So haben wir zum Beispiel unsere „Runden Tische“ installiert, mit denen Betriebsrat und Unternehmen gemeinsam versuchen, Menschen wieder in die Arbeit einzugliedern, die aus längerer Krankheit zurückkommen. Permanent arbeiten wir an der Optimierung und Schaffung von Arbeitsplätzen für ältere Mitarbeiter und dem Thema psychische Gesundheit. Der Betriebsrat fordert, dazu auch eine Betriebsvereinbarung abzuschließen.

Wie erleben Sie die Reaktionen der Menschen auf die Angebote des Gesundheitswesens – kann es sein, dass manche das als „zu viel“ sehen, als einen zu starken Eingriff in die Persönlichkeit?

» Dr. Joachim Stork: Es gibt ein großes Vertrauen zum Gesundheitsschutz. Die Menschen kommen mit allen Themen zu uns, die sie vielleicht früher für sich behalten hätten. Für dieses Vertrauen bin ich der Belegschaft dankbar. Die individuelle Prävention, das Checkup-Programm, wird hervorragend angenommen, die Akzeptanzrate liegt bei 90 Prozent. Das hat damit zu tun, dass wir die Mitarbeiter zu einem passenden Termin einladen. Dann kann man Ja oder Nein sagen.

» Peter Mosch: Ich denke, dass das Thema Gesundheit in der Bevölkerung eine immer größere Rolle spielt und unsere Belegschaft die Gesundheitsberatung im Checkup sehr schätzt. Ich habe die Erfahrung gemacht, dass das Prinzip der Freiwilligkeit eine große Rolle für die hohe Akzeptanz spielt. Ich gehe selbst regelmäßig zu diesen Untersuchungen, weil ich hier wertvolle Ratschläge bekomme.



» Dr. Joachim Stork
Leiter des Audi Gesundheitswesens

» Peter Mosch
Vorsitzender des Audi Gesamtbetriebsrats

Wie ist das mit dem Datenschutz und der Verschwiegenheitspflicht?

» Peter Mosch: Ich kann Ihnen versichern, dass die ärztlichen Daten sehr sicher aufbewahrt werden. Wir haben mehrfach geprüft, dass keine Daten das Gesundheitswesen verlassen können. Aus unserer Sicht ist somit der Datenschutz gewährleistet.

» Dr. Joachim Stork: Wir können aus den vielen Gesundheitsdaten, die wir erheben, anonymisiert die richtigen Schlüsse ziehen. Das ist ein wesentlicher Unterschied zur Arbeit in vergangenen Jahrzehnten. Also: Nicht nur Schutz der Gesundheit vor Gefährdung, sondern auch Schutz der Gesundheit durch vorbeugendes Management.

Gibt es Entwicklungen bei der Mitarbeitergesundheit, die nicht kurzfristig zu beheben sind?

» Peter Mosch: Der zunehmende Leistungsdruck ist so ein Problem. Zum Beispiel in der Fertigung: Es besteht die Gefahr, dass wir wieder eine stärkere Arbeitsteilung mit weniger Arbeitsinhalten pro Takt und mit kürzeren Taktzeiten bekommen. Ich sehe diese Entwicklung mit Sorge. Ähnliche Tendenzen sind im indirekten Bereich erkennbar. Das Volumen und die Komplexität von Tätigkeiten steigen hier stetig.

» Dr. Joachim Stork: Mein Fachgebiet hat sich bereits vor Jahren mit Monotonie oder der Vermeidung von schweren Belastungen befasst. Heute geht es aber auch um die Frage: Wie bewältigen die Mitarbeiter die Komplexität, wenn auf einer Montagelinie verschiedene Modelle

für verschiedene Länder mit verschiedenen Ausstattungen produziert werden? Hier unterstützen Ergonomie und das Audi Produktionssystem, aber es sind sicher noch nicht alle Antworten gefunden.

Wo wollen Sie das Audi Gesundheitsmanagement in zehn oder 20 Jahren sehen?

» Dr. Joachim Stork: Ich würde mir wünschen, dass wir nicht immer nur fragen, was bei der Arbeit schadet, sondern auch beachten, wie Arbeit für unser Wohlbefinden, für Lebenssinn, sorgen kann. Denn es gibt trotz aller Krankheitswahrscheinlichkeit im fortschreitenden Alter immer mehr Menschen, die sehr lange arbeiten können und wollen. Mein zweiter Wunsch sind konsequentere Regelkreise in unserer Arbeit, von der Notfallmedizin bis zur Prävention.

» Peter Mosch: Es wäre wünschenswert, dass Gesundheitsschutz in einigen Jahren als ein gleichrangiges Unternehmensziel wie zum Beispiel Wirtschaftlichkeit gesehen wird.

Leben, um zu arbeiten oder arbeiten, um zu leben?

» Peter Mosch: Im Idealfall ein ausgewogenes, gesundes Verhältnis von beidem. Dazu müssen wir sicher die Präventionsmaßnahmen stärken. Und wir sollten auch die Art der Führung im Unternehmen näher betrachten: Welche Werte bestimmen unser Miteinander im Unternehmen? Wie gehen wir miteinander um? Die Führungskräfte können zum Thema Gesundheit einen wesentlichen Beitrag leisten.

»Der Bezug
eines Engage-
ments zum
Unternehmens-
interesse muss
herausgestellt
werden.«

Wissenschaftsvertreter

05

Gesellschaft

»Audi muss die Frage nach der Rolle des Unternehmens in der Gesellschaft beantworten.«

Mitarbeiter von Audi

#500

An den Standorten die Lebensqualität erhöhen

Erfolgreiche Unternehmen haben die Verpflichtung, der Gesellschaft etwas zurückzugeben. Audi steht zu dieser Verantwortung und bereichert an den Standorten das regionale Umfeld durch kulturelle und soziale Projekte.

Nur Unternehmen, die ökonomische, ökologische und soziale Ziele in Einklang bringen, werden langfristig erfolgreich und in der Lage sein, gesellschaftlich akzeptiert zu werden. Wir nehmen unsere Verantwortung ernst und engagieren uns an den Standorten, um die Lebensqualität zu erhöhen.

Unsere Ziele für die Gesellschaft ...

Wir haben vier zentrale Ziele für das gesellschaftliche Engagement von Audi definiert:

- ▶ **Werk, Standort und Region vernetzen**
Wir sind bestrebt, die Attraktivität der Standorte zu steigern und die Beschäftigung vor Ort zu sichern. Aus der regionalen Vernetzung mit den Kommunen, wissenschaftlichen Partnern und Unternehmen entstehen Impulse, die eine nachhaltige Entwicklung der Region fördern.
- ▶ **CR-Projekte initiieren und umsetzen**
Wir fördern Initiativen, die eng mit unserem Kerngeschäft verknüpft sind. Als lernende Organisation liegt uns dabei die Vermittlung von Wissen besonders am Herzen. Deshalb widmen wir uns gezielt CR-Projekten aus den Bereichen Bildung und Technik.
- ▶ **Corporate Volunteering aufbauen**
Wir führen wertschätzend und stärken das ehrenamtliche Engagement unserer Mitarbeiter. Wir möchten die Belegschaft für ein verantwortungsvolles Miteinander sensibilisieren und auch junge oder neue Beschäftigte in das soziale Umfeld von Audi einbinden. Deshalb bauen wir unser Corporate-Volunteering-Programm weiter aus.
- ▶ **Verantwortung kommunizieren**
Wir schaffen Verbindungen und stehen im kontinuierlichen Dialog mit den Kommunen. Auf diese Weise erfahren wir, wo wir konkret helfen können. Zugleich schaffen wir bei unseren unmittelbaren Anspruchsgruppen das Bewusstsein für unser vielfältiges gesellschaftliches Engagement.

... und was wir dafür tun

An unseren Standorten sorgen wir dafür, dass unser organisatorisches und technisches Know-how den Regionen in Public-private-Partnerships zugutekommt (vgl. Lebendige Standorte). Einen besonderen Schwerpunkt legen wir auf die Aus- und Weiterbildung junger Menschen. Mit unserem traditionsreichen und vielfältigen Kulturengagement machen wir für viele Menschen Kunst erfahrbar.

Durch zahlreiche, internationale Wissenschaftskooperationen (vgl. Wissenschaftskooperationen) schaffen wir Rahmenbedingungen für Innovation und beschleunigen Wissenstransfer zwischen Industrie und Forschung. Die Stiftung unserer Tochtergesellschaft Ducati (vgl. Fondazione Ducati) macht Physik für Schüler und Studenten durch ein interaktives Labor erlebbar.

Mit dem „Türöffner-Tag“ setzt Audi auch bei den Kleinsten an, wenn es um die spannende Vermittlung technischer Inhalte geht. In Koproduktion mit der „Sendung mit der Maus“ erhielten insgesamt 800 Kinder im Alter zwischen sieben und zwölf Jahren und deren Eltern auf spielerische Weise interessante Einblicke in die Abteilungen Technische Entwicklung und Vorseriencenter.

Auch unsere Mitarbeiter leisten im Rahmen unseres Corporate-Volunteering-Programms (vgl. Freiwilliges Mitarbeiterengagement) ihren Beitrag zum Wohle der Gesellschaft. Natürlich unterstützen wir gemeinnützige Organisationen auch finanziell (vgl. Spenden).

Die Sicht der Stakeholder

2012 haben wir unseren Anspruchsgruppen im Rahmen einer Stakeholder-Befragung wesentliche Aspekte der Verantwortung gegenüber der Gesellschaft vorgestellt und sie gebeten, diese zu beurteilen. Die höchste Relevanz aus Sicht unserer Anspruchsgruppen haben Lösungen für die Zukunft der Mobilität mit Konzepten auch jenseits des Automobils. Mit der Audi Urban Future Initiative schlagen wir diesen Weg in Hinblick auf die Entwicklung der Mobilität in Megacitys ein. Aber auch im regionalen Zusammenhang wollen wir das Thema Mobilität auf breiter Basis betrachten – etwa durch die Verbesserung der öffentlichen Verkehrsinfrastruktur an den Standorten Ingolstadt und Neckarsulm.



Gesellschaft / Lebendige Standorte

#510

Für mehr Lebensqualität vor Ort

Als verantwortungsvolles Mitglied der Gesellschaft müssen sich Unternehmen den Herausforderungen in den Regionen und Gemeinden stellen. Audi fördert Wachstumsinitiativen an seinen Standorten, vernetzt sich mit den Kommunen und baut sein kulturelles Engagement stetig aus.

Aus der Vernetzung mit Kommunen, wissenschaftlichen Partnern (vgl. Wissenschaftskooperationen) und Unternehmen entstehen Impulse, die eine nachhaltige Entwicklung der Region fördern (vgl. Partnerschaften für die Umwelt). Audi versteht sich als Partner und befindet sich in einem steten themen- und anlassbezogenen Austausch mit den Kommunen.

Standorte attraktiver machen

Ein erfolgreiches Beispiel ist die „Initiative Regionalmanagement Region Ingolstadt e.V.“ (IRMA). Das Bündnis wurde 2009 auf Initiative der AUDI AG ins Leben gerufen und gemeinsam mit der Stadt Ingolstadt, den Landkreisen Eichstätt, Pfaffenhofen und Neuburg-Schrobenhausen sowie weiteren namhaften Unternehmen realisiert.

Um die Attraktivität für die Region Ingolstadt messbar zu machen, realisierte Audi gemeinsam mit dem IRMA e.V. eine Studie, die den Zeitraum von 2009 bis 2011 umfasste und sich mit der „Wertschöpfungskompetenz der Region Ingolstadt“ beschäftigte. Basis der Untersuchung bildete die Befragung von rund 900 Betrieben und wissenschaftlichen Einrichtungen aus der Region. Die Ergebnisse der Studie weisen die Region Ingolstadt als starken Wirtschaftsstandort aus: Die Unternehmen investieren überdurchschnittlich in Forschung und Entwicklung. Ausbaupotenzial gibt es bei der branchenübergreifenden Zusammenarbeit, vor allem bei der Integration kleiner und mittelständischer Unternehmen.

Pakt mit der Zukunft

Sich regional vernetzen und Potenziale ausbauen spielt auch im Hinblick auf den demografischen Wandel eine entscheidende Rolle. Überalterung und die Abwanderung junger Menschen in die Metropolen stellt Regionen vor neue Herausforderungen. Familienfreundlichkeit ist zu einem wichtigen Standortfaktor für Kommunen, Unternehmen und Institutionen geworden. Die AUDI AG beteiligt sich am Standort Neckarsulm an der gemeinnützigen Pakt Zukunft Heilbronn-Franken GmbH und an dem zugehörigen Bündnis, das ein regionales Netzwerk von 130 Partnern bildet. Die Organisation fördert Aktionen, Projekte und Wissenstransfer rund um das Thema Familienfreundlichkeit. Wichtige Handlungsfelder der Gesellschaft sind unter anderem der Ausbau von Betreuungs-, außerschulischen Bildungs- und Freizeitangeboten, die Vereinbarkeit von Beruf und Familie, die Pflege sowie die Integration von Zuwanderern.

Stadt, Land, Bus

Audi setzt auch auf die Weiterentwicklung der regionalen Verkehrsinfrastruktur. Als Automobilkonzern sehen wir uns in der Pflicht, gemeinsam mit den Kommunen zukunftsfähige Lösungsmodelle zu entwickeln und zu realisieren. Vor allem auch deshalb, weil sich unser Erfolg nicht nur positiv auf das Umfeld auswirkt. So konnten wir in den vergangenen Jahren viele Arbeitsplätze schaffen – gleichzeitig hat unser Wachstum zu Belastungen des städtischen Verkehrs geführt.

2.500

Audi Jobtickets ermöglichen neue Schnellbuslinien.



Neue Busse fahren vom Nordbahnhof Ingolstadt direkt ins Werk.

Die Befragung von 2.250 Mitarbeitern zum öffentlichen Personennahverkehr, die im Frühjahr 2012 stattfand, brachte folgende Ergebnisse: Die Beschäftigten waren mit dem aktuellen Angebot nicht zufrieden. Sie wünschten sich schnellere und direktere Verbindungen vom und zum Arbeitsplatz; und sie erwarteten Qualitätsverbesserungen wie den Einsatz größerer Busse. Die Ergebnisse flossen in ein Maßnahmenpaket ein, das im Dezember 2012 umgesetzt wurde. So konnten durch eine Abnahme von 2.500 Jobtickets neue Schnellbuslinien eingerichtet werden; darunter auch eine Verbindung vom Nordbahnhof Ingolstadt zur Technischen Entwicklung mit Haltestellen im Werk.

Über die infrastrukturellen Verbesserungen hinaus steht den Ingolstädter Mitarbeitern seit Ende Oktober 2012 ein spezielles Jobticket zur Verfügung, an dem sich Audi beteiligt: Statt mindestens 284 EUR kostet das Monatsticket für sie nur 120 EUR, für Auszubildende 80 EUR. Innerhalb der ersten beiden Monate nach Einführung des vergünstigten Tickets verdoppelte sich die Zahl der Nutzer von rund 500 auf mehr als 1.300. Bis 2015 wird erwartet, dass 2.500 Mitarbeiter das Angebot nutzen. Dadurch würden jährlich 792 Tonnen CO₂ (vgl. CO₂-neutrale Standorte) eingespart werden.

1.600t

CO₂ werden durch intelligente Verkehrssteuerung eingespart.

Intelligenter Fahrspaß

Wir arbeiten regelmäßig mit den städtischen Verkehrsplanern zusammen und bringen unser Know-how in die Prozesse zur Optimierung der Verkehrsinfrastruktur ein. Gemeinsam mit Kooperationspartnern aus Wissenschaft und Wirtschaft haben wir ein Verfahren für den Dialog von Automobilen und Ampelanlagen entwickelt, um den Verkehrsfluss zu verbessern. Auf Basis adaptiver Algorithmen findet „travolution“ die beste Ampelschaltung. Dabei kommunizieren Fahrzeug und Ampeln über W-LAN oder über den Mobilfunkstandard UMTS. So erhält der Fahrer die Information, welche Geschwindigkeit er einhalten muss, um die nächste grüne Ampelschaltung nutzen zu können. Durch die intelligente Verkehrssteuerung werden in Ingolstadt jährlich 700.000 Liter Kraftstoff eingespart. Das entspricht 1.600 Tonnen weniger CO₂-Ausstoß.

Engagement für die Kultur

Eine breite Öffentlichkeit und überregionale Aufmerksamkeit erreichen wir mit unserem vielfältigen Kulturengagement. Unter dem Leitthema „Audi ArtExperience“ unterstützt die AUDI AG seit über 50 Jahren die Kultur auf internationaler, nationaler und regionaler Ebene. Dabei ist es unser Anspruch, dass Kunst und Kultur für alle zugänglich und erfahrbar sind – sowohl für die Mitarbeiter als auch für die Menschen im Umfeld der Standorte.

Als besonderes kulturelles Engagement veranstaltet die AUDI AG seit 1990 jährlich ein hochrangiges Klassik-Festival – die Audi Sommerkonzerte. In circa 20 Konzerten pro Saison präsentiert das Unternehmen in Ingolstadt und der Region neben bekannten Künstlern wie Anne-Sophie Mutter, Diana Damrau oder Rudolf Buchbinder auch Nachwuchskünstler. Teil dieser Veranstaltungsreihe sind zudem regelmäßig kostenlose Darbietungen.

Bereits seit 1962 gibt es die Audi Bläserphilharmonie, die Mitarbeiter als Werkorchester gegründet haben. Das 60-köpfige Orchester ist fester Bestandteil der Audi Sommerkonzerte und gibt im Herbst traditionell ein Benefizkonzert für karitative Einrichtungen. Auch am Standort Neckarsulm finden im Audi Forum Kulturveranstaltungen aus den Bereichen Klassik, Jazz, Pop, Literatur und Kabarett statt. Die ausländischen Standorte verfügen ebenfalls über ein langjähriges kulturelles Engagement: Die AUDI HUNGARIA MOTOR Kft. ist Sponsor des Győrer Balletts und fördert darüber hinaus weitere Veranstaltungen, unter anderem das einmonatige internationale Kulturfestival „Győrer Sommer“.



Die Audi Bläserphilharmonie beim Audi Weihnachtskonzert 2012.

Ein bedeutendes Projekt der Audi Kulturförderung ist die Jugendchorakademie, die 2007 gegründet wurde, um jungen Nachwuchssängern zwischen 16 und 27 Jahren musikalische Weiterbildung und Auftritte zu ermöglichen. Audi trägt bei diesem Projekt die Kosten für Unterkunft, Verpflegung, Reisen und vor allem für die gesangliche Ausbildung durch ein renommiertes Referententeam. Neben Auftritten bei den Audi Sommerkonzerten feiern die rund 80 Sängerinnen und Sänger mittlerweile internationale Erfolge.

Seit 2011 ist Audi Hauptsponsor und Mitveranstalter des SWR3 New Pop Festivals. Das bedeutende Musikfestival in Baden-Württemberg gilt als Benchmark im Bereich der Popmusik. Die Kooperation unterstreicht das verstärkte Augenmerk innerhalb des kulturellen Engagements auf eine junge Zielgruppe.

60

Audi Mitarbeiter musizieren in der Audi Bläserphilharmonie.

Gesellschaft / Wissenschaftskooperationen

#520

Strategische Hochschulpartnerschaften

Die globale Wirtschaft wird von wissensintensiven Branchen und Dienstleistungen bestimmt. Audi kooperiert mit zahlreichen Hochschulen und engagiert sich in Netzwerken, die den Wissenstransfer zwischen Forschung und Wirtschaft fördern.

Der enge Austausch mit der Wissenschaft spielt für die Innovationsfähigkeit von Unternehmen eine immer größere Rolle. Daher arbeitet Audi mit zahlreichen nationalen und internationalen Hochschulen und Forschungsinstituten zusammen. Dabei investieren wir sowohl in technische Projekte als auch in Kooperationen mit Geistes-, Sozial- und Wirtschaftswissenschaften.

Aktuell bestehen im Audi Konzern zwölf strategische Hochschulpartnerschaften und eine Reihe weiterer Kooperationen mit Forschungseinrichtungen (siehe Infobox). Auch im Jahr 2012 haben wir den wissenschaftlichen Austausch und die Ausweitung von Kooperationen und Partnerschaften vorangetrieben, wie die neue Kooperation mit der Universität St. Gallen in der Schweiz belegt. Seit dem vergangenen Jahr engagiert sich Audi als Gründungsmitglied der 2012 ins Leben gerufenen Universitätsstiftung am Karlsruher Institut für Technologie (KIT). Im gleichen Jahr haben wir die Gründung einer Stiftungsprofessur zum Thema Mobilität und Nachhaltigkeit an der Zeppelin Universität Friedrichshafen gefördert und an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Gestaltung Konstanz ein Promotionsstipendium eingerichtet.

Seit 2010 finanziert die AUDI AG eine Gastprofessur im Bereich Wirtschafts- und Sozialwissenschaften zu internationalen Themen an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. 2012 wurden fünf Gastprofessoren aus Indien, China und den USA an der Hochschule und bei Audi begrüßt, wo sie Vorträge zu Themen wie interkulturelles Management, Corporate Governance oder Nachhaltigkeit hielten. Darüber hinaus engagiert sich das Unternehmen auch in Form von Honorarprofessuren mit entsprechender Lehrtätigkeit an den Universitäten in St. Gallen und Győr.

Talente von morgen unterstützen

Derzeit promovieren circa 130 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler im Rahmen der von Audi finanzierten Wissenschaftsprojekte. Rund zwei Drittel dieser Promotionen werden mit einer strategischen Audi Partnerhochschule durchgeführt. Den Doktoranden wird ein umfassendes Betreuungsprogramm vonseiten des Unternehmens angeboten. Mehr als 75 Prozent der Wissenschaftler konnten 2012 nach dem Abschluss ihrer Promotion in ein festes Anstellungsverhältnis im Audi Konzern übernommen werden.

130

Doktoranden promovieren in Kooperation mit Audi.

Ein wichtiges Forum für den fachlichen Austausch zwischen Promovierenden, Mitarbeitern und Mitgliedern des Managements ist der Doktorandentag „Pro.Motion“, der 2012 bereits zum achten Mal stattfand. Hier konnten die Doktoranden den aktuellen Status ihrer wissenschaftlichen Arbeiten präsentieren.

Audi begrüßt das Engagement seiner Mitarbeiter in der Hochschullehre. Derzeit tragen 115 Audi Mitarbeiter als Lehrbeauftragte zum Wissenstransfer zwischen Forschung und Industrie und zur Nachwuchssicherung bei. Sie sind mit über 150 Lehraufträgen überregional an Hochschulen tätig.

115

Audi Mitarbeiter sind als Lehrbeauftragte an Hochschulen tätig.



Wissensvermittlung vom Unternehmen in die Hochschulen ist ein Element der strategischen Hochschulpartnerschaften.

Praxisnahe Forschungsprojekte

Die enge Zusammenarbeit mit Audi hilft den Hochschulen bei ihrem Auftrag zu moderner, innovativer und wirtschaftsorientierter Forschung. Im Audi Logistic Lab an der Technischen Universität Dortmund ermöglichen wir beispielsweise Nachwuchswissenschaftlern über Stipendien eine forschungsbezogene Ausbildung in Produktion und Logistik. Mit der chinesischen Tongji-Universität in Shanghai haben wir das Audi Tongji Joint Lab gegründet, das sich gezielt mit dem Thema Elektromobilität auseinandersetzt. Das Audi Hungaria Institute fördert in Kooperation mit den Universitäten in Budapest und Győr die Forschung an Aggregaten und Verbrennungsmotoren in Ungarn.



Audi Mitarbeiter überreichen den mit 12.500 EUR dotierten Production Award an das Gewinnerteam 2012.

Innovation fördern

Wie die Produktion der Zukunft aussehen könnte? Diese Frage richten wir seit 2010 im Rahmen unseres internationalen Innovationswettbewerbs „Audi Production Award“ jährlich an Studenten, Ingenieure und Wissenschaftler aller Fachrichtungen. Die Finalisten erhalten eine Einladung nach Ingolstadt und bekommen exklusive Einblicke in die Produktion. In einem Expertenworkshop mit Audi Führungskräften entwickeln sie ihre Konzepte weiter. Neben dem Gewinn des Audi Production Awards werden besondere studentische Leistungen zudem mit der „Audi Tool Trophy“ ausgezeichnet.

Universität zum Anfassen

Neben der inhaltlichen Forschungsarbeit ist es unser Ziel, eine breite Öffentlichkeit für Wissenschaft zu begeistern. Unter dem Motto „Universität zum Anfassen“ veranstaltet die AUDI AG seit 2004 die Vortragsreihen INI.Kolloquium in Ingolstadt und HIN.Kolloquium in Neckarsulm. Dabei präsentieren Professoren der Audi Partnerhochschulen dem Publikum ihre aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnisse. Mehr als 2.300 Interessierte nahmen allein 2012 an den Veranstaltungen teil.

Wissenschaftskooperationen des Audi Konzerns

Standort Ingolstadt

- ▶ INI.KU – Ingolstadt Institute der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt
Seit 2008; Schwerpunkt: Social Responsibility, Logistik
- ▶ INI.LMU – Ingolstadt Institute der Ludwig-Maximilians-Universität München
Seit 2008; Schwerpunkt: Personalmanagement
- ▶ INI.FAU – Ingolstadt Institute der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg
Seit 2006; Schwerpunkt: Informatik, Werkstoffe
- ▶ IAF – Institut für Angewandte Forschung, Hochschule für angewandte Wissenschaften
Seit 2004; Schwerpunkt: Batterietechnologie, Elektrotechnik, Fahrzeugsicherheit
- ▶ INI.TUM – Ingolstadt Institute der TU München
Seit 2003; Schwerpunkt: Informatik, Produktionstechnologie, Elektromobilität
- ▶ INI.UniBw – Universität der Bundeswehr München
Seit 2010; Schwerpunkt: Elektromobilität

Standort Neckarsulm

- ▶ HIN – Hochschulinstitute Neckarsulm: Karlsruher Institut für Technologie (KIT), Universität Stuttgart und Hochschule Heilbronn
Seit 2005; Schwerpunkt: Antriebstechnologie, Bedienkonzepte, Werkstoffe

Standort Győr

- ▶ AHI – Audi Hungaria Institute: TU Budapest und SZE Győr
Seit 2006; Schwerpunkt: Aggregate, Produktion
- ▶ Audi Hungaria Lehrstuhl für Verbrennungsmotoren – SZE Győr
Seit 2008; Schwerpunkt: Motorenbau und -technologie
- ▶ Universität Miskolc
Seit 2011; Schwerpunkt: Logistik

Weitere Kooperationspartner

- ▶ ALL – Audi Logistik Labor, Fraunhofer Institut für Materialfluss und Logistik (IML), Dortmund
Graduate School of Production Engineering and Logistics, TU Dortmund
Seit 2007; Schwerpunkt: Logistik
- ▶ EBS – European Business School: Automotive Institute for Management (AIM), Wiesbaden
Seit 2010; Schwerpunkt: Marketing

- ▶ RWTH – Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule Aachen
Seit 2010; Schwerpunkt: Elektromobilität
- ▶ Universität St. Gallen
Seit 2010; Schwerpunkt: Personalmanagement, Kundenorientierung
- ▶ TU – Technische Universität Dresden
Seit 2010; Schwerpunkt: Motorenbau

Internationale Kooperationen

- ▶ Audi Tongji Joint Lab, Shanghai
Seit 2010; Schwerpunkt: Automotive Market Research; Marketing, Elektromobilität, Design, IT
- ▶ University of Southern California
University of California, Berkeley
University of California, San Diego
University of Michigan Transportation Research Institute (UMTRI)
Seit 2010; Hochschulprojekt „Audi Urban Intelligent Assist“

Stiftungsprofessuren

- ▶ Hochschule für Angewandte Wissenschaften Ingolstadt
Seit 2010; Schwerpunkt: Akustik, technische Mechanik
- ▶ Universität Dortmund
Seit 2012; Schwerpunkt: Supply Chain, internationale Informationslogistik
- ▶ Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg
Seit 2012; Schwerpunkt: Personalmanagement
- ▶ Zeppelin Universität Friedrichshafen
Seit 2012; Schwerpunkt: Mobilität und Nachhaltigkeit
- ▶ Hochschule für Angewandte Wissenschaften Ingolstadt
Seit 2012; Schwerpunkt: Technisches Beschaffungsmanagement

#530

Freiwilliges Engagement fördern

Corporate Volunteering ist ein wichtiger Bestandteil unternehmerischen Engagements. Es kommt der Gesellschaft direkt zugute und fördert unser Ziel der regionalen Vernetzung. Audi unterstützt seine Beschäftigten, gesellschaftlich aktiv zu werden und sich ehrenamtlich einzusetzen.

2012 hat das Unternehmen mit „Audi Ehrensache“ ein eigenes Corporate-Volunteering-Programm gestartet. Damit fördern wir freiwilliges Engagement systematisch. Um das Programm zielgerichtet und im Sinne der Mitarbeiter zu gestalten, haben wir eine Umfrage zum ehrenamtlichen Engagement durchgeführt. Die Befragung ergab, dass knapp 40 Prozent der Audi Beschäftigten in Deutschland bereits ehrenamtlich aktiv sind. Darüber hinaus haben wir ermittelt, für welche Zielgruppen sich die Mitarbeiter gern engagieren würden. Auf Basis der Ergebnisse und anhand von vorgegebenen Kriterien haben wir 73 geeignete Projekte für den ersten Audi Freiwilligentag an den deutschen Standorten Ingolstadt und Neckarsulm ausgewählt.

Freiwilligentage

Der erste Audi Freiwilligentag fand im Juni 2012 in Ingolstadt statt; der zweite folgte im September in Neckarsulm. Die Audi Mitarbeiter realisierten Vorhaben, die ohne ihr Engagement nicht umsetzbar gewesen wären. Beispielsweise legten sie für ein Seniorenheim einen Sinnesgarten an, veranstalteten mit sozial benachteiligten Kindern eine Kanu-Tour und setzten einen Werkstattschuppen für ein Jugendnaturprojekt in stand.

Insgesamt leisteten 590 Mitarbeiter über 4.720 Stunden Freiwilligenarbeit. Zukünftig sollen die Aktionstage jährlich an den deutschen Standorten stattfinden.

4.720 h

haben sich Audi Mitarbeiter 2012 an zwei Freiwilligentagen ehrenamtlich engagiert.



590 Mitarbeiter beteiligten sich an den ersten Audi Freiwilligentagen.

Ehrensache online

Wir möchten unsere Mitarbeiter kontinuierlich in ihrem sozialen Engagement unterstützen. Deshalb haben wir im Oktober 2012 die interne Vermittlungsplattform „Audi Ehrensache online“ eingerichtet. Sie stellt aktuelle Informationen zum Thema Ehrenamt bereit und ermöglicht es interessierten Mitarbeitern, sich auszutauschen. Gemeinnützige Organisationen können ihren konkreten Bedarf an Unterstützung in ihren Einrichtungen melden, um Freiwillige in unserem Unternehmen zu gewinnen. Audi fungiert hierbei als Vermittler zwischen den gemeinnützigen Einrichtungen und den Freiwilligen. Derzeit sind über 90 Projekte aus den Regionen Ingolstadt und Neckarsulm online aufgeführt, sieben davon wurden mithilfe von 16 Audi Mitarbeitern bereits erfolgreich umgesetzt.



Audi Trainees engagieren sich außerhalb der Arbeitszeit für soziale Projekte.

Trainees begeistern

Unsere Trainees haben eine eigene Arbeitsgruppe für soziales Engagement gegründet. 2012 gestalteten sie Osterfeiern und Sommerfeste in sozialen Einrichtungen, organisierten einen Erlebnistag für Ingolstädter Kinder, nahmen an einem Benefizlauf zugunsten von Projekten in Afrika teil und reparierten in einem Altenheim die Kegelbahn.

Sozial starten

Seit dem Jahr 2011 engagiert sich Audi im Projekt „startsocial“. Unter dem Motto „Hilfe für Helfer“ schreibt die Initiative jährlich ein dreimonatiges Beratungsstipendium aus. „startsocial“ liegt der Gedanke zugrunde, dass auch soziale Projekte in gewisser Hinsicht kleine Unternehmen sind und deshalb von Erfahrungen aus Wirtschafts- und Sozialunternehmen profitieren können. Audi fördert „startsocial“ nicht nur finanziell, sondern auch mit dem Know-how von Mitarbeitern, die teilnehmende Projektverantwortliche ehrenamtlich beraten. Bei der Preisverleihung im April 2012 wurden gemeinsam mit der Bundeskanzlerin und Schirmherrin Angela Merkel sieben von insgesamt rund 100 Initiativen ausgezeichnet.

#540

Fondazione Ducati

Mit der Stiftung Fondazione Ducati bewahrt der traditionsreiche Hersteller von Sportmotorrädern nicht nur das eigene technische und historische Erbe, sondern initiiert und entwickelt auch pädagogisch anspruchsvolle Projekte für Schüler und Studenten.

Leuchtturmprojekt der Stiftung ist Fisica in Moto – Physik in Bewegung. In dem interaktiven Physikkolabor lernen Schüler anschaulich, wie die Gesetze der Physik und des Motorradbaus zusammenhängen. Zu diesem Zweck entwickelte Ducati spezielle interaktive Geräte, mit denen die Teilnehmer ihr theoretisches Wissen in der Praxis prüfen können. Experimentierstationen wurden gemeinsam mit Lehrern aus der Region ausgearbeitet und berücksichtigen die Physik-Lehrpläne der Gymnasien und technischen Fachschulen. 2012 besuchten mehr als 6.500 Schüler Fisica in Moto. Zudem ist die Fondazione Ducati seit 2012 Mitglied des European Network of Science Centres and Museums.

6.500

Schüler besuchten 2012 Fisica in Moto.

Seit 2011 findet im Rahmen von Fisica in Moto eine Summer School für hochqualifizierte Studenten statt. Die Seminare werden von Professoren und Experten von Ducati geleitet. Am Ende der Veranstaltung präsentieren die Teilnehmer ihre Ergebnisse vor einer akademischen Fachjury. 2012 bewarben sich 174 Studenten, von denen 25 zur Summer School zugelassen wurden. Unter dem Titel „Fisica in Moto Professional“ bot die Stiftung 2012 erstmals eine Seminarreihe für Lehrer und Dozenten an. Ziel der Veranstaltung ist es, die Teilnehmer mit dem methodologischen Ansatz des Physikkolabors vertraut zu machen und ihnen den direkten Austausch mit den Entwicklern und Tutoren von Fisica in Moto zu ermöglichen.

Alle Aktivitäten rund um Fisica in Moto werden in dem Blog ► www.fisicainmoto.blogspot.de/ dokumentiert.

Kampagnen zur Sicherheit auf zwei Rädern

Als Mitglied der nationalen und internationalen Motorradverbände ANCMa und ACEM setzt sich die Fondazione Ducati dafür ein, Öffentlichkeit und Politik für die besondere Situation von Motorradfahrern im Straßenverkehr zu sensibilisieren. In diesem Sinne organisiert Ducati beispielsweise seit über zehn Jahren Kurse, in denen die Kunden eine bessere Motorradkontrolle, auch unter Extrembedingungen, erlernen.

Gesellschaft / Spenden

#550

Geld für den guten Zweck

Spenden gehören zu einer der ältesten und am meisten verbreiteten Formen des sozialen Engagements. Bei Audi leisten Unternehmen, Belegschaft und Betriebsrat in vielen Projekten gemeinsam einen Beitrag.

Für seine Spendenaktivitäten hat das Unternehmen Richtlinien entwickelt, die für jede Führungskraft und den Vorstand bindend sind.

Bei unserem Spendenengagement konzentrieren wir uns auf folgende Bereiche:

- Wissenschaft und Forschung, Ausbildung
- Umwelt
- Sport und Kultur
- allgemeine humanitäre Hilfe

Um alle unternehmensbezogenen Zuwendungen gebündelt abzuwickeln, haben wir einen Spendenausschuss gegründet, der über die Gewährung von Spenden entscheidet.

Spenden vergeben wir grundsätzlich an regionale Organisationen. Eine Ausnahme bildet die Katastrophenhilfe, im Jahr 2012 etwa spendete Audi 150.000 EUR für Erdbebenopfer in der italienischen Region Emilia Romagna. Dieses Engagement ist uns wichtig, denn wir richten unseren Blick auch auf Probleme in Regionen jenseits unserer eigenen Standorte und helfen in existenziellen Ausnahmesituationen.

Frohe Weihnachten

Bereits seit 1977 engagiert sich die Audi Belegschaft in einer groß angelegten Spendenaktion. Die Weihnachtsspende geht auf die Initiative des Audi Betriebsrats zurück: Vom November-Entgelt werden jedem teilnehmenden Audi Mitarbeiter 12 EUR brutto abgezogen; die Summe wird jedes Jahr von der Unternehmensleitung aufgestockt. Das eingegangene Geld geht zu 100 Prozent an soziale Einrichtungen, Organisationen und Vereine in den Regionen Ingolstadt und Neckarsulm. 2012 beteiligten sich über 99 Prozent der Mitarbeiter an der Weihnachtsspendenaktion. Das Unternehmen hat die Summe um rund 237.000 EUR erhöht, sodass wir mehr als 100 Institutionen an den Standorten Ingolstadt und Neckarsulm mit insgesamt 825.000 EUR unterstützen konnten. Seit der Einführung der Weihnachtsspende haben Belegschaftsmitglieder und Unternehmen bis heute sozialen Einrichtungen mehr als 12,5 Mio. EUR zur Verfügung gestellt.

1977

wurde die Weihnachtsspende ins Leben gerufen.



Audi Auszubildende montieren am Rathaus von Ingolstadt zum Anlass der UNICEF-Kinderstadt 2012/2013 eine selbst gebaute Spendenuhr.

Hilfe für Kinder weltweit

2012 ernannte die internationale Kinderrechtsorganisation UNICEF Ingolstadt zur Kinderstadt 2012/2013. Ein Jahr lang sammelt die Donaustadt Spenden, die Bildungsprojekten im westafrikanischen Burkina Faso zugutekommen – beispielsweise dem Aufbau von zwei Grundschulen und zwei Kindergärten. Im Rahmen der Initiative haben Audi Auszubildende eine Spendenuhr gebaut, die auf dem Ingolstädter Rathausplatz bis Mitte 2013 über die aktuelle Höhe der finanziellen Hilfe informiert. Zum Auftakt von UNICEF-Kinderstadt im Juni 2012 überreichte die AUDI AG einen Spendenbetrag von 100.000 EUR.

Mithilfe der „Restcent-Aktion“ – bei der zahlreiche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf die Centbeträge hinter dem Komma ihrer monatlichen Entgeltzahlung verzichten – wurden zudem rund 222.000 EUR für Straßenkinderprojekte der Hilfsorganisation „terre des hommes“ gesammelt. Mit dem Wunschbaum führte der Audi Betriebsrat im vergangenen Jahr erneut eine besondere Spendenaktion in der Weihnachtszeit durch: Sozial benachteiligte Kinder von fünf Einrichtungen aus der Region Ingolstadt konnten sich etwas „vom Christkind“ wünschen. Dazu hingen die von den Kindern gestalteten Wunschzettel an Weihnachtsbäumen, die zu Wunschbäumen umfunktioniert wurden. Audi Mitarbeitern wählten die Wunschzettel aus und erfüllten sie anschließend. Darüber hinaus spendete das Unternehmen 2012 für regionale und soziale Projekte sowie für die Wissenschaft.

Gesellschaft / Audi Urban Future Initiative

#560

Urbane Mobilität von morgen

Das Wachstum der Städte ist ungebremst. Welche Bedeutung hat das für die Mobilität in den Megacities der Zukunft? Die Audi Urban Future Initiative fördert den offenen Dialog von Experten unterschiedlicher Disziplinen und Kulturen. Mit dem Ziel, Mobilitätslösungen für die Stadtbewohner von morgen zu entwickeln.

Im Jahr 2030 werden voraussichtlich 70 Prozent aller Menschen in Megacities mit mehr als acht Millionen Einwohnern leben. Audi stellt sich den Fragen, die sich aus der Entwicklung ergeben, und hat 2010 die Audi Urban Future Initiative ins Leben gerufen.

Die Initiative ist ein interdisziplinäres Forum, das kreative Denker – Architekten, Soziologen, Städteplaner und Trendforscher – auf der ganzen Welt miteinander vernetzt. Ihre gemeinsame Diskussion hat das Ziel, die Herausforderungen an die Mobilität in den Megacities der Welt zu analysieren und Lösungsansätze zu finden. Die Erkenntnisse und Ideen, die dabei entstehen, berücksichtigen neben technischen auch soziale, ökonomische und ästhetische Aspekte.

Audi Urban Future Award

Was die Mobilität von morgen betrifft, können Architektur und Stadtplanung neue Perspektiven eröffnen und künftige Entwicklungen modellhaft darstellen. Im Jahr 2010 lobte Audi zum ersten Mal den Audi Urban Future Award aus. Er wird alle zwei Jahre vergeben und ist mit 100.000 EUR der höchstdotierte Architekturwettbewerb Deutschlands. 2012 wurden fünf Architektenteams aus den Metropolregionen Mumbai, Pearl River Delta, Istanbul, São Paulo und Boston/Washington zum Wettbewerb geladen. Gewonnen hat das Urbanitätskonzept „Shareway 2030“ (siehe Infobox) des US-amerikanischen Büros Höweler + Yoon Architecture.

100.000

EUR erhält der Gewinner des Audi Urban Future Awards.

Gewinnerkonzept Audi Urban Future Award 2012

Das Urbanitätskonzept „Shareway 2030“ strebt eine Neuerfindung des amerikanischen Traums an: Basierte der alte auf Eigentümerschaft, baut der neue auf Gemeinschaft. Um die mobilen Herausforderungen von morgen zu lösen, setzt das Team auf eine Kultur des Teilens, die weitaus mehr umfasst als konventionelles Carsharing. In dem Entwurf von Höweler + Yoon verbindet eine Mobilitäts-Hauptschlagader („the bundle“), die über dem alten Highway schwebt, Vororte und Städte miteinander. So wird die vorhandene Infrastruktur mit intelligenten Verkehrsströmen und Netzwerken verknüpft. Hochgeschwindigkeitsverbindungen und Elektrofahrzeuge für die letzten Kilometer nach Hause sind für den Nutzer komfortabel miteinander verbunden. Auch über eine Neuerfindung der Straße dachte das Team nach: Statt Asphalt schlägt es ein sogenanntes Tripanel vor, das die Oberfläche der Tageszeit und der gewünschten Nutzung anpassen kann. Mal ist die Straße eine Autobahn, mal ein Radweg, mal eine Joggingstrecke.

Externer Link: ► <http://audi-urban-future-initiative.com>



In der Audi Urban Future Initiative will Audi gemeinsam mit Architekten, Soziologen und Zukunftsforschern die Mobilität von morgen gestalten.

Gesellschaft / Verkehrssicherheit

#570

Sicher unterwegs

Kinder und Jugendliche nehmen Gefahren deutlich anders wahr als erfahrene Verkehrsteilnehmer. Vor allem junge Fahrer sind unverhältnismäßig häufig an Unfällen beteiligt. Audi fördert mit speziellen Programmen die Aufmerksamkeit dieser Zielgruppe im Straßenverkehr.

Audi trägt mit altersgerechten Programmen zu Verkehrserziehung und Verkehrsverhalten dazu bei, Kinder auf den Straßenverkehr vorzubereiten und die Risikowahrnehmung junger Erwachsener zu verbessern.

Auszubildende umfassend informieren

Bereits zum vierten Mal fanden im April 2012 die Verkehrssicherheitstage im Audi Bildungswesen in Ingolstadt statt. Das Präventionsprojekt mit drei Modulen erstreckt sich über die gesamte Ausbildungszeit und ist besonders für junge Fahranfänger konzipiert. Im ersten Modul konnten sich die über 500 Teilnehmer an Aktionsständen zu Themen wie Arbeits- und Verkehrssicherheit, Verkehrswacht, Unfallforschung und Fahrzeugsicherheit informieren. Mit Vorträgen und anschaulichen Aktionen wurden sie für kritische Situationen im Straßenverkehr sensibilisiert. So wurde beispielsweise ein Audi A1 aus zehn Metern Höhe fallen gelassen, um den Zusammenstoß bei einer Geschwindigkeit von 50 km/h zu simulieren. Anschließend befreiten die Werk- und Berufsfeuerwehr den Dummy aus dem Unfallwagen und stellte eine realistische Rettungskette nach. Anschaulich war auch die Aktion zum Thema Disco-Unfälle. So zeigte der Blick durch die sogenannte Rauschbrille den Einfluss von Alkohol und Drogen auf die Wahrnehmung. An einem umgebauten Vorderwagen eines Audi A5 konnten die Teilnehmer ihr Reaktionsverhalten testen. Der Simulator war von einer Azubi-Projektgruppe in Kooperation mit der Verkehrswacht Ingolstadt entwickelt worden.



Verkehrssicherheitstage im Audi Bildungswesen: hier lernt man, mit kritischen Verkehrssituationen richtig umzugehen.

Im zweiten Modul des zweiten Ausbildungsjahres wurden die Auszubildenden in Workshops in der Berufsschule mit medial aufbereiteten realistischen Verkehrssituationen bzw. Gefahrensituationen, speziell auf die Stadt und Region angepasst, für das Thema Verkehrssicherheit sensibilisiert. Im dritten Modul im dritten Ausbildungsjahr wurden die Teilnehmer auf einem Verkehrsübungsplatz mit gefährlichen Verkehrssituationen konfrontiert, um das richtige Verhalten einzuüben.

Programm mit Auszeichnung

Im Jahr 2000 rief Audi España „Attitudes“ ins Leben, ein Programm zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen, das auf die Bereiche Bildung und Verkehrserziehung ausgerichtet ist. Anlässlich des zehnten Jahrestages dieser sozialen Initiative verlieh die spanische Regierung im Jahr 2011 Audi España die Medaille für besondere Verdienste um die Verkehrssicherheit als Anerkennung der erbrachten Leistungen und des gesellschaftlichen Engagements des Unternehmens.

Hauptziele von „Attitudes“ sind die Sensibilisierung der Bevölkerung und die Förderung einer verantwortungsvollen und sicheren Verkehrskultur als Mittel zur Reduzierung der Verkehrsunfälle in Spanien. In diesem Sinne hat sich Audi zwei Handlungsschwerpunkte gesetzt.

8.000

spanische Schulen und Bildungseinrichtungen nutzen den Baukasten zur Verkehrserziehung von "Attitudes."

Der erste Schwerpunkt besteht in einem Programm zur Verkehrserziehung, das sich an Kinder von acht bis zwölf Jahren, die größte Risikogruppe im Straßenverkehr, richtet. Die Hauptaktivität ist hier die mobile Verkehrsschule, die die wichtigsten Städte in Spanien bereist. Die zukünftigen Autofahrer lernen so auf spielerische Weise, richtige Entscheidungen in allen Situationen des Straßenverkehrs zu treffen, sei es als Fußgänger, als Führer eines Kinderfahrzeugs oder als Fahrgast eines öffentlichen oder privaten Verkehrsmittels. In den Jahren seit Bestehen des Programms hat die mobile Verkehrsschule mehr als 80 spanische Städte bereist und rund 78.000 Kinder empfangen. Darüber hinaus kommen die von „Attitudes“ zur Verfügung gestellten Lernmittel in 8.000 Schulen und Bildungsstätten zum Einsatz.

Der zweite Schwerpunkt konzentriert sich auf die Sensibilisierung und Bewusstseinsbildung der erwachsenen Bevölkerung. Aus diesem Grund betreibt „Attitudes“ verschiedene Forschungsprojekte über das Fahrverhalten der Menschen. Die aus diesen Untersuchungen zusammengetragenen Ergebnisse werden in den Gesprächsrunden aufgearbeitet, zu denen jedes Jahr die wichtigsten Institutionen, Experten und Profis des Landes auf dem Gebiet der Sicherheit im Straßenverkehr zusammentreffen. Aus diesen Gesprächsrunden gehen Vorschläge zur weiteren Verbesserung der Sicherheit in der Mobilität hervor. Außerdem sind die Erkenntnisse aus den bislang 18 von „Attitudes“ durchgeführten Untersuchungen auf große Resonanz in den Medien gestoßen und wurden als Inhalte für die Sensibilisierungskampagnen, die Audi in Spanien veranstaltet hat, verwendet.

Externer Link: ► www.attitudes.org/

Standorte sind auch Heimatorte

Audi ist traditionell eng mit den Regionen verbunden, in denen das Unternehmen eine Heimat gefunden hat. Ob Ingolstadt, Neckarsulm oder Győr – den drei größeren Audi Standorten ist gemeinsam, dass diese regionalen Zentren stark vom Unternehmen Audi abhängig sind. In einer wechselseitigen Verflechtung bereichern sich Stadt und Werk. Sie sind aber auch in der Pflicht, Herausforderungen anzunehmen und die Lebensqualität vor Ort sicherzustellen.





128.282

Bevölkerungszahl der Stadt Ingolstadt



3,3 %

Arbeitslosenquote in Ingolstadt



35.386

Mitarbeiter am Standort Ingolstadt



43 %

Anstieg der Mieten
in Ingolstadt (Basis 2002)

Quelle: eigene Werte und Stadt Ingolstadt;
die Werte beziehen sich auf das Jahr 2012.

»Mittelständische sagen, die Global Player ziehen ihnen die Arbeitskräfte weg.« Wissenschaftler

»Auf dem Wohnungsmarkt haben wir bald Münchner Verhältnisse.« Politiker

»Ingolstadt hat Audi nach dem Zweiten Weltkrieg eine neue Heimat gegeben.« Audi Mitarbeiter

»Auch die Menschen mit Migrationshintergrund finden in Ingolstadt Ausbildungsplätze und Arbeitsmöglichkeiten. Das ist die Voraussetzung dafür, dass sie integriert werden.« Politiker

»Audi nimmt eine Verantwortung wahr, die weit über die Stadt Ingolstadt hinausgeht.« Wissenschaftler

Zitate aus einer Expertenrunde mit Vertretern von Audi, der Stadt Ingolstadt, aus Wissenschaft und Verbänden am 22.1.2013

Mit dem Audi CR-Report 2012 stellen wir unsere Leistungen im Bereich Corporate Responsibility erstmals umfassend dar. Das einleitende Kapitel „Über diesen Bericht“ stellt Hintergründe und Parameter dieses Reports vor. Der Datenteil listet wichtige Kennzahlen aus unseren fünf CR-Kernthemen Wirtschaften, Produkt, Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft für die Jahre 2010 bis 2012 auf. Der Audi CR-Report stimmt mit den G3.1-Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) überein. Die Anwendungsebene B+ ist durch den GRI Application Level Check bestätigt. Einen Überblick zu den von uns beantworteten Indikatoren liefert der GRI-Index. Unsere erste Fortschrittsmitteilung zum UN Global Compact ist in diesen Report integriert. Die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers hat eine unabhängige Prüfung dieses Reports vorgenommen. Ihre Prüfungsbescheinigung fasst die Ergebnisse zusammen. Des Weiteren haben wir Informationen zu Verhaltensgrundsätzen und Leitlinien, unseren Mitgliedschaften und Partnerschaften sowie zu Auszeichnungen, die wir im Berichtszeitraum 2012 erhalten haben, für diesen Report zusammengestellt.

#009

Daten / Kennzahlen

Audi stellt seine Nachhaltigkeitsleistungen transparent und faktenorientiert dar. Die nachfolgenden Tabellen enthalten wichtige Kennzahlen aus unseren fünf CR-Kernthemen. Die Zahlen der Jahre 2010 bis 2012 gelten jeweils für das Kalenderjahr und beziehen sich auf den Audi Konzern. Sofern Kennzahlen nur einzelne Gesellschaften des Audi Konzerns umfassen, ist dies entsprechend vermerkt. Die Zahlen sind jeweils für sich gerundet, was zu geringfügigen Abweichungen in der Summenbildung führen kann. Kennzahlen des Kalenderjahres 2012, die von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft wurden, sind mit einem ✓-Symbol markiert.

Finanzen	Einheit	2010	2011	2012
Finanzen				
Umsatzerlöse ✓	Mio. EUR	35.441	44.096	48.771
Operatives Ergebnis ✓	Mio. EUR	3.340	5.348	5.380
Ergebnis vor Steuern ✓	Mio. EUR	3.634	6.041	5.956
Ergebnis nach Steuern ✓	Mio. EUR	2.630	4.440	4.353
Gesamtinvestitionen ¹⁾ ✓	Mio. EUR	2.146	2.970	6.416
Forschungs- und Entwicklungsaufwand	Mio. EUR	2.469	2.641	2.942
Operative Umsatzrendite ✓	Prozent	9,4	12,1	11,0
Kapitalrendite ✓	Prozent	24,7	35,4	30,9
Wertschöpfung Audi Konzern				
Entstehung				
▶ Umsatzerlöse ✓	Mio. EUR	35.441	44.096	48.771
▶ Sonstige Erträge ✓	Mio. EUR	2.256	2.524	2.194
▶ Materialaufwand ✓	Mio. EUR	-21.802	-28.594	-30.265
▶ Abschreibungen/Zuschreibungen ✓	Mio. EUR	-2.112	-1.793	-1.917
▶ Sonstige Vorleistungen	Mio. EUR	-5.440	-4.705	-7.770
Wertschöpfung ✓	Prozent	8.343	11.528	11.014
Verteilung				
▶ an Aktionäre	Mio. EUR	2.010	3.138	3.790
▶ an Mitarbeiter (Löhne, Gehälter, Soziales)	Mio. EUR	4.274	5.076	5.053
▶ an den Staat (Steuern, Abgaben)	Mio. EUR	1.356	1.889	1.502
▶ an Kreditgeber (Zinsaufwand)	Mio. EUR	83	124	106
▶ an das Unternehmen (Rücklagen)	Mio. EUR	620	1.302	563
Wertschöpfung	Mio. EUR	8.343	11.528	11.014

Produkt	Einheit	2010	2011	2012
Produktion				
▶ Segment Automobile	Automobile ²⁾	1.150.018	1.302.981	1.469.205
	Motoren	1.648.193	1.884.157	1.916.604
▶ Segment Motorräder	Motorräder ³⁾	-	-	15.734
Auslieferungen an Kunden				
Segment Automobile	Automobile	1.293.453	1.512.014	1.634.312
▶ Marke Audi	Automobile	1.092.411	1.302.659	1.455.123
▶▶ Marke Lamborghini	Automobile	1.302	1.602	2.083
▶▶ Sonstige Marken des Volkswagen Konzerns	Automobile	199.740	207.753	177.106
Segment Motorräder	Motorräder ³⁾	-	-	16.786
▶ Marke Ducati	Motorräder ³⁾	-	-	16.786
CO₂-Emissionen der europäischen Flotte (EU 27) ✓	g CO ₂ /km	152	145	138 ⁴⁾
Umwelt⁵⁾				
Energie				
Energieverbrauch gesamt (Energieeinsatz) ✓	MWh	2.526.869	2.508.824	2.591.215
	MWh/Fz.	2,88	2,49	2,68
▶ Strom ✓	MWh	1.227.329	1.282.514	1.325.442
	MWh/Fz.	1,40	1,27	1,37
▶ Erdgas ✓	MWh	879.863	822.597	804.895
	MWh/Fz.	1,00	0,82	0,83
▶ Fernwärme ✓	MWh	386.830	340.692	410.125
	MWh/Fz.	0,44	0,34	0,42
▶ Kälte (extern bezogen) ✓	MWh	22.009	61.111	46.307
	MWh/Fz.	0,03	0,06	0,05
▶ Heizöl ✓	MWh	10.838	1.910	4.446
	MWh/Fz.	0,012	0,002	0,005
ressourcenschonende Audi terminal Architektur ⁶⁾ ✓	Autohäuser	147	258	390
Emissionen				
emittiertes CO ₂ gesamt ✓	t	900.852	918.576	628.916
	kg/Fz.	1.025,98	910,96	650,68
▶ direkte CO ₂ -Emissionen ⁷⁾ ✓	t	203.067	194.677	195.680
	kg/Fz.	231,27	193,06	198,45
▶ VOC-Emissionen ⁸⁾ ✓	t	1.913	2.340	2.149
	kg/Fz.	2,18	2,32	2,22
▶ direkte NO _x -Emissionen ⁹⁾ ✓	t	241	268	258
	kg/Fz.	0,27	0,27	0,27
CO₂-Einsparungen in der Logistik¹⁰⁾ ✓				
▶ Strecke Ingolstadt–Emden ✓	t CO ₂	2.149	6.022	7.059
▶ Strecke Neckarsulm–Emden ✓	t CO ₂	-	-	778

Wasser				
Frishwasserverbrauch gesamt ✓	m³	3.079.288	3.323.962	3.569.786
	m³/Fz.	3,51	3,30	3,69
▶ Frishwasserverbrauch Eigengewinnung ✓	m³	1.559.195	1.619.174	1.668.548
	m³/Fz.	1,78	1,61	1,73
▶ Frishwasserverbrauch Fremdbezug ✓	m³	1.520.093	1.704.788	1.901.238
	m³/Fz.	1,73	1,69	1,97
Anteil Trinkwasser am Frishwasserverbrauch ✓	Prozent	23	23	25
Abwasseraufkommen ✓	m³	2.067.863	2.159.854	2.292.910
	m³/Fz.	2,36	2,14	2,35
Abfall¹¹⁾				
Abfall gesamt (ohne Schrott) ¹²⁾ ✓	t	58.685	72.832	71.933
	kg/Fz.	66,84	72,23	72,31
▶ Abfall zur Verwertung ✓	t	50.131	60.788	59.339
	kg/Fz.	57,09	60,28	60,00
▶▶ sonstiger Abfall zur Verwertung	t	23.568	33.550	31.035
	kg/Fz.	26,84	33,27	32,11
▶▶ gefährlicher Abfall zur Verwertung	t	26.563	27.238	26.962
	kg/Fz.	30,25	27,01	27,90
▶ Abfall zur Beseitigung ✓	t	8.554	12.044	12.594
	kg/Fz.	9,74	11,94	12,31
▶▶ sonstiger Abfall zur Beseitigung	t	1.110	511	511
	kg/Fz.	1,26	0,51	0,53
▶▶ gefährlicher Abfall zur Beseitigung	t	7.444	11.533	11.387
	kg/Fz.	8,48	11,44	11,78
metallische Abfälle (Schrott) ✓	t	323.497	335.316	324.292
	kg/Fz.	368,43	332,54	317,48

¹¹⁾ im Jahr 2012 inklusive des Erwerbs der Beteiligungen an der Volkswagen Group Services S.A., Brüssel (Belgien), und an der DUCATI MOTOR HOLDING S.P.A., Bologna (Italien)

¹²⁾ seit 1. Januar 2012 inklusive der in China vom Joint Venture FAW-Volkswagen Automotive Company, Ltd., Changchun, gefertigten Fahrzeuge; im Geschäftsjahr 2012 wurden vom Joint Venture 333.465 (216.053) Fahrzeuge gefertigt. Der Vorjahreswert wurde zur besseren Vergleichbarkeit angepasst.

¹³⁾ seit Erwerb der Ducati Gruppe im Juli 2012

¹⁴⁾ Die durchschnittlichen CO₂-Emissionen der im Jahr 2012 in der Europäischen Union (EU 27) verkauften Neufahrzeuge erreichten auf Basis vorläufiger Berechnungen 138 g/km.

¹⁵⁾ bis auf Kennzahl „Audi terminal“ bezogen auf die Standorte: Ingolstadt, Neckarsulm, Brüssel, Győr und Sant'Agata Bolognese

¹⁶⁾ Zahl bezieht sich auf Handelspartner weltweit, die das energiesparende Architekturkonzept Audi terminal umgesetzt haben.

¹⁷⁾ Direkte CO₂-Emissionen: Diese Kenngröße setzt sich aus CO₂-Emissionen zusammen, die durch den Brennstoffeinsatz am Standort sowie durch CO₂-Emissionen aus dem Betrieb von Prüfständen verursacht werden.

¹⁸⁾ VOC-Emissionen („volatile organic compounds“; flüchtige organische Verbindungen): Diese Zahl setzt sich aus den Emissionen der Lackierereien, der Prüfstände sowie sonstiger Anlagen zusammen.

¹⁹⁾ Direkte NO_x-Emissionen: Diese Kennzahl setzt sich aus NO_x-Emissionen zusammen, die durch die am Standort vorhandenen Heizhäuser, Lackierereien sowie den Betrieb von Prüfständen verursacht werden.

²⁰⁾ Transport der Automobile von Ingolstadt zum Nordsee-Verladehafen in Emden, seit Oktober 2012 auch von Neckarsulm aus

²¹⁾ Unsere Standorte nehmen am gesetzlich vorgeschriebenen elektronischen Abfallnachweisverfahren eANV teil. Gefährliche Abfälle werden von nicht gefährlichen Abfällen getrennt gelagert, die Verwertung und Beseitigung gefährlicher Abfälle werden durch das eANV überwacht.

²²⁾ inklusive nicht produktionspezifischer Abfälle

²³⁾ Die Mitarbeiterzahlen stellen Jahresdurchschnittswerte dar.

²⁴⁾ seit 2012 inklusive StEP-Programm (Studium und Erfahrung in der Praxis); Wert 2012 ohne StEP: 24,1 Prozent

²⁵⁾ AUDI AG

Mitarbeiter ¹³⁾	Einheit	2010	2011	2012
Belegschaft Audi Konzern ✓	Anzahl	59.513	62.806	67.231
▶ AUDI AG ✓	Anzahl	44.299	45.386	47.121
▶ Auszubildende ✓	Anzahl	2.269	2.322	2.283
durchschnittliches Alter ✓	Jahre	40,8	40,6	40,6
Altersstruktur				
▶ < 30 Jahre ✓	Prozent	15,41	16,64	17,38
▶ 30 bis 50 Jahre ✓	Prozent	63,40	61,90	59,83
▶ > 50 Jahre ✓	Prozent	21,19	21,46	22,79
durchschnittliche Betriebszugehörigkeit ✓	Jahre	16,0	15,6	15,2
Fluktuationsquote ✓	Prozent	0,3	0,5	0,6
Frauenanteil				
Audi Konzern ✓	Prozent	12,6	13,0	13,7
AUDI AG ✓	Prozent	13,0	13,3	13,9
▶ Auszubildende ¹⁴⁾ ✓	Prozent	24,0	24,2	23,7
▶ ▶ gewerbliche Auszubildende ✓	Prozent	20,9	21,3	20,7
▶ ▶ kaufmännische Auszubildende ✓	Prozent	76,5	75,8	77,8
▶ Management ✓	Prozent	6,9	6,7	7,3
weitere Strukturdaten¹⁵⁾				
Akademikeranteil ¹⁶⁾ ✓	Prozent	36,3	40,1	42,3
Anteil Mitarbeiter anderer Nationalität ✓	Prozent	7,7	7,7	7,7
Teilnehmer am Online-Training zu Antikorruption ¹⁷⁾ ✓	Anzahl	-	1.289	3.025
Anteil Menschen mit schwerer Behinderung ✓	Prozent	6,0	6,0	6,0
Arbeitsaufträge an Werkstätten für Menschen mit geistiger Behinderung ✓	Mio. EUR	6,2	6,3	6,3
Unfallhäufigkeit ¹⁸⁾ ✓	-	2,3	2,3	2,4
Gesundheitsstand ¹⁹⁾ ✓	Prozent	96,4	96,4	96,4
Audi Ideen-Programm				
Einsparungen	Mio. EUR	55,3	70,4	71,1
Realisierungsquote	Prozent	57,5	57,2	57,4
Ergebnisbeteiligung pro Mitarbeiter²⁰⁾ ✓	EUR	6.513	8.251	8.030
Gesellschaft				
Weihnachtsspende²¹⁾ ✓	EUR	770.000	800.000	825.000

¹⁶⁾ bezogen auf indirekte Mitarbeiter

¹⁷⁾ Mitarbeiterschulungen zu Compliance werden seit 2011 angeboten.

¹⁸⁾ Die Kennzahl Unfallhäufigkeit gibt an, wie viele Betriebsunfälle ab einem Tag Arbeitsausfall je eine Million geleisteter Arbeitsstunden geschehen.

¹⁹⁾ Der Gesundheitsstand berechnet sich durch die Formel $100 - (\text{Krankheitstage} / \text{bezahlungsrelevante Tage}) * 100$

²⁰⁾ Auszahlung jeweils im Folgejahr; durchschnittlicher Wert für Tarifmitarbeiter der AUDI AG

²¹⁾ Die jährlich durchgeführte Weihnachtsspende ist eine vom Betriebsrat initiierte Mitarbeiterspendenaktion, die vom Unternehmen aufgestockt wird. Die gesammelten Gelder kommen sozialen und karitativen Einrichtungen im Umfeld der Standorte Ingolstadt und Neckarsulm zugute.

#010

Index nach GRI (G3.1)

Der Audi Corporate Responsibility Report 2012 orientiert sich an dem international anerkannten Leitfaden der Global Reporting Initiative (GRI). Die GRI-Richtlinien geben seit 1997 einen einheitlichen Rahmen für die Nachhaltigkeitsberichterstattung vor, der ökonomische, ökologische und soziale Aspekte gleichermaßen berücksichtigt.

Unsere Berichterstattung entspricht den 2011 überarbeiteten Richtlinien (G3.1) und berücksichtigt die branchenspezifischen Zusatzindikatoren für die Automobilindustrie (Pilotversion 1.0). Die Anwendungsebene B+ wurde von der GRI bestätigt. Die nachfolgende Tabelle liefert detaillierte Informationen zum Erfüllungsgrad der einzelnen Indikatoren.

Indikator	Status	Verweis
1 Strategie und Analyse		
1.1 Erklärung des Vorstands	●	Vorstandsvorwort
1.2 Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen	●	Strategie Vorstandsvorwort CR-Programm Compliance und Risikomanagement
2 Organisationsprofil		
2.1 Name der Organisation	●	Über Audi
2.2 Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen	●	Über Audi
2.3 Organisationsstruktur	●	Über Audi
2.4 Hauptsitz der Organisation	●	Über Audi
2.5 Länder der Geschäftstätigkeit	●	Über Audi; GB S. 140 ff.
2.6 Eigentümerstruktur und Rechtsform	●	Über Audi; GB S. 140 ff.
2.7 Bediente Märkte	●	Über Audi; GB S. 140 ff.
2.8 Größe der Organisation	●	Über Audi, Kennzahlen Finanzen; GB S. 140 ff.
2.9 Wesentliche Veränderungen im Berichtszeitraum	●	Über Audi; GB S. 140 ff.
2.10 Auszeichnungen im Berichtszeitraum	●	Auszeichnungen
3 Berichtsparameter		
3.1 Berichtszeitraum	●	Über diesen Bericht
3.2 Veröffentlichung des letzten Berichts	●	Nicht zutreffend, da Erstbericht
3.3 Berichtszyklus	●	Über diesen Bericht
3.4 Ansprechpartner für Fragen zum Bericht	●	Über diesen Bericht
3.5 Vorgehensweise bei Bestimmung der Berichtsinhalte	●	Über diesen Bericht Stakeholder-Management
3.6 Berichtsgrenze	●	Über diesen Bericht
3.7 Einschränkungen des Berichtsumfangs	●	Über diesen Bericht
3.8 Joint Ventures, Tochterunternehmen, Outsourcing	●	Über diesen Bericht; GB S. 140 ff.
3.9 Datenerfassung	●	Über diesen Bericht
3.10 Neue Darstellung von Informationen aus alten Berichten	●	Nicht zutreffend, da Erstbericht
3.11 Änderungen des Umfangs, der Berichtsgrenzen oder der Messmethoden	●	Nicht zutreffend, da Erstbericht
3.12 GRI Content Index	●	GRI-Index
3.13 Externe Verifizierung/Bestätigung des Berichts	●	Prüfungsbescheinigung
4 Governance, Verpflichtungen und Engagement		
4.1 Führungsstruktur der Organisation	●	CR-Organisation, Compliance und Risikomanagement
4.2 Unabhängigkeit des Aufsichtsratsvorsitzenden	●	GB S. 266, 271 f., 277 ff. (Aufsichtsrat, Corporate Governance, Mandate des Aufsichtsrats)
4.3 Unabhängige Mitglieder des höchsten Leitungsorgans	●	GB S. 271 f., 276 (Corporate Governance, Mandate des Vorstands)
4.4 Mitspracherecht der Mitarbeiter und Anteilseigner	●	GB S. 149 (Aktionärsrechte und -pflichten) Mitbestimmung und Sozialpartner- schaften

Indikator	Status	Verweis
4 Governance, Verpflichtungen und Engagement		
4.5	●	GB S. 264 ff., (Angaben zu Aufsichtsrat und Vorstand)
4.6	●	Compliance und Risikomanagement
4.7	●	CR-Organisation
4.8	●	Compliance und Risikomanagement UN Global Compact Fortschrittsbericht Verhaltensgrundsätze und Leitlinien
4.9	●	CR-Organisation Compliance und Risikomanagement
4.10	●	CR-Organisation Compliance und Risikomanagement GB S. 273 f. (Compliance)
4.11	●	Compliance und Risikomanagement
4.12	●	UN Global Compact Fortschrittsbericht Verhaltensgrundsätze und Leitlinien Mitgliedschaften und Partnerschaften Stakeholder-Management
4.13	●	Mitgliedschaften und Partnerschaften
4.14	●	Stakeholder-Management
4.15	●	Stakeholder-Management
4.16	●	Stakeholder-Management
4.17	●	Stakeholder-Management
Ökonomische Leistungsindikatoren		
	●	Strategie Wirtschaften Produkt
EC1	●	Kennzahlen Finanzen Kennzahlen Gesellschaft
EC2	●	GB S. 202 (Gewinn-und-Verlust-Rechnung) Umweltmanagement Compliance und Risikomanagement Eine Quantifizierung der finanziellen Folgen des Klimawandels ist aufgrund der Komplexität des Themas nicht möglich.
EC3	●	Sozialleistungen und Vergütung
EC4	●	GB S. 226, 228, 259 (Zuwendungen der öffentlichen Hand, Sonstige betriebliche Erträge, Personalaufwand)
EC5	○	Sozialleistungen und Vergütung Die AUDI AG bezahlt alle tariflichen Mitarbeiter nach dem geltenden Tarifvertrag der Metall- und Elektroindustrie (IG Metall).
EC7	●	Vielfalt und Chancengleichheit
EC8	●	Gesellschaft Kennzahlen Gesellschaft
EC9	○	Strategie Gesellschaft GB 2012, S. 153 ff. (Forschung und Entwicklung)
Ökologische Leistungsindikatoren		
	●	Strategie Produkt Umwelt
EN1	○	Materialkreisläufe
EN2	○	Materialkreisläufe
EN3	●	Kennzahlen Umwelt, siehe Energie Hinweis: 1 Megawattstunde (MWh) = 3,6 Gigajoule (GJ) Bsp. Gesamtenergieverbrauch 2012: 2.591.215 MWh = 9.328.374 GJ
EN4	○	Kennzahlen Umwelt, siehe Energie

Ökologische Leistungsindikatoren

EN5	Energieeinsparungen	●	Umweltmanagement CO ₂ -neutrale Standorte
EN6	Energieeffiziente Produkte und Dienstleistungen	●	Ganzheitliche Bilanzierung Technologien zur Effizienzsteigerung
EN7	Reduktion des indirekten Energieverbrauchs	●	Umweltmanagement CO ₂ -neutrale Standorte
EN8	Gesamtwasserentnahme	●	Logistik Wassermanagement Kennzahlen Umwelt, siehe Wasser
EN9	Von der Wasserentnahme wesentlich betroffene Quellen	●	Keine
EN10	Zurückgewonnenes und wiederverwendetes Wasser	⊙	Wassermanagement
EN13	Geschützte oder wiederhergestellte natürliche Lebensräume	●	Audi Stiftung für Umwelt Partnerschaften für die Umwelt Rund um sein Prüfgelände in Neustadt hat Audi eine halbe Million Bäume und Sträucher gepflanzt, um einen Ausgleich für versiegelte Flächen zu schaffen. Flora und Fauna finden so neue Lebensräume, darunter auch verschiedene vom Aussterben bedrohte heimische Tier- und Pflanzenarten. Ein Gutachten belegt den Erfolg der Maßnahmen. Auf der ehemals intensiv landwirt- schaftlich genutzten Fläche ist ein Biotop entstanden.
EN14	Strategien und Maßnahmen für das Management der Auswirkungen auf die Biodiversität	●	Audi Stiftung für Umwelt Partnerschaften für die Umwelt
EN15	Gefährdete Arten in Gebieten, die von der Geschäftstätigkeit betroffen sind	⊙	Siehe EN13: Bedrohte heimische Tier- und Pflanzenarten haben in der Umgebung des Prüfgeländes in Neustadt eine neue Heimat gefunden.
EN16	Direkte und indirekte Treibhausgasemissionen	⊙	Kennzahlen Umwelt, siehe Emissionen
EN17	Andere relevante Treibhausgasemissionen	●	Kennzahlen Umwelt, siehe Emissionen Logistik
EN18	Initiativen zur Verringerung von Treibhausgasemissionen und erzielte Ergebnisse	●	Ganzheitliche Bilanzierung CO ₂ -neutrale Standorte Logistik
EN19	Emissionen von Ozon abbauenden Stoffen	●	Im Berichtszeitraum wurden keine Fälle bekannt, bei denen Emissionen von Stoffen freigesetzt wurden, die in den Anhängen A, B, C und E zum Montreal-Protokoll über die Ozonschicht abbauende Stoffe enthalten sind.
EN20	NO _x , SO _x und andere wesentliche Luftemissionen	⊙	Kennzahlen Umwelt, siehe Emissionen
EN21	Abwassereinleitungen	●	Kennzahlen Umwelt, siehe Wasser Wassermanagement
EN22	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	●	Kennzahlen Umwelt, siehe Abfall
EN24	Transportierter, importierter, exportierter oder behandelter gefährlicher Abfall	●	Materialkreisläufe Kennzahlen Umwelt, siehe Abfall
EN25	Durch Abwassereinleitungen und Oberflächenabfluss belastete Gewässer	●	Nicht zutreffend
EN26	Initiativen zur Verminderung von Umweltauswirkungen der Produkte	●	Ganzheitliche Bilanzierung Technologien zur Effizienzsteigerung Alternative Antriebe Regenerative Kraftstoffe Materialkreisläufe Wassermanagement
EN27	Zurückgenommenes Verpackungsmaterial	●	unwesentlich, da Audi seine Produkte unverpackt verkauft
EN28	Strafen aufgrund von Gesetzesübertretungen im Umweltbereich	●	Keine
EN29	Umweltauswirkungen des Transports der Produkte, Güter, Materialien und Mitarbeiter	⊙	Logistik

Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung

Arbeitsbedingungen – Managementansatz		●	Strategie Mitarbeiter
LA1	Gesamtbelegschaft nach Beschäftigungsverhältnis, Region und Geschlecht	○	Kennzahlen Mitarbeiter, siehe Belegschaft
LA2	Mitarbeiterfluktuation nach Altersgruppen, Geschlecht und Region	○	Kennzahlen Mitarbeiter, siehe Fluktuation
LA3	Betriebliche Leistungen, die nur Vollzeitbeschäftigten gewährt werden	●	Sozialleistungen und Vergütung
LA4	Anteil der Mitarbeiter, die unter Kollektivvereinbarungen fallen	●	Mitbestimmung und Sozialpartnerschaften
LA5	Mitteilungsfristen in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen	●	Mitbestimmung und Sozialpartnerschaften
LA6	Anteil der in Arbeitssicherheitsausschüssen vertretenen Belegschaft	●	Arbeitsschutz und Gesundheitsmanagement
LA7	Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage, Abwesenheit und Summe arbeitsbedingter Todesfälle nach Region und Geschlecht	●	Arbeitsschutz und Gesundheitsmanagement Kennzahlen Mitarbeiter, siehe Unfallstatistik
LA8	Gesundheitsvorsorge, Beratung und Schulungen in Bezug auf ernste Krankheiten	●	Arbeitsschutz und Gesundheitsmanagement
LA9	Arbeitssicherheitsvereinbarungen mit Gewerkschaften	●	Arbeitsschutz und Gesundheitsmanagement Die Betriebsvereinbarung 3/90 regelt die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen, Belegschaftsmitgliedern und betriebsverfassungsrechtlichen Gremien der AUDI AG auf den Gebieten des Arbeitsschutzes.
LA10	Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen nach Geschlecht	○	Aus- und Weiterbildung
LA11	Wissensmanagement und lebenslanges Lernen zur Förderung der Geschäftstätigkeit	●	Aus- und Weiterbildung
LA12	Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung von Mitarbeitern nach Geschlecht	●	Aus- und Weiterbildung
LA13	Diversität der Mitarbeiter und leitender Organe	●	Vielfalt und Chancengleichheit Kennzahlen Mitarbeiter, siehe Altersstruktur, Frauenanteil, Schwerbehinderung GB , S. 180 f. (Frauen bei Audi)
LA14	Verhältnis der Bezahlung von männlichen und weiblichen Angestellten	●	Sozialleistungen und Vergütung Frauen und Männer werden in der gleichen Position mit dem gleichen Gehalt entlohnt.
LA15	Anteil Rückkehrer nach Elternzeit nach Geschlecht	○	Beruf und Familie

Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Menschenrechte

Menschenrechte – Managementansatz		●	Compliance und Risikomanagement UN Global Compact Fortschrittsbericht
HR1	Investitionsvereinbarungen, die Menschenrechte berücksichtigen	●	Verhaltensgrundsätze und Leitlinien Lieferantenbeziehungen UN Global Compact Fortschrittsbericht
HR2	Prüfung wesentlicher Lieferanten, Auftragnehmer und Geschäftspartner auf die Einhaltung von Menschenrechten	○	Verhaltensgrundsätze und Leitlinien Lieferantenbeziehungen UN Global Compact Fortschrittsbericht
HR3	Mitarbeiterschulungen im Bereich Menschenrechte	○	Verhaltensgrundsätze und Leitlinien
HR4	Vorfälle von Diskriminierung und ergriffene Maßnahmen	●	Compliance und Risikomanagement Im Berichtszeitraum wurden keine Diskriminierungsfälle bekannt.
HR5	Geschäftstätigkeiten, bei denen Vereinigungs- und Tarifverhandlungsfreiheit gefährdet sind, und ergriffene Maßnahmen	●	Compliance und Risikomanagement Mitbestimmung und Sozialpartnerschaften
HR6	Geschäftstätigkeiten, bei denen ein Risiko auf Kinderarbeit besteht, und ergriffene Maßnahmen	●	Lieferantenbeziehungen UN Global Compact Fortschrittsbericht
HR7	Geschäftstätigkeiten, bei denen ein Risiko auf Zwangs- und Pflichtarbeit besteht, und ergriffene Maßnahmen	●	Verhaltensgrundsätze und Leitlinien Lieferantenbeziehungen UN Global Compact Fortschrittsbericht
HR8	Schulungen des Sicherheitspersonals zu Menschenrechtsaspekten	●	Verhaltensgrundsätze und Leitlinien
HR9	Vorfälle der Verletzung der Rechte der Ureinwohner	●	Compliance und Risikomanagement Im Berichtszeitraum wurden keine Vorfälle bekannt.
HR10	Anteil und Anzahl der Geschäftsbereiche, die Menschenrechtsprüfungen durchgeführt haben	○	Compliance und Risikomanagement
HR11	Anzahl der Verstöße gegen Menschenrechte, die gemeldet, geprüft und gelöst wurden	●	Lieferantenbeziehungen Im Berichtszeitraum wurden keine Verstöße bekannt.

Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Gesellschaft

Gesellschaft – Managementansatz		●	Strategie Compliance und Risikomanagement Gesellschaft
SO1	Anteil der Geschäftstätigkeiten mit lokalem Engagement, Messung der Auswirkungen und Entwicklungsprogramme	○	Lebendige Standorte Standorte sind auch Heimatorte
SO2	Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken untersucht wurden	●	Compliance und Risikomanagement
SO3	Mitarbeiterschulungen bezüglich Antikorruption	●	Compliance und Risikomanagement
SO4	Nach Korruptionsvorfällen ergriffene Maßnahmen	●	Es gab im Berichtsjahr 2012 insgesamt 46 interne und externe Hinweise sowie sechs Hinweise aus dem Ombudsmannsystem des Volkswagen-Konzerns auf mögliche Regelverstöße durch Mitarbeiter oder externe Partner. Auf Grund dieser Hinweise kam es zu fünf Personalmaßnahmen sowie zu einer Kündigung.
SO5	Politische Positionen, Teilnahme an der politischen Willensbildung und am Lobbying	●	Compliance und Risikomanagement
SO6	Zuwendungen an Parteien und Politiker	●	Die Spendenrichtlinie des Audi Konzerns schließt Spenden an Parteien und Politiker aus.
SO9	Geschäftstätigkeiten mit signifikantem Potenzial oder tatsächlichen negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinden	●	Compliance und Risikomanagement Stakeholder-Management
S10	Vorbeugende oder lindernde Maßnahmen bei Geschäftstätigkeiten mit negativem Potenzial oder negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinden	●	Stakeholder-Management Compliance und Risikomanagement Gesellschaft

Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Produktverantwortung

Produktverantwortung - Managementansatz		●	Strategie Wirtschaften
PR1	Untersuchte Lebenszyklusstadien in Bezug auf Gesundheit und Produktsicherheit	●	Fahrzeugsicherheit Kundenorientierung
PR2	Nichteinhaltung von Vorschriften bezüglich Gesundheit und Produktsicherheit	●	Im Berichtszeitraum wurden keine Verstöße bekannt.
PR3	Gesetzliche Informationspflichten für Produkte und Dienstleistungen	●	GB, S. 280 ff. (Verbrauchs- und Emissionsangaben)
PR4	Nichteinhaltung der gesetzlichen und freiwilligen Informationspflichten für Produkte und Dienstleistungen	●	Im Berichtszeitraum wurden keine Verstöße bekannt.
PR5	Kundenzufriedenheit	●	Kundenorientierung
PR6	Befolgung von Gesetzen, Standards und freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung	○	Der Audi Konzern hält sich an alle gesetzlichen Regelungen in Bezug auf Werbung.

Zusatzindikatoren Automobilindustrie

A1	Vertraglich festgelegte Wochenarbeitszeit und durchschnittliche Mehrarbeit in der Produktion	●	Die vertraglich festgelegte Wochenarbeitszeit beträgt an den deutschen Standorten in der Regel 35 Stunden. Mehrarbeit wird über flexible Arbeitszeitkonten ausgeglichen.
A2	Anteil der Mitarbeiter ohne Verrechnung von Mehrarbeit	●	Unwesentlich
A4	Verkaufte Fahrzeuge nach Fahrzeugtyp, Verbrennungsmotor, Antriebssystem und Region	●	GB, S. 165 ff. (Vertrieb und Auslieferungen)
A5	Einhaltung bestehender und geplanter gesetzlicher Emissionsstandards bei verkauften Fahrzeugen	○	Wir zertifizieren bereits heute Fahrzeuge nach der erst ab 9/2014 verpflichtenden Emissionsnorm EU6W und haben seit längerer Zeit Fahrzeuge im Portfolio, die EU6 erfüllen (z.B. A4 3.0 TDI clean diesel quattro).
A6	Durchschnittliche Kraftstoffeffizienz der Fahrzeuge	●	GB 2012, S. 280 ff. (Verbrauchs- und Emissionsangaben)
A7	Durchschnittliche CO2-Emissionen der Fahrzeuge	●	GB, S. 280 ff. (Verbrauchs- und Emissionsangaben)
A8	Einhaltung bestehender und geplanter gesetzlicher Lärmstandards bei verkauften Fahrzeugen	○	Der Audi Konzern hält sich bei seinen verkauften Fahrzeugen an alle gesetzlichen Lärmstandards.
A9	Umweltauswirkungen des Transports	●	siehe EN 29

Erklärung: Prüfung der Anwendungsebene durch die GRI

GRI bestätigt hiermit, dass **AUDI AG** ihren Bericht „Audi Corporate Responsibility Report 2012“ den GRI Report Services vorgelegt hat, die zum Schluss gekommen sind, dass der Bericht die Anforderungen der Anwendungsebene B+ erfüllt.

GRI Anwendungsebenen drücken den Umfang aus, in dem der Inhalt der GRI G3.1 in der eingereichten Nachhaltigkeitsberichterstattung umgesetzt wurde. Die Prüfung bestätigt, dass die geforderte Auswahl und Anzahl der Angaben für diese Anwendungsebene in der Berichterstattung enthalten ist. Die Prüfung bestätigt außerdem, dass der GRI-Content Index eine gültige Darstellung der vorgeschriebenen Offenlegungen gemäss den GRI G3.1 Richtlinien aufzeigt. Für die Methode siehe www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf

Anwendungsebenen geben keine Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistungen des Berichterstatters oder der Qualität der im Bericht enthaltenen Informationen wieder.

Amsterdam, 27. März 2013



Nelmara Arbex
Deputy Chief Executive
Global Reporting Initiative



Das „+“ wurde dieser Anwendungsebene hinzugefügt, weil AUDI AG für Teile des Berichts/den Bericht eine externe Bestätigung eingeholt hat. GRI akzeptiert dabei die Beurteilung des Berichterstatters selbst bezüglich der Auswahl seines Assurance-Anbieters und des Umfangs des Untersuchungsgegenstandes der externen Bestätigung.

Die Global Reporting Initiative (GRI) ist eine netzwerkbasierende Organisation, die den Weg für die Entwicklung des weltweit meist verwendeten Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung bereitet hat und sich zu seiner kontinuierlichen Verbesserung und weltweiten Anwendung einsetzt. Die GRI-Leitfaden legen die Prinzipien und Indikatoren fest, die Organisationen zur Messung und Berichterstattung ihrer ökonomischen, ökologischen und sozialen Leistungen verwenden können. www.globalreporting.org

Disclaimer: Wo die entsprechende Nachhaltigkeitsberichterstattung externe Links enthält, einschliesslich audio-visuellen Materials, betrifft dieses Statement nur das bei GRI eingereichte Material zum Zeitpunkt der Prüfung am 20. März 2013. GRI schliesst explizit die Anwendung dieses Statements in Bezug auf jegliche spätere Änderungen dieses Materials aus.

Fortschrittsbericht zum UN Global Compact

Die AUDI AG ist am 23. Februar 2012 dem UN Global Compact beigetreten und bekennt sich damit ausdrücklich zu dessen zehn Prinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung. Der Audi Corporate Responsibility Report 2012 enthält gleichzeitig die erste UN Global Compact Fortschrittsmitteilung. Die folgende Übersicht zeigt unsere Richtlinien, Systeme, Maßnahmen und Fortschritte hinsichtlich der zehn Prinzipien im Berichtszeitraum.



Menschenrechte	Richtlinien und Systeme	Verweise
Prinzip 1 Unterstützung und Respektierung der internationalen Menschenrechte	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Verhaltensgrundsätze des Audi Konzerns (Code of Conduct) ▶ Anforderungen des Volkswagen Konzerns zur Nachhaltigkeit in den Beziehungen zu Geschäftspartnern¹⁾ ▶ Bekenntnis zu internationalen Abkommen²⁾ 	Verhaltensgrundsätze und Leitlinien Lieferantenbeziehungen
Prinzip 2 keine Beteiligung des Unternehmens an Menschenrechtsverletzungen	Maßnahmen und Fortschritte <ul style="list-style-type: none"> ▶ Schulungsunterlagen zum Code of Conduct des Audi Konzerns (deutsch und englisch) für alle Führungskräfte und Beschäftigte im Intranet verfügbar ▶ keine Beschwerden über Auswirkungen auf Menschenrechte im Berichtszeitraum über Zuliefererbetriebe, deren hauptsächlich Geschäftspartner Audi innerhalb des Volkswagen Konzerns ist ▶ Weiterentwicklung des Konzepts „Nachhaltigkeit in den Lieferantenbeziehungen“⁽¹⁾ ▶ Einführung eines fachübergreifenden Prozesses zur Lieferantenentwicklung: verpflichtender Fragebogen zur Selbsteinschätzung für alle Zulieferer ▶ Einführung eines in neun Sprachen verfügbaren eLearning-Qualifizierungsmoduls zum Thema Nachhaltigkeit auf der zentralen Business-Plattform des Volkswagen Konzerns 	
Arbeitsnormen	Richtlinien und Systeme	Verweise
Prinzip 3 Wahrung der Vereinigungsfreiheit und des Rechts auf Kollektivverhandlungen	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Verhaltensgrundsätze des Audi Konzerns (Code of Conduct) ▶ Leitlinien zur Chancengleichheit und Gleichberechtigung bei der AUDI AG ▶ Erklärung zu den sozialen Rechten und den industriellen Beziehungen bei Volkswagen (Sozialcharta) ▶ internationale Charta der Arbeitsbeziehungen des Volkswagen Konzerns ▶ Anforderungen des Volkswagen Konzerns zur Nachhaltigkeit in den Beziehungen zu Geschäftspartnern¹⁾ ▶ Bekenntnis zu internationalen Abkommen²⁾ 	Verhaltensgrundsätze und Leitlinien
Prinzip 4 Abschaffung jeder Art von Zwangsarbeit	<ul style="list-style-type: none"> ▶ internationale Charta der Arbeitsbeziehungen des Volkswagen Konzerns ▶ Anforderungen des Volkswagen Konzerns zur Nachhaltigkeit in den Beziehungen zu Geschäftspartnern¹⁾ ▶ Bekenntnis zu internationalen Abkommen²⁾ 	Lieferantenbeziehungen
Prinzip 5 Abschaffung von Kinderarbeit	Maßnahmen und Fortschritte <ul style="list-style-type: none"> ▶ Arbeitnehmervertretungen an allen Standorten des Audi Konzerns; die „Charta der Arbeitsbeziehungen“ legt für alle Standorte des Volkswagen Konzerns verbindliche Mindeststandards fest. ▶ Für eine bessere internationale Zusammenarbeit der Arbeitnehmervertretungen aller europäischen Audi Standorte wurde der Audi Europa Ausschuss gegründet. ▶ Im Rahmen einer freiwilligen Selbstverpflichtung hat Audi differenzierte Ziele definiert, um den Frauenanteil auf allen Ebenen zu erhöhen. ▶ Der Anteil von Mitarbeitern mit schwerer Behinderung betrug im Berichtszeitraum bei der AUDI AG 6,0 Prozent. 	Mitbestimmung und Sozialpartnerschaften Vielfalt und Chancengleichheit
Prinzip 6 keine Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung		

Umweltschutz		Verweise
Prinzip 7	Richtlinien und Systeme	
Unterstützung eines vorsorgenden Ansatzes im Umgang mit Umweltproblemen	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Bekenntnis zur Charta für eine langfristige tragfähige Entwicklung der Internationalen Handelskammer ▶ Bekenntnis zu weiteren internationalen Abkommen²⁾ ▶ Audi Umweltpolitik ▶ zertifizierte Umweltmanagementsysteme an allen Produktionsstandorten des Audi Konzerns (EMAS) 	Lieferantenbeziehungen Technologien zur Effizienzsteigerung
Prinzip 8		
Förderung von Initiativen für ein größeres Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Anforderungen des Volkswagen Konzerns zur Nachhaltigkeit in den Beziehungen zu Geschäftspartnern¹⁾ ▶ Integrierte Produktpolitik (IPP) ▶ Erstellung von Umweltbilanzen bei der Produktentwicklung 	Alternative Antriebe Regenerative Kraftstoffe
Prinzip 9	Maßnahmen und Fortschritte	
Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien	<p>standortbezogen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Definition von Zielen zur Reduzierung standort- und unternehmensbezogener Umweltbelastungen und Umsetzung entsprechender Maßnahmen ▶ Forschungsprojekt Eichenwald der gemeinnützigen Audi Stiftung für Umwelt GmbH ▶ umweltgerechte Logistikprozesse durch CO₂-neutralen Bahntransport ▶ energetische Optimierung von Gebäuden im Vertrieb und in der Verwaltung 	Umweltmanagement CO ₂ -neutrale Standorte
	<p>produktbezogen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Erweiterung von Effizienztechnologien des Modularen Effizienzbaukastens zur Senkung von Kraftstoffverbrauch und CO₂-Emissionen und sukzessiver Ausbau der Verfügbarkeit in den Audi Baureihen ▶ Erhöhung der Anzahl von Modellvarianten mit einem CO₂-Ausstoß von unter 140g/km und 120g/km ▶ Erweiterung des Hybridportfolios durch die Einführung zusätzlicher Modelle ▶ Beteiligung an Forschungsprojekten zum Ausbau der Elektromobilität ▶ Projekte zur Produktion nachhaltiger Kraftstoffe (z. B. Audi e-gas und Audi e-diesel) 	Logistik
Korruptionsbekämpfung		Verweise
Prinzip 10	Richtlinien und Systeme	
Eintreten gegen alle Arten der Korruption einschließlich Erpressung und Bestechung	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Verhaltensgrundsätze des Audi Konzerns (Code of Conduct) ▶ präventive Compliance-Organisation ▶ Integration von Compliance-Risiken in das Risikomanagement ▶ Anbindung an das Antikorruptionssystem des Volkswagen Konzerns 	Verhaltensgrundsätze und Leitlinien
	Maßnahmen und Fortschritte	
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Einführungsveranstaltungen zu Compliance für neue Mitarbeiter; im Jahr 2012 haben 3.025 Mitarbeiter der AUDI AG an Online-Trainings zum Thema Antikorruption teilgenommen. ▶ Intensivierung der internen Kommunikation durch Kampagne „Protect what you love“ ▶ Präsenzs Schulungen zu den Themenbereichen Antikorruption und Kartellrecht an den Standorten Ingolstadt und Neckarsulm ▶ Aufbau eines Reportingsystems für Tochtergesellschaften 	Compliance und Risikomanagement

¹⁾ Mit rund 99,55 Prozent des Aktienkapitals ist die Volkswagen AG der größte Anteilseigner der AUDI AG. Die Auswahl von Zulieferern von Audi und das Lieferantenmanagement finden in Zusammenarbeit mit der Volkswagen Konzernbeschaffung statt.

²⁾ Audi bekennt sich zu einer Vielzahl internationaler Abkommen.

Bescheinigung über eine unabhängige betriebswirtschaftliche Prüfung

An die AUDI Aktiengesellschaft, Ingolstadt

Wir haben auftragsgemäß eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung einer gewissen Sicherheit¹⁾ hinsichtlich der Beachtung der AccountAbility Prinzipien AA1000 sowie einzelner, durch die AUDI AG ausgewählter quantitativer Nachhaltigkeitsinformationen im Corporate Responsibility Bericht (CR-Bericht) 2012 der AUDI AG, Ingolstadt, durchgeführt.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Es liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft

- ▶ die in dem AccountAbility Principles Standard (2008) definierten Prinzipien „Inclusivity“, „Materiality“ und „Responsiveness“ (die „AA1000 AccountAbility Prinzipien“) zu beachten und
- ▶ die Nachhaltigkeitsinformationen im CR-Report 2012 in Übereinstimmung mit den in den Sustainability Reporting Guidelines Vol. 3.1 (S. 7 bis 17) der Global Reporting Initiative (GRI) genannten Kriterien zu erstellen.

Diese Verantwortung umfasst die Konzeption, Implementierung und Aufrechterhaltung von Systemen und Prozessen zur Sicherstellung der Beachtung der AccountAbility Prinzipien AA1000 und zur Erstellung des CR-Berichts 2012 unter der Verwendung von Annahmen und Schätzungen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind.

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Tätigkeit eine Beurteilung darüber abzugeben, ob uns Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Annahme veranlassen, dass in allen wesentlichen Belangen

- ▶ die von der Gesellschaft eingerichteten Systeme und Prozesse nicht dazu geeignet sind, die AccountAbility Prinzipien AA1000 „Inclusivity“, „Materiality“ und „Responsiveness“ zu beachten oder
- ▶ die ausgewählten quantitativen Nachhaltigkeitsinformationen im CR-Report 2012 nicht in Übereinstimmung mit den in den Sustainability Reporting Guidelines Vol. 3.1 (S. 7 bis 17) der Global Reporting Initiative (GRI) genannten Kriterien erstellt worden sind.

Die in unseren Auftrag einbezogenen, von der AUDI AG ausgewählten einzelnen quantitativen Nachhaltigkeitsinformationen für das Kalenderjahr 2012 befinden sich im CR-Bericht 2012 in der „Webversion 2012“ unter der URL www.audi.de/cr-report2012/webversion2012. Die von uns geprüften Kennzahlen für das Kalenderjahr 2012 sind noch einmal gesondert mit folgendem Symbol ✓ gekennzeichnet.

Darüber hinaus wurden wir beauftragt, auf Basis der Ergebnisse unserer betriebswirtschaftlichen Prüfung Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Nachhaltigkeitsmanagements und der Nachhaltigkeitsberichterstattung auszusprechen.

Wir haben unsere betriebswirtschaftliche Prüfung unter Beachtung des AA1000 Assurance Standard (AA1000AS) 2008 und unter ergänzender Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 vorgenommen.

Diese Standards erfordern, dass wir die Berufspflichten einhalten und den Auftrag unter Berücksichtigung des Grundsatzes der Wesentlichkeit so planen und durchführen, dass wir unsere Beurteilungen mit einer gewissen Sicherheit abgeben können, dem Grad an Sicherheit, der von der AUDI AG nachgefragt wurde. Wir sind unabhängig im Sinne des Abschnitts 3.2 des AA1000AS (2008).

Aufgrund unserer Fachkenntnisse und Erfahrungen in der Prüfung von nichtfinanziellen Angaben, Nachhaltigkeitsmanagement sowie sozialen und ökologischen Themen verfügen wir über die erforderlichen Kompetenzen zur Durchführung dieser betriebswirtschaftlichen Prüfung.

Bei einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer gewissen Sicherheit¹⁾ sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer hohen Sicherheit²⁾ weniger umfangreich, so dass dementsprechend eine geringere Sicherheit gewonnen wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

Im Zusammenhang mit der Beachtung der AccountAbility Prinzipien AA1000 haben wir unter anderem die folgenden Prüfungshandlungen durchgeführt:

- ▶ Befragungen des Managements
- ▶ Gewinnung eines Verständnisses über die relevanten Systeme und Prozesse und Nachvollzug der entsprechenden Dokumentation

¹⁾ „Gewisse Sicherheit (moderate assurance)“ im Sinne des AA1000AS (2008) ist gleich bedeutend mit „begrenzte Sicherheit (limited assurance)“ gemäß ISAE 3000.

²⁾ „Hohe Sicherheit (high assurance)“ im Sinne des AA1000AS (2008) ist gleich bedeutend mit „hinreichende Sicherheit (reasonable assurance)“ gemäß ISAE 3000.

- ▶ Stichprobenhaftes Einholen von Nachweisen über die Implementierung und Eignung der relevanten Systeme und Prozesse

Im Zusammenhang mit den ausgewählten Nachhaltigkeitsinformationen im CR-Bericht 2012 haben wir unter anderem die folgenden Prüfungshandlungen durchgeführt:

- ▶ Befragungen von für das Reporting von Nachhaltigkeitsinformationen zuständigen Mitarbeitern
- ▶ Aufnahme der Systeme und Prozesse zur Erfassung, Berechnung und Berichterstattung von Nachhaltigkeitsinformationen
- ▶ Funktionsprüfung der Kontrollen zur Sicherung der Datenqualität
- ▶ Analytische Beurteilung ausgewählter Nachhaltigkeitsdaten

In Abhängigkeit der ausgewählten Nachhaltigkeitsinformationen wurden verschiedene Prüfungshandlungen auf Konzern- und Werksebene durchgeführt, folgende Werke waren im Prüfungsscope: Werk Ingolstadt und Werk Neckarsulm.

Wesentliche Feststellungen und Urteile

Feststellungen hinsichtlich des AA1000 AccountAbility Prinzips „Inclusivity“:

- ▶ Die Identifizierung und Analyse wesentlicher interner und externer Stakeholdererwartungen werden durch eine umfassende und systematische Stakeholderbefragung sichergestellt.
- ▶ Die internationalen Stakeholdererwartungen werden noch nicht hinreichend berücksichtigt.

Feststellungen hinsichtlich des AA1000 AccountAbility Prinzips „Materiality“:

- ▶ Die Ergebnisse der Stakeholderbefragung werden zur Bestimmung der Wesentlichkeit von Nachhaltigkeitsthemen herangezogen.
- ▶ Die identifizierten wesentlichen Themen werden im Rahmen des CR-Reportings priorisiert dargestellt.
- ▶ Die Berücksichtigung der internationalen Produktionsstandorte und der Konzerntöchter in den Wesentlichkeitsprozess ist noch wenig entwickelt.

Feststellungen hinsichtlich des AA1000 AccountAbility Prinzips „Responsiveness“:

- ▶ Die AUDI AG verfügt über Verfahren zur Reaktion auf für Stakeholder wichtige Nachhaltigkeitsthemen.
- ▶ Die AUDI AG verfügt über kein konzernweit einheitliches Verfahren zur standardisierten Reaktion auf Stakeholderanfragen.

Auf der Grundlage unserer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer gewissen Sicherheit sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die von der Gesellschaft eingerichteten Systeme und Prozesse nicht dazu geeignet sind, die AccountAbility Prinzipien AA1000 „Inclusivity“, „Materiality“ und „Responsiveness“ in allen wesentlichen Belangen zu beachten.

Weiterhin sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die ausgewählten quantitativen Nachhaltigkeitsinformationen im CR-Bericht 2012 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den in den Sustainability Reporting Guidelines Vol. 3.1 (S. 7 bis 17) der Global Reporting Initiative (GRI) genannten Kriterien erstellt worden sind.

Empfehlungen

Ohne die oben dargestellten Urteile unserer Prüfung einzuschränken, sprechen wir folgende Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Stakeholder Managements, Nachhaltigkeitsmanagements und der Nachhaltigkeitsberichterstattung aus:

Empfehlungen zum Stakeholder Management:

- ▶ Das Stakeholder Management sollte unternehmensweit weiter systematisiert und standardisiert werden.
- ▶ Es sollte ein verbindlicher Ordnungsrahmen, z. B. in Form einer Richtlinie, etabliert werden.
- ▶ Das Stakeholder Management sollte internationale Stakeholderanforderungen stärker berücksichtigen.

Darüber hinaus empfehlen wir:

- ▶ Die weitere Systematisierung wesentlicher Aspekte des Nachhaltigkeitsmanagements über internationale Produktionsstandorte und Tochtergesellschaften voranzutreiben.
- ▶ Die verstärkte Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in die bestehenden Steuerungs- und Überwachungssysteme.
- ▶ Die systematische Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in die Kernprozesse des Unternehmens.
- ▶ Die Automatisierung der Datenkonsolidierung, z. B. durch die Nutzung eines übergeordneten IT-Systems zum Reporting von Nachhaltigkeitsdaten.

München, den 8. April 2013

PricewaterhouseCoopers

Aktiengesellschaft | Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Klaus Schuster
Wirtschaftsprüfer

Michael Werner

#014

Verhaltensgrundsätze und Leitlinien

Der Audi Code of Conduct legt die Verhaltensregeln aller Audi Mitarbeiter fest. Er orientiert sich an unserem Selbstverständnis und wird ergänzt durch internationale Konventionen.

Die Verhaltensgrundsätze des Audi Konzerns legen die wesentlichen Grundprinzipien fest, nach denen sich alle Audi Mitarbeiter und Organmitglieder in ihrer täglichen Arbeit richten sollen. Sie bringen zum Ausdruck, welches Selbstverständnis und welche verbindlichen Regelungen unserem Handeln zugrunde liegen. Mutig, leidenschaftlich, menschlich und fair, verantwortungsvoll, erfolgsorientiert – an diesen im Audi Selbstverständnis beschriebenen Eigenschaften orientieren wir uns. Neben Gesetzen, internen Regeln und ethischen Standards sind sie die Grundlage für den Audi Code of Conduct. Er umfasst Regeln zur Vermeidung von Interessenkonflikten und Korruption, zum Umgang mit Geschäftspartnern und Informationen, zum Arbeits- und Gesundheitsschutz, zum Schutz der Umwelt sowie zum Schutz und zur ordnungsgemäßen Verwendung des Eigentums des Audi Konzerns. Um die Umsetzung des Code of Conduct sicherzustellen, werden neben Themenbroschüren auch Präsenzs Schulungen und computergestützte Trainings angeboten. Im Jahr 2012 erfolgte eine unternehmensweite Informationskampagne zu den Themen Corporate Governance, Risikomanagement und Compliance.

Internationale Konventionen

Neben den Gesetzen und Bestimmungen einzelner Staaten existieren eine Reihe von Abkommen und Empfehlungen internationaler Organisationen. Sie sind primär an deren Mitgliedsstaaten adressiert, nicht unmittelbar an einzelne Unternehmen. Für das Verhalten eines international tätigen Konzerns und seiner Mitarbeiter stellen sie jedoch bedeutsame Leitlinien dar. Audi legt daher weltweit großen Wert auf die Übereinstimmung seines unternehmerischen Handelns mit internationalen Konventionen. In der Übersicht weiter unten sind die für Audi wichtigsten Abkommen dieser Art aufgeführt. Als Teil des Volkswagen Konzerns bekennen wir uns zudem mit der „Erklärung zu den sozialen Rechten und den industriellen Beziehungen bei Volkswagen“ (Volkswagen Sozialcharta) und der „Volkswagen Charta der Arbeitsbeziehungen“ zu weltweit geltenden sozialen Rechten und Prinzipien.

Internationale Konventionen mit Relevanz für das Handeln des Audi Konzerns

- ▶ *Allgemeine Erklärung der Menschenrechte aus dem Jahr 1948 (UNO) und Europäische Konvention zum Schutze der Menschenrechte und Grundfreiheiten, 1950*
- ▶ *Internationaler Pakt über wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte, 1966*
- ▶ *Internationaler Pakt über bürgerliche und politische Rechte, 1966*
- ▶ *Dreigliedrige Grundsatzerklärung der ILO (International Labour Organization) über multinationale Unternehmen und Sozialpolitik, 1977, und ILO-Erklärung über grundlegende Prinzipien und Rechte bei der Arbeit, 1998 (vor allem mit folgenden Themen: Verbot von Kinderarbeit, Abschaffung von Zwangsarbeit, Diskriminierungsverbot, Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen)*
- ▶ *OECD-Übereinkommen über die Bekämpfung der Bestechung ausländischer Amtsträger im internationalen Geschäftsverkehr, 1997*
- ▶ *„Agenda 21“ zur nachhaltigen Entwicklung (Abschlussdokument der grundlegenden UN-Konferenz für Umwelt und Entwicklung, Rio de Janeiro, 1992)*
- ▶ *Prinzipien des Global Compact für eine sozialere und ökologischere Globalisierung, 1999*
- ▶ *OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen, 2000*

Mitgliedschaften und Partnerschaften

Als Mitglied verschiedener Organisationen institutionalisiert Audi den Austausch mit Anspruchsgruppen. Die Zusammenarbeit in diesen Netzwerken ermöglicht es uns, geschäftsbezogenen und gesellschaftlichen Herausforderungen wirkungsvoll zu begegnen.

Folgende Mitgliedschaften und Partnerschaften von Audi stehen exemplarisch für unseren Austausch mit Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Gesellschaft:

- ▶ Berufliche Qualifizierung und dauerhafte Integration bildungsferner Gruppen e.V., Heilbronn; Lernende Region Heilbronn-Franken e.V., Heilbronn
- ▶ Bürgerinitiative Pro Region Heilbronn-Franken e.V., Heilbronn
- ▶ Bürgerstiftung Ingolstadt
- ▶ co2ncept plus – Verband der Wirtschaft für Emissionshandel und Klimaschutz e.V., München
- ▶ Deutsche Gesellschaft für Arbeitsmedizin und Umweltmedizin e.V. (DGAUM), Lübeck
- ▶ Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen e.V. (DGNB), Stuttgart
- ▶ Deutsche Gesellschaft für Personalführung e.V. (DGFP), Düsseldorf
- ▶ Deutsche Verkehrswacht e.V., Bonn
- ▶ Deutscher Verkehrssicherheitsrat e.V. (DVR), Bonn
- ▶ Deutsches Verkehrsforum, Berlin
- ▶ Europäische Forschungsvereinigung für Umwelt und Gesundheit im Transportsektor e.V. (EUGT), Berlin
- ▶ Europäische Metropolregion München e.V., München
- ▶ European Women's Management Development Network (EWMD), Wiesbaden
- ▶ Initiative Regionalmanagement Region Ingolstadt e.V., Ingolstadt
- ▶ Nationale Plattform Elektromobilität
- ▶ Pakt Zukunft Heilbronn-Franken gGmbH, Heilbronn
- ▶ Solar- und Energie-Initiative Heilbronn e.V., Neckarsulm
- ▶ Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft, Essen
- ▶ Stiftung „Jugend forscht“ e.V., Hamburg
- ▶ Südwestmetall, Verband der Metall- und Elektroindustrie Baden-Württemberg e.V.
- ▶ Umweltpakt Bayern
- ▶ UN Global Compact
- ▶ VDA Verband der Automobilindustrie e.V., Berlin
- ▶ Verband Sozialer Wettbewerb e.V., Berlin
- ▶ World Economic Forum, Genf

Daten / Auszeichnungen

Auszeichnungen

Im Berichtszeitraum erhielt Audi verschiedene Auszeichnungen, die in Verbindung mit unserem nachhaltigen und verantwortungsvollen Unternehmenshandeln stehen.

Wirtschaften

„Corporate Responsibility Prime Status“ für Nachhaltigkeitsleistung der AUDI AG

Bewertung des Engagements in Bezug auf Sozial- und Umweltverträglichkeit im Rahmen des oekom research Ratings im Oktober 2012. Die oekom research AG gehört zu den renommiertesten Ratingagenturen im nachhaltigen Anlagesegment (oekom Industry Report Automobile, München, Januar 2013).

Rupert Stadler ist „CEO des Jahres“

Auszeichnung der WirtschaftsWoche auf Basis des CEO-Rankings des Finanzresearch-Unternehmens Obermatt, bei dem die Bilanzen der Jahre 2010 und 2011 der 115 größten, börsennotierten deutschen Unternehmen untersucht wurden (vgl. ▶ [WirtschaftsWoche](#)).

Angesehenstes Unternehmen Deutschlands

Bei der Studie „Imageprofile 2012“ der Zeitschrift manager magazin erreichte Audi den ersten Platz. Befragt wurden 4.050 Vorstände und Manager. Die Umfrage wird alle zwei Jahre durchgeführt (vgl. ▶ [manager magazin](#)).

Produkt

Umwelt

Gute CO₂-Bilanz

Laut einer Studie des Center of Automotive Management (CAM) ist Audi mit einem CO₂-Ausstoß von 144,5 g/km die Marke mit der besten CO₂-Bilanz unter den deutschen Premiumherstellern (Center of Automotive Management (CAM), Innovationen in der Antriebstechnologie, 12.10.2012, S. 16).

Elektromobilität

Prämierung für markenübergreifende Ladeschnittstelle

Für eine universelle kabelgebundene Lademöglichkeit hat Audi zusammen mit anderen Herstellern den „eCarTec Award – Bayerischer Staatspreis für Elektromobilität“ in der Kategorie „Energie, Infrastruktur, Anschlusstechnik“ gewonnen (vgl. ▶ [eCarTec](#)).

Qualität

„Goldenes Lenkrad“ für den Audi A3

Erster Platz in der Kategorie Kompaktwagen beim Wettbewerb der BILD am SONNTAG und der europäischen AUTO BILD-Gruppe (AUTO BILD, 46/2012, S. 54 ff.).

Erstplatzierungen bei ADAC Pannenstatistik 2012

Die Modelle Audi A5 und A6 wurden in den Kategorien Mittelklasse bzw. obere Mittelklasse als Gewinner gekürt. Untersucht wurden 92 Modellreihen mit Automodellen der letzten sechs Jahre (vgl. ▶ [Exite Motor](#)).

Gewinner beim DEKRA Gebrauchtwagenreport 2012

Erster Platz für das Modell Audi A4 in der Kategorie „Bester aller Klassen“ mit den wenigsten Mängeln in allen Laufleistungsklassen (vgl. ▶ [DEKRA](#)).

Fahrzeugsicherheit

Auszeichnungen des Euro NCAP

Das Konsortium des „European New Car Assessment Programme“ (Euro NCAP) zeichnete den Audi A3 im Jahr 2012 mehrfach aus: „Reward 2012“ für das Sicherheitssystem Audi pre sense front plus, Höchstnote von fünf Sternen für die passive Crash-Sicherheit sowie vier Mal die Auszeichnung „Euro NCAP advanced“ für die Fahrerassistenzsysteme Audi pre sense basic, Audi pre sense front, den Bremssassistenten Folgekollision sowie Audi active lane assist (vgl. ▶ [Euro NCAP](#)).

Bestnoten beim U.S. NCAP

Höchstwertung mit fünf Sternen beim amerikanischen New Car Assessment Program (NCAP) für die Modelle Audi A4 und S4. Die National Highway Traffic Safety Administration (NHTSA) untersucht das Verhalten bei Front- und Seitencrashes sowie die Überschlagsicherheit (vgl. ▶ [safecar.gov A4](#) und ▶ [safecar.gov S4](#)).

Kundenzufriedenheit

Beste Großkundenbetreuung

Das Fachmagazin Autoflotte hat Audi bei den Flotten-Awards 2012 für die beste Großkundenbetreuung unter den Flottendienstleistern ausgezeichnet. Außerdem wurden die Modelle Audi A1, A4, A6 und A8 zu den beliebtesten Dienstwagen ihrer jeweiligen Klasse gewählt (vgl. ▶ [Autoflotte](#)).

Topmarke bei Kundenzufriedenheit

Laut des US-amerikanischen „Total Quality Index™“ (TQI) ist Audi 2012 mit 918 von 1.000 möglichen Punkten die Topmarke in der Automobilsparte. Der Award wird jährlich auf Basis einer Kundenzufriedenheitsstudie des US-Marktforschungsinstituts Strategic Vision vergeben (vgl. ▶ [Strategic Vision](#)).

Zweiter Platz beim ADAC „Auto MarxX 2012“

Der Index misst die Leistungs- und Marktstärke von Automarken und wird halbjährlich vom größten deutschen Automobilclub erhoben. Audi verbesserte sich gegenüber dem letzten Index in den Bereichen „Marktstärke“, „Kundenzufriedenheit“ und „Sicherheit“ (vgl. ▶ [ADAC](#)).

Umwelt

Nachhaltigkeitspreis Logistik 2012

Auszeichnung der Bundesvereinigung Logistik Österreich und der Bundesvereinigung Logistik Deutschland für das ressourcenschonende und teilweise bereits CO₂-freie Transportkonzept von Audi (vgl. ▶ [BVL](#)).

UN-Auszeichnung für die Audi Stiftung für Umwelt

Im Namen der Geschäftsstelle der UN-Dekade Biologische Vielfalt wurde das Umweltzentrum „Klassenzimmer Natur“ Breitengrößbach als offizielles Projekt ausgezeichnet. Damit ehrt sie die Audi Stiftung für Umwelt und ihre Partner für ihren vorbildlichen Einsatz für die biologische Vielfalt (vgl. ▶ [UN-Dekade](#)).

Mitarbeiter

Arbeitgeberattraktivität

Toparbeitgeber bei Studenten und Absolventen

Im Rahmen der Attraktivitätsbefragungen der Beratungsinstitute trendence und Universum im Jahr 2012 wurde Audi als beliebtester Arbeitgeber für examensnahe Studierende der Wirtschafts- und Ingenieurwissenschaften in Deutschland jeweils auf den ersten Platz gewählt („trendence Graduate Barometer 2012 – Business und Engineering Edition“, 20.4.2012; „The Universum German Student Survey 2012“, 30.4.2012).

Zweitbeliebtestes Unternehmen bei Young Professionals

In der von Universum durchgeführten Studie „The German Professional Survey 2012“ erreichte die AUDI AG bei berufserfahrenen Ingenieuren und Wirtschaftswissenschaftlern den zweiten Platz (vgl. ▶ [Universum](#)).

Attraktivster Arbeitgeber in Ungarn

In einer Umfrage der Unternehmensberatung Aon Hewitt und der internationalen Studentenorganisation AIESEC unter Berufseinsteigern und Berufserfahrenen wurde die AUDI HUNGARIA MOTOR Kft. zum attraktivsten Arbeitgeber des Landes gewählt (vgl. ▶ [Balaton Zeitung](#)).

Ideenmanagement

DeutscherIdeenPreis 2012

Auszeichnung des Deutschen Instituts für Betriebswirtschaft (DIB) für das Ideen-Programm der AUDI AG in der Kategorie Automobilbranche. Das DIB prämiiert seit den 1980er Jahren Unternehmen für ihre Erfolge im Ideenmanagement und im betrieblichen Vorschlagswesen (vgl. ▶ [DeutscherIdeenPreis](#)).

Chancengleichheit

Preis für Integrationsprojekt

Auszeichnung ComToAct-Award 2011 in der Kategorie Großunternehmen für das Projekt „LGW Koordinationsteam I/PI-4“ zum systematischen Leistungsmanagement und Einsatz von leistungsgewandelten Mitarbeitern. Der Preis wurde vom Center for Disability and Integration der Universität St. Gallen verliehen (vgl. ▶ [Universität St. Gallen](#)).

Verbrauchs- und Emissionsangaben

Stand: März 2013 (Alle Angaben basieren auf den Merkmalen des deutschen Marktes.)

Modell	Kraftstoffverbrauch kombiniert (l/100 km)	CO ₂ -Emission kombiniert (g/km)
A1	5,9-3,8	139-99
A1 Sportback	5,9-3,8	139-99
A3	6,6-3,8	152-99
A3 Sportback	5,6-3,8	130-99
A3 Cabriolet	7,4-4,3	171-114
Q3	7,7-5,2	179-137
TT Coupé	7,2-5,3	169-139
TT Roadster	7,4-5,5	172-144
TTS Coupé	7,9-7,7	184-179
TTS Roadster	8,1-7,9	189-184
TTRS Coupé	9,0-8,5	209-197
TTRS Roadster	9,1-8,6	212-199
A4 Limousine	9,4-4,3	190-112
A4 Avant	9,5-4,4	197-116
A4 allroad quattro	7,3-5,8	170-152
S4 Limousine	8,1 (innerorts 10,7/außerorts 6,6)	190
S4 Avant	8,4 (innerorts 11,1/außerorts 6,8)	197
RS 4 Avant	10,7 (innerorts 14,6/außerorts 8,5)	249
A5 Sportback	8,1-4,5	190-119
A5 Coupé	8,1-4,6	190-120
A5 Cabriolet	8,5-4,7	199-124
S5 Sportback	8,1 (innerorts 10,7/außerorts 6,6)	190
S5 Coupé	8,1 (innerorts 10,7/außerorts 6,6)	190
S5 Cabriolet	8,5 (innerorts 11,2/außerorts 6,9)	199
RS 5 Coupé	10,5 (innerorts 14,6/außerorts 8,5)	246
RS 5 Cabriolet	10,7 (innerorts 14,6/außerorts 8,5)	249
Q5	8,5-5,3	199-139
Q5 hybrid	6,9 (innerorts 6,6/außerorts 7,1)	159
SQ5 TDI	6,8 (innerorts 7,6/außerorts 6,4)	179
A6 Limousine	8,2-4,9	190-129
A6 hybrid	6,2	145
A6 Avant	8,2-5,0	190-132
A6 allroad quattro	8,9-6,1	206-159
S6 Limousine	9,6 (innerorts 13,4/außerorts 7,5)	225
S6 Avant	9,7 (innerorts 13,4/außerorts 7,5)	226
RS 6 Avant	9,8 (innerorts 13,9/außerorts 7,5)	229
A7 Sportback	8,2-5,1	190-135
S7 Sportback	9,6 (innerorts 13,4/außerorts 7,5)	225
Q7	10,7-7,2	249-189
A8	9,4-6,0	219-158
A8 hybrid	6,3 (innerorts 6,4/außerorts 6,2)	147
S8	10,1 (innerorts 14,4/außerorts 7,6)	235
A8 L	9,5-6,4	221-149
A8 L hybrid	6,4 (innerorts 6,9/außerorts 6,2)	149
A8 L W12	11,9 (innerorts 16,6/außerorts 9,1)	277
R8 Coupé	14,9-12,4	346-289
R8 Spyder	14,9-12,6	349-294
Lamborghini Gallardo	14,7-13,3	351-315
Lamborghini Gallardo Spyder	14,8-13,6	354-327
Lamborghini Aventador	16,0 (innerorts 24,7/außerorts 10,7)	370
Lamborghini Aventador Roadster	16,0 (innerorts 24,7/außerorts 10,7)	370

A3 1.4 TFSI 90 kW (6-Gang)

Kraftstoffverbrauch: innerorts: 6,5 l/100 km; außerorts: 4,4 l/100 km; kombiniert: 5,2 l/100 km; CO₂-Emissionen: 120 g/km; Energieeffizienzklasse B

A3 1.4 TFSI 90 kW (S-tronic, 7-Gang)

Kraftstoffverbrauch: innerorts: 6,1 l/100 km; außerorts: 4,2 l/100 km; kombiniert: 4,9 l/100 km; CO₂-Emissionen: 114 g/km; Energieeffizienzklasse B

A3 1.4 TFSI 103 kW (6-Gang)

Kraftstoffverbrauch: innerorts: 5,8 l/100 km; außerorts: 4,1 l/100 km; kombiniert: 4,7 l/100 km; CO₂-Emissionen: 109 g/km; Energieeffizienzklasse B

A4 3.0 TDI clean diesel quattro (S-tronic, 7-Gang)

Kraftstoffverbrauch: innerorts: 6,8 l/100 km; außerorts: 5,0 l/100 km; kombiniert: 5,7 l/100 km; CO₂-Emissionen: 149 g/km; Energieeffizienzklasse B

Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem „Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch und die CO₂-Emissionen neuer Personenkraftwagen“ entnommen werden, der an allen Verkaufsstellen und bei der DAT Deutsche Automobil Treuhand GmbH, Hellmuth-Hirth-Straße 1, D-73760 Ostfildern-Scharnhausen, unentgeltlich erhältlich ist.