



Prof. Rupert Stadler



Axel Strotbek

Reden

Jahrespressekonferenz

3. März 2016 | AUDI AG, Ingolstadt



Prof. Rupert Stadler
Vorsitzender des Vorstands der AUDI AG

Rede zur Jahrespressekonferenz
3. März 2016

Rückblick

-Es gilt das gesprochene Wort-

Meine Damen und Herren,
ein herzliches Willkommen von meinen Vorstandskollegen und mir!

Viele von Ihnen habe ich vorgestern in Genf getroffen. Dort haben wir den neuen Audi Q2** vorgestellt. Sie sehen den Star von Genf hier neben uns. Der Q2 ist „made in Ingolstadt“. Mit ihm steigen wir in ein neues Markt-Segment ein und eröffnen unseren Kunden einen neuen Einstieg in die Welt der SUV. Noch verhüllt ist eine weitere Audi-Neuheit. Welche? Dieses Geheimnis lüften wir in etwa einer halben Stunde.

Ein zentrales Thema für mich ist heute Audi 2025. Da lohnt sich auch mal ein kurzer Blick in den Rückspiegel: Wir verkaufen heute doppelt so viele Automobile wie 2006. Unseren Absatz in China haben wir seither sogar versiebenfacht. Und an jedem unserer Produkte ist abzulesen: Wir erhöhen jedes Jahr unser Innovationstempo.

Lassen Sie uns das Geschäftsjahr 2015 reflektieren. Zum Rückblick gehört in diesem Jahr auch unser Situationsbericht in der Diesellaffäre. Unmissverständlich sage ich an dieser Stelle: Wir bedauern, was passiert ist. Wir sorgen für volle Transparenz. Und wir versichern: Wir bringen das in Ordnung! Sofort nach Bekanntwerden des Themas bei Volkswagen haben wir uns bei Audi drei Dinge vorgenommen: Rückhaltlos im ganzen Unternehmen aufklären. Bei den Kunden für Abhilfe sorgen. Und für den weiteren Weg in die Zukunft sicherstellen, dass Aufrichtigkeit oberstes Geschäftsprinzip ist.

Ein Urvater der Automobil-Produktion hat einmal gesagt: „Don't find fault, find a remedy.“ Wir tun beides: Aufklären und für Lösungen sorgen. Die Ergebnisse der konzernweiten Aufklärung wird Matthias Müller im April erläutern. Ich bitte um Verständnis, dass wir uns heute auf die technischen Lösungen konzentrieren. Diese hat der Volkswagen-Konzern den Behörden vorgelegt. Sobald das Kraftfahrt-Bundesamt seine Freigabe erteilt hat, beginnen wir zeitnah mit dem Rückruf des 2.0-TDI-Motor im Audi A4. Circa 90 Prozent aller betroffenen Modelle sind 4-Zylinder 2.0-TDI-Motoren. Bei ihnen spielen wir ein Software-Update auf. Bei den übrigen circa 10 Prozent handelt es sich um 1.6-TDI-Motoren. Bei ihnen schaffen wir Abhilfe per Soft- und Hardware. Konkret bauen wir einen Strömungsgleichrichter ein. Für die Kunden bedeutet das einen kurzen Werkstattaufenthalt von weniger als einer Stunde. Der Rückruf der betroffenen Modelle wird uns in Europa voraussichtlich bis Ende des Jahres beschäftigen.

Jahrespressekonferenz | 3. März 2016 | AUDI AG, Ingolstadt

* Die gesammelten Verbrauchswerte aller genannten und für den deutschen Markt erhältlichen Modelle entnehmen Sie der Auflistung am Ende dieser Reden.

** Diese Automobile werden noch nicht zum Kauf angeboten. Sie besitzen noch keine Gesamtbetriebserlaubnis und unterliegen daher nicht der Richtlinie 1999/94/EG.



Kommen wir zum von Audi selbst entwickelten 3.0-TDI-V6-Motor: In Europa entspricht der Motor den Zulassungsbedingungen. Für Nordamerika haben wir den Behörden CARB und EPA eine technische Lösung vorgestellt. Diese befindet sich derzeit bei den US-Behörden in Prüfung. Für die technischen Maßnahmen rechnen wir in Summe mit einem mittleren zweistelligen Millionenbetrag.

Vor zwei Wochen waren einige meiner Vorstandskollegen und ich in den USA. In Austin haben wir das Team von Audi of America und Audi-Händler getroffen. 40 amerikanische Städte waren zugeschaltet: fast 300 Händler, insgesamt rund 11.000 Mitarbeiter. Ich kann Ihnen sagen: Unsere US-Kollegen und unsere Händler stehen voll hinter unserer Marke. Sie machen einen richtig guten Job. Sie alle geben Tag für Tag hundert Prozent. Seit 2008 haben allein die US-Händler mehr als eine Milliarde US-Dollar in unsere Marke investiert. Sie planen bis 2020 erneut Investitionen in ähnlicher Größenordnung und blicken voller Zuversicht in die Zukunft. Das liegt an den vielen Modellen, die wir gerade in den Markt bringen. Und unsere US-Händler sind überzeugt von unserer Strategie.

Auch unsere amerikanischen Kunden sind überzeugt von unseren Produkten: Für sie ist Audi die beste Automarke 2016. Das ist das Ergebnis der neuesten „Consumer Reports“. Eine Dreiviertelmillion Autofahrer hat ihr Urteil abgegeben. Platz eins für ausnahmslos alle Audi-Modelle in den Kategorien Kundenzufriedenheit, Zuverlässigkeit, Straßentest und Sicherheit. Hier zahlt sich unsere jahrelange Qualitätsarbeit aus. Dieses Top-Ranking ist vor allem das Verdienst vieler Mitarbeiter, denen unsere hohen Qualitätsansprüche eine persönliche Herzensangelegenheit sind.

Gerade jetzt rücken wir auf dem amerikanischen Kontinent noch näher an unsere Kunden. Im Oktober haben wir unsere Produktion in Brasilien aufgenommen. Dort startet nach der A3 Limousine* jetzt im März die Fertigung des Audi Q3. Curitiba ist unser 16. Fertigungsstandort. In der zweiten Jahreshälfte eröffnen wir eine neue Audi-Fabrik in Mexiko. Ein wichtiger Baustein in unserer Wachstumsstrategie für Nordamerika. Dazu später mehr.

2015 war ein Jahr mit vielfältigen Herausforderungen für uns, trotz aller Widrigkeiten – politischen Krisenherden in Russland und Brasilien, Währungsturbulenzen und volkswirtschaftlichen Ups and Downs in China. Wir haben das Jahr gut gemeistert! Wir schließen 2015 ab mit einem neuen Auslieferungsrekord für Audi: 1,8 Millionen verkaufte Automobile weltweit – das sind 300.000 Einheiten mehr, als wir uns in unserer Strategie für 2015 vorgenommen hatten; ein Absatzwachstum in mehr als 60 Märkten; 72 Rekordmonate in Folge. Und wir sehen auch neue Bestmarken beim Absatz unserer italienischen Marken Lamborghini und Ducati.

Für das abgelaufene Jahr weisen wir in unserer Gewinn- und Verlustrechnung das Ergebnis vor und nach Sondereffekten aus. Damit lässt sich die Ertragskraft unseres Konzerns absolut transparent bewerten. So haben wir 2015 ein Operatives Ergebnis auf Vorjahresniveau erzielt – es beträgt 5,1 Milliarden Euro. Nach Abzug der Sondereffekte liegt es bei 4,8 Milliarden Euro. Und: Wir investieren auch weiter in die Zukunft. Mein Kollege Axel Strotbek erläutert Ihnen im Anschluss die Finanzzahlen im Detail.

Meine Damen und Herren,
schauen wir uns vorher die großen Absatzregionen von Audi an: In den USA zahlen sich die Investitionen in unsere Marke und unsere nachhaltige Wachstumsstrategie jetzt aus. Wir sind 2015 doppelt so schnell gewachsen wie der Markt. Unser US-Absatz steigt 2015 um 11 Prozent auf exakt 202.202 Autos.

* Die gesammelten Verbrauchswerte aller genannten und für den deutschen Markt erhältlichen Modelle entnehmen Sie der Auflistung am Ende dieser Reden.

** Diese Automobile werden noch nicht zum Kauf angeboten. Sie besitzen noch keine Gesamtbetriebserlaubnis und unterliegen daher nicht der Richtlinie 1999/94/EG.



Damit überschreiten wir erstmals die Marke von 200.000 Auslieferungen. Innerhalb von fünf Jahren haben wir unseren Absatz in den USA verdoppelt. Zum Wachstum tragen in den USA vor allem der Audi Q5, der Audi Q3 und der Audi A3 bei. Die A3 Limousine* etabliert sich vom Start weg als beliebteste Kompaktlimousine im US-Premiummarkt.

In Europa bestätigen wir unsere Position als Premium-Marktführer. Wir verzeichnen ein Plus von fast 5 Prozent auf knapp 800.000 Autos. Stark unterwegs sind wir im Heimatmarkt Deutschland: Auch hierzulande sind wir die Nummer eins. In Frankreich legen wir um gut 5 Prozent zu. In Italien und Spanien wachsen wir sogar zweistellig. Audi UK trägt mit mehr als 166.000 Auslieferungen signifikant zum Absatzergebnis in Europa bei. Jeder fünfte Audi in Europa geht nach Großbritannien. Auftrieb geben uns in Europa vor allem unsere Oberklasse-Modelle: Der Audi A6 fährt ein Plus von 10 Prozent ein – auf fast 100.000 verkaufte Automobile. Damit ist der A6 die Nummer eins in seinem Segment. Mehr als 27.000 Audi Q7 haben wir 2015 in Europa ausgeliefert. Das neue Modell legt einen tollen Start hin.

Neben Europa sind wir 2015 auch in China die unangefochtene Nummer eins im Premiumsegment. Mit mehr als 570.000 ausgelieferten Automobilen erleben wir dort weiterhin ein sehr hohes Absatzniveau. Sicher: 2015 war mit seiner Volatilität ein besonderes Jahr für die Wirtschaft in China. Eine Reihe von Kursschwankungen an den Börsen und Unsicherheiten am Immobilienmarkt machten den Menschen dort zu schaffen. Und der Gesamt-Automobilmarkt war während einiger Monate rückläufig. Doch Ende des vergangenen Jahres hat sich der chinesische Automobil-Markt wieder deutlich stabilisiert. Als Marktführer haben wir entschieden, 2015 bewusst als Konsolidierungsjahr zu fahren. Das heißt: weiter Fokus auf Kundenzufriedenheit und Profitabilität. Unser chinesisches Produkt-Portfolio steht vor einem breit angelegten Generationswechsel. Bis zum Sommer 2016 erneuern wir Modelle, die für 60 Prozent unseres Absatzes im Markt stehen. Summa summarum: China ist und bleibt langfristig ein sehr solider Wachstumsmarkt – mit jeder Menge Potenzial für die Marke Audi.

Meine Damen und Herren,
im vergangenen Jahr haben wir zwölf Audi-Modelle – neu oder überarbeitet – auf den Markt gebracht. Allen voran den Audi A4 und den Audi Q7. Beide sind für uns entscheidende Wachstumsgaranten. Mit der neunten Generation des A4 und der zweiten Generation des Q7 setzen wir Standards. Beide Automobile punkten mit innovativen Lösungen auf allen Technikfeldern: beim Leichtbau, beim Antrieb und beim Fahrwerk, beim Infotainment und bei den Assistenzsystemen. Der Audi Q7 ist Beleg dafür: SUV liegen im Trend. Dabei ist Audi 2015 die beliebteste SUV-Marke im Premium-Segment.

Der A4 ist der meistverkaufte Audi aller Zeiten: Seit dem ersten Audi 80 von 1972 haben wir in dieser Baureihe mehr als zwölf Millionen Automobile produziert. Und diese Erfolgsgeschichte geht weiter. Für den neuen Audi A4 liegen bereits mehr als 120.000 Bestellungen vor. Unser Erfolgsmodell fährt auch viele Preise ein: das Goldene Lenkrad zum Beispiel oder die Auszeichnung „Auto des Jahres 2016“ des britischen Magazins „What Car?“ als bestes Automobil aller Klassen. Nach ihrer Markteinführung 2015 in Europa kommen Audi A4 und Audi Q7 in diesem Jahr in vielen internationalen Märkten an. Das wird für weiteren Schub sorgen.

Für jede Menge Schubkraft sind auch die Supersportwagen aus Sant’Agata Bolognese bekannt. Lamborghini hat 2015 ein Rekordjahr hingelegt – das fünfte in Folge. Zum ersten Mal hat unsere italienische Tochter bei den Auslieferungen die 3.000er-Marke überschritten: ein sattes Plus von 28 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Lamborghini Huracán* hat großen Anteil am Erfolg.

Jahrespressekonferenz | 3. März 2016 | AUDI AG, Ingolstadt

* Die gesammelten Verbrauchswerte aller genannten und für den deutschen Markt erhältlichen Modelle entnehmen Sie der Auflistung am Ende dieser Reden.

** Diese Automobile werden noch nicht zum Kauf angeboten. Sie besitzen noch keine Gesamtbetriebserlaubnis und unterliegen daher nicht der Richtlinie 1999/94/EG.



2014 war seine Markteinführung, 2015 sein erstes volles Jahr. Mehr als 2.200 Fans hat er 2015 für sich gewonnen. Das zweite Modell aus Sant'Agata ist der Aventador* – ihn gibt es als Coupé und Roadster. Im vergangenen Jahr haben wir ihn mehr als 1.000 Mal ausgeliefert. Die Marke ist im Aufwind, der Stier ist kräftiger denn je. Daran hat auch Stephan Winkelmann großen Anteil. Lamborghini hat in den vergangenen fünf Jahren rund 500 unbefristete Arbeitsplätze geschaffen. Der Absatz der Marke hat sich seit 2005 verdoppelt. In Genf hat Stephan Winkelmann symbolisch das Lenkrad an Stefano Domenicali übergeben: Willkommen an Bord bei Lamborghini! Stephan Winkelmann übernimmt ab 15. März das Steuer der quattro GmbH in Neckarsulm. Ihm sagen wir Danke für sein Engagement und seine Leidenschaft.

Danke sagen wir auch unserem Leiter der quattro GmbH, Heinz Hollerweger, der in den Ruhestand geht. Er hat maßgeblich zum Erfolg dieser Tochter beigetragen. Im vergangenen Jahr hat er die Verkaufszahlen unserer Audi Sport-Modelle um 13 Prozent auf mehr als 17.000 Einheiten gesteigert und den Gewinn um 20 Prozent. Zudem gehört Heinz Hollerweger zu den Impulsgebern für unseren Weg in die Elektromobilität.

Claudio Domenicali sorgt mit unserer zweiten italienischen Tochter, Ducati, 2015 ebenfalls für einen Absatzrekord. Die Kollegen aus Bologna haben bei den Auslieferungen zum ersten Mal die Marke von 50.000 Motorrädern geknackt – und zwar deutlich: fast 55.000 ausgelieferte Ducati. Das sind rund 10.000 Motorräder mehr als 2014 – ein Plus von 21,5 Prozent. Ducati ist 2015 deutlich schneller gewachsen als der Gesamtmarkt und etabliert sich weiter als Top-Premiumanbieter. 2015 haben wir unseren Marktanteil bei den Motorrädern oberhalb 500 Kubikzentimeter auf 5,4 Prozent gesteigert. Das ist ein ganzer Prozentpunkt mehr Marktanteil als noch vor einem Jahr. Wesentlichen Anteil an diesem Erfolg hat die neue Ducati Scrambler: mehr als 16.000 neue Besitzer gleich im ersten Jahr. Damit hat es die Scrambler auf Anhieb in die Liste der „Top Ten world's best-selling bikes“ geschafft. Neben der Scrambler begeistern weitere Ducati-Modelle ihre Fans, so etwa die neue Multistrada 1200 und die neue Monster 821, gefolgt von den Modellen 1299 Panigale, 899 Panigale und Diavel. Mehr als 700 Ducati-Händler in 90 Ländern haben Anteil am Erfolg von „La Rossa di Borgo Panigale“. Ebenso wie die weltweit 1.500 Mitarbeiter.

Meine Damen und Herren,
rund 85.000 Menschen arbeiten heute in aller Welt für den Audi-Konzern – und damit Tag für Tag für unsere ambitionierten Ziele. 2015 haben wir rund 7.500 Mitarbeiter neu an Bord geholt: vor allem bei Audi México und bei der AUDI AG. Allein in Deutschland haben wir mehr als 4.000 Menschen eingestellt, davon rund 1.600 Experten mit Kompetenzen zu Digitalisierung und E-Mobilität. Bevor ich an Herrn Strotbek übergebe, ist es mir wichtig, an dieser Stelle Danke zu sagen – allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an allen Standorten weltweit. Es sind die Menschen, die Erfolge eines Unternehmens erst möglich machen. Und wer zum Erfolg beiträgt, soll auch Anteil daran haben. Dafür gibt es unsere Audi Ergebnisbeteiligung. Tarifmitarbeiter der AUDI AG erhalten in diesem Jahr im Schnitt 5.420 Euro. Die Begeisterung unserer Mannschaft für unsere Marke macht meine Vorstandskollegen und mich stolz, Audianer zu sein.

Vielen Dank.

* Die gesammelten Verbrauchswerte aller genannten und für den deutschen Markt erhältlichen Modelle entnehmen Sie der Auflistung am Ende dieser Reden.

** Diese Automobile werden noch nicht zum Kauf angeboten. Sie besitzen noch keine Gesamtbetriebserlaubnis und unterliegen daher nicht der Richtlinie 1999/94/EG.



Axel Strotbek
Mitglied des Vorstands der AUDI AG, Finanz und Organisation

Rede zur Jahrespressekonferenz
3. März 2016

-Es gilt das gesprochene Wort-

Sehr geehrte Damen und Herren,
mit unserem Geschäftsberichtsfilmm zum Leitthema „tomorrow.now!“ heiße auch ich Sie herzlich willkommen zur heutigen Jahrespressekonferenz.

Das Jahr 2015 war, unser Vorstandsvorsitzender Rupert Stadler hat es bereits ausgeführt, ein herausforderndes Jahr für den Audi-Konzern. Um nur ein paar Schlagworte zu nennen: die Abkühlung des chinesischen Wirtschaftsklimas, die zunehmende Wettbewerbsintensität, aber auch die Dieseldiskussion. Und parallel dazu haben wir bei Audi im Geschäftsjahr 2015 die nächste Stufe unserer Modelloffensive gestartet; angetrieben vom größten Investitionsprogramm unserer Unternehmensgeschichte. Keine Frage: Die Rahmenbedingungen waren anspruchsvoll – vielleicht noch anspruchsvoller als ursprünglich erwartet. Wetterfestigkeit und eine gute Performance – der Audi-Konzern konnte dies im abgelaufenen Geschäftsjahr erfolgreich nachweisen. Die Entwicklung der finanziellen Kenngrößen stelle ich Ihnen in den nächsten Minuten vor.

Lassen Sie mich Ihnen zuvor einen kurzen Einblick in das gesamtwirtschaftliche Umfeld geben, in dem wir uns 2015 bewegt haben. Das Wachstum der Weltwirtschaft lag mit 2,5 Prozent leicht unter dem Niveau des Vorjahres – die Volkswirtschaften wichtiger Regionen haben sich dabei wieder einmal sehr heterogen entwickelt. In zahlreichen Industrieländern – insbesondere in Westeuropa – verbesserte sich die gesamtwirtschaftliche Situation unter anderem begünstigt durch die expansive Geldpolitik der Zentralbanken. In den meisten Schwellenländern wirkten weiter gesunkene Energie- und Rohstoffpreise hingegen belastend auf die Konjunktur. China blieb trotz rückläufiger Wachstumsrate mit 6,9 Prozent auch 2015 eine der am stärksten wachsenden großen Volkswirtschaften.

Auch die weltweite Pkw-Nachfrage war 2015 von einem heterogenen Wachstumsmuster geprägt: Positiv entwickelte sich der Pkw-Gesamtmarkt vor allem in den Regionen Westeuropa, Nordamerika sowie Asien-Pazifik. Deutlich rückläufig waren hingegen die Pkw-Märkte in den Regionen Zentral- und Osteuropa sowie Südamerika. In Westeuropa erhöhte sich der Pkw-Absatz um 9 Prozent und gewann insbesondere durch Aufholeffekte wieder an Schwung – so zum Beispiel in Spanien und Italien. Hiervon profitierte auch Audi und machte in der Region Westeuropa ein Absatz-Plus von 6 Prozent. In Zentral- und Osteuropa belastete vor allem die schwierige gesamtwirtschaftliche Lage in Russland die Pkw-Nachfrage. Der Gesamtmarkt in der Region brach um 23,3 Prozent ein – mit -9 Prozent verzeichnete Audi einen deutlich geringeren Rückgang. In Europa insgesamt lieferten wir rund 800.000 Fahrzeuge an Audi-Kunden aus.

Jahrespressekonferenz | 3. März 2016 | AUDI AG, Ingolstadt

* Die gesammelten Verbrauchswerte aller genannten und für den deutschen Markt erhältlichen Modelle entnehmen Sie der Auflistung am Ende dieser Reden.

** Diese Automobile werden noch nicht zum Kauf angeboten. Sie besitzen noch keine Gesamtbetriebserlaubnis und unterliegen daher nicht der Richtlinie 1999/94/EG.



In der Region Nordamerika entwickelte sich unser Absatz mit 11 Prozent deutlich positiver als der Gesamtmarkt. Knapp eine Viertelmillion Automobile haben wir in den USA und Kanada an Kunden übergeben. Innerhalb von nur fünf Jahren haben wir dort unser Volumen verdoppelt. Die südamerikanischen Pkw-Märkte erlebten 2015 einen deutlichen Nachfragerückgang. Vor allem der brasilianische Automobilmarkt war durch die schlechte wirtschaftliche Situation des Landes unter Druck. Zudem verunsicherten Zinserhöhungen und Steuererhöhungen die brasilianischen Kunden. Die Marke Audi blieb davon unberührt – mit einem Zuwachs von 17,9 Prozent entwickelten sich unsere Auslieferungen in Südamerika auch deutlich besser als der Premiummarkt insgesamt.

Mit 31 Millionen Neuzulassungen war die Region Asien-Pazifik auch 2015 einer der größten Treiber der weltweiten Automobilnachfrage. China ist dabei weiterhin bedeutsamster Einzelmarkt. Das Premiumsegment entwickelte sich jedoch unterdurchschnittlich zum Pkw-Gesamtmarkt. Insgesamt lieferten wir in der Region Asien-Pazifik mit rund 680.000 Automobilen dennoch annähernd so viele Fahrzeuge aus wie im Vorjahr.

Weltweit lag die Nachfrage nach Automobilen der Marke Audi auch 2015 über dem Pkw-Gesamtmarkt. Damit haben wir unsere globale Position im Premiumsegment weiter gefestigt.

Kommen wir nun zu unseren finanziellen Kenngrößen: 2015 erzielte der Audi-Konzern mit Umsatzerlösen über 58 Milliarden Euro eine neue Bestmarke. Im Vergleich zum Vorjahr ist das ein Plus von 8,6 Prozent. Wesentliche Treiber waren neben der guten Absatzentwicklung auch positive Währungseinflüsse. Die Nachfrage nach unseren SUV-Modellen, der neu gestalteten A6-Baureihe sowie der A3-Familie war besonders erfreulich. Im Segment Motorräder erzielte die Marke Ducati mit 702 Millionen Euro einen neuen Bestwert bei den Umsatzerlösen.

Lassen Sie uns nun einen Blick auf die Gewinn- und Verlustrechnung werfen: Mit 47 Milliarden Euro haben sich die Herstellungskosten des Audi-Konzerns wachstumsbedingt um rund 6 Prozent erhöht. In der Folge steigerte der Audi-Konzern sein Bruttoergebnis um 21,4 Prozent – auf 11,4 Milliarden Euro. Durch unseren Wachstumskurs stiegen 2015 auch die Vertriebskosten auf 5,8 Milliarden Euro. Wesentliche Kostentreiber waren vor allem das gesteigerte Auslieferungsvolumen, Vorleistungen für Markteinführungen neuer Modelle und ein höherer Vermarktungsaufwand – insbesondere als Folge der Marktsituation, zunehmender Wettbewerbsintensität und aufgrund zahlreicher Modellwechsel, wie zum Beispiel beim Audi A4. Auch Währungseinflüsse machten sich hier bemerkbar. Die allgemeinen Verwaltungskosten erhöhten sich vor allem wachstumsbedingt um 53 auf 640 Millionen Euro. Darin enthalten sind auch Personalkosten für unser neues Werk in Mexiko. Mit intensiven Trainings- und Ausbildungsmaßnahmen bauen wir jetzt eine schlagkräftige Mannschaft für den Produktionsstart des neuen Audi Q5** auf.

Das sonstige betriebliche Ergebnis lag 2015 bei -119 Millionen Euro und ist wie in den Vorjahren von der Währungssicherung geprägt. Im Gegensatz zum Vorjahr wirkten sich 2015 vor allem deutlich höhere Aufwendungen für abgerechnete Devisen-Sicherungsgeschäfte aus. Zusammen mit den bereits dargestellten positiven Währungseinflüssen in den Umsatzerlösen, haben wir in Summe dennoch von Kurseffekten profitiert. Unterm Strich erreichte der Audi-Konzern ein Operatives Ergebnis von 4,84 Milliarden Euro. In den genannten Zahlen nicht enthalten ist das Operative Ergebnis unseres chinesischen Partnerunternehmens. Dieses wird At Equity konsolidiert und anteilig im Finanzergebnis des Audi-Konzerns ausgewiesen.

* Die gesammelten Verbrauchswerte aller genannten und für den deutschen Markt erhältlichen Modelle entnehmen Sie der Auflistung am Ende dieser Reden.

** Diese Automobile werden noch nicht zum Kauf angeboten. Sie besitzen noch keine Gesamtbetriebserlaubnis und unterliegen daher nicht der Richtlinie 1999/94/EG.



Meine Damen und Herren,
das Operative Ergebnis ist um 6 Prozent niedriger als im Vorjahr. Wie ist diese Entwicklung zu bewerten? Vor dem Hintergrund der bereits von Herrn Stadler angesprochenen Dieseldisputen verzeichneten wir im Jahr 2015 eine außerordentliche ergebniswirksame Belastung von 228 Millionen Euro. Darin enthalten sind finanzielle Aufwendungen für technische Lösungen, rechtliche Risiken und gezielt auf unsere Kunden und den Handel ausgerichtete Maßnahmen. Darüber hinaus haben wir vor wenigen Wochen einen vorsorglichen Rückruf in Nordamerika bekanntgegeben. Fahrzeuge, die mit Fahrer-Airbags des japanischen Herstellers Takata ausgestattet sind, sollen zur Sicherheit unserer Kunden vorsorglich in die Werkstätten beordert werden. Dafür haben wir ergebniswirksame Rückstellungen gebildet, die zu einem Sondereinfluss von rund 70 Millionen Euro geführt haben. Bereinigt um diese Sondereinflüsse, erzielten wir ein Operatives Ergebnis von 5,1 Milliarden Euro – annähernd auf Vorjahresniveau.

Lassen Sie mich nun näher auf die wesentlichen Treiber der Ergebnisentwicklung eingehen: Wie bereits in den Vorjahren war die gestiegene Nachfrage nach Automobilen der Marke Audi eine Erfolgsgröße. Im Jahr 2015 profitierten wir außerdem von einem günstigen Währungsumfeld. Und auch durch weitere Prozess- und Kostenoptimierungen in der gesamten Kette unserer Wertschöpfung haben wir unser Operatives Ergebnis positiv beeinflusst. Ergebnisbelastend wirkte hingegen die hohe Wettbewerbsintensität in einigen Kernmärkten. Und auch unsere hohen und auf weiteres Wachstum ausgerichteten Investitionen und investitionsbedingte Aufwendungen wirkten zunächst negativ auf unsere Ergebnisentwicklung. Wir gehen weiter in Vorleistung für morgen. Die Sondereinflüsse habe ich Ihnen bereits aufgeschlüsselt.

Damit wird klar: Audi ist weiter auf Wachstumskurs. Und: Audi ist auf Zukunftskurs. Das Jahr 2015 war geprägt von intensiven Vorleistungen für ein qualitatives Wachstum, um zielgerichtet die Weichen für die Zukunft zu stellen.

Ergänzend noch ein Wort zur Ergebnisentwicklung im Segment Motorräder: Die Marke Ducati erreichte ein Operatives Ergebnis in Höhe von 54 Millionen Euro – ein Plus von 12,5 Prozent. Positiv wirkte sich dabei vor allem das gesteigerte Volumen aus. Mit der Neuauflage der legendären Scrambler hat Ducati einen Volltreffer gelandet. Herr Stadler hat bereits die ebenfalls positive Entwicklung unserer italienischen Tochter Lamborghini angesprochen. Beide Marken tragen erfreulich zum operativen Erfolg unseres Konzerns bei.

Im nächsten Schritt möchte ich Ihnen das Finanzergebnis des Audi-Konzerns erläutern, das sich auf 448 Millionen Euro reduzierte. Ursache dieser Entwicklung ist im Wesentlichen die stichtagsbezogene Bewertung und Abrechnung von Devisen-Termingeschäften. Das Ergebnis aus Beteiligungen einschließlich der At-Equity-Bewertungen blieb stabil. Die hierin enthaltenen anteiligen Erträge aus dem chinesischen Partnerunternehmen FAW-VW erreichten trotz der herausfordernden Marktsituation in China das Niveau des Vorjahres. Vor Steuern lag das Ergebnis bei 5,3 Milliarden Euro.

Ein Blick auf unsere wesentlichen Renditekennzahlen verdeutlicht die hohe Ertragskraft des Audi-Konzerns. Es ist uns gelungen, in einer Phase hoher Investitionen und Vorleistungen für Zukunftsthemen weiterhin eine operative Umsatzrendite innerhalb unseres ambitionierten strategischen Zielkorridors zu erzielen. Dabei erreichten wir vor den bereits erläuterten Sondereinflüssen mit 8,8 Prozent eine Operative Umsatzrendite im mittleren Bereich unseres strategischen Zielkorridors von 8 bis 10 Prozent. Und selbst nach Sondereinflüssen lag unsere Operative Umsatzrendite mit 8,3 Prozent im strategischen Zielkorridor. Mit 19,4 Prozent erzielten wir wiederholt eine hohe Kapitalrendite.

Jahrespressekonferenz | 3. März 2016 | AUDI AG, Ingolstadt

* Die gesammelten Verbrauchswerte aller genannten und für den deutschen Markt erhältlichen Modelle entnehmen Sie der Auflistung am Ende dieser Reden.

** Diese Automobile werden noch nicht zum Kauf angeboten. Sie besitzen noch keine Gesamtbetriebserlaubnis und unterliegen daher nicht der Richtlinie 1999/94/EG.



Meine Damen und Herren,
werfen wir nun gemeinsam einen Blick auf die Finanzkraft unseres Unternehmens. Der Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit lag mit 7,2 Milliarden Euro auf dem Niveau des Vorjahres. Der Mittelabfluss aus der operativen Investitionstätigkeit erhöhte sich um mehr als ein Viertel – auf 5,6 Milliarden Euro. Wesentliche Gründe waren gestiegene Sachinvestitionen für den Ausbau unserer internationalen Fertigungsstrukturen und unserer Produktpalette. Der zahlungswirksame Anteil des Kaufpreises für den Erwerb der Beteiligung HERE machte hiervon 668 Millionen Euro aus. Mit HERE, einem Anbieter für cloudbasierte Echtzeitkarten und Mobilitätsdienste, haben wir eine wichtige strategische Investition getätigt.

Wie auch in den Vorjahren finanzierten wir alle operativen und strategischen Investitionen vollständig aus unserem Cashflow. Mit einem Netto-Cashflow in Höhe von 1,6 Milliarden Euro erwirtschafteten wir einen deutlichen Mittelüberschuss. Bereinigt um den Kaufpreis für die HERE-Transaktion, lag unser Netto-Cashflow mit 2,3 Milliarden Euro sogar noch höher und entsprach damit unserem Prognosewert für das Jahr 2015. Unsere hohe Netto-Liquidität in Höhe von 16,4 Milliarden Euro bietet uns – wie auch in den Vorperioden – wichtige strategische Handlungsspielräume. Der Audi-Konzern beweist erneut seine starke Finanzkraft.

Kommen wir nun zum Ausblick für 2016: Für die weltweiten Automobilmärkte erwarten wir nur ein leichtes Wachstum bei einer regional weiterhin uneinheitlichen Entwicklung. Anknüpfend an den Erfolg der Vorjahre und dank zahlreicher neuer Modelle und Generationswechsel, gehen wir für die Marke Audi auch 2016 von einer besseren Entwicklung gegenüber dem Gesamtmarkt aus. So erwarten wir ein moderates Wachstum der Marke Audi. Insbesondere in Schlüsselmärkten wollen wir unsere Marktanteile steigern und unsere starke Wettbewerbsposition ausbauen. In China beispielsweise rechnen wir mit positiven Nachfrageimpulsen von der neugestalteten Langversion des A6, dem neuen Q7 und gegen Ende des Jahres auch von der Folgegeneration der neuen A4-Baureihe.

Und nicht nur die Marke Audi ist auf Wachstumskurs. Auch für unsere italienische Tochtergesellschaft Lamborghini erwarten wir einen moderaten Anstieg der Auslieferungen. Im Segment Motorräder rechnen wir für Ducati sogar mit einem deutlichen Anstieg des Auslieferungsvolumens.

Vor diesem Hintergrund erwarten wir im laufenden Geschäftsjahr eine moderate Steigerung der Umsatzerlöse des Audi-Konzerns. Für die Operative Umsatzrendite streben wir erneut einen Wert innerhalb des strategischen Zielkorridors von 8 bis 10 Prozent an. Bei der Kapitalrendite erwarten wir für das Geschäftsjahr 2016 einen Wert zwischen 16 und 18 Prozent. Ebenso wie in den Vorjahren wollen wir das gesamte Unternehmenswachstum selbstfinanzieren und rechnen dabei mit einem Netto-Cashflow zwischen 2 und 2,5 Milliarden Euro.

Auch 2016 wird der Audi-Konzern weiter in die Zukunft und in zusätzliches Wachstum investieren. Dafür planen wir mit einer Sachinvestitionsquote innerhalb des strategischen Zielkorridors von 5 bis 5,5 Prozent. Das übergeordnete Ziel der Investitionen ist es, die starke Position der Marke Audi auszubauen und weiter zu festigen.



Wir planen dazu Sachinvestitionen von mehr als 3 Milliarden Euro für 2016. Hauptstoßrichtung ist dabei unser Produkt- und Technologieportfolio. Unsere begonnene Modelloffensive setzen wir konsequent weiter fort: Bis 2020 wollen wir unser Produktportfolio auf rund 60 verschiedene Modelle ausweiten. In Ingolstadt fährt zum Beispiel ab 2016 der Newcomer Audi Q2** vom Band. Zudem vervollständigen wir die neue A4-Produktfamilie und bringen nachfolgend die zweite Generation der sehr erfolgreichen A5-Baureihe an den Start. Zudem erweitern wir konsequent unser Antriebsportfolio und elektrifizieren sukzessive unsere Modellpalette. Im Fokus stehen dabei besonders die Plug-in-Hybridtechnologie und der rein elektrische Antrieb.

Ein weiterer Investitionsschwerpunkt ist der Ausbau unserer weltweiten Fertigungsstrukturen: 2016 geht unser hochmodernes Werk in Mexiko ans Netz. Mit der Produktion des neuen Audi Q5** schaffen wir uns weitere Wachstumspotenziale auf dem amerikanischen Kontinent.

Für die Fortsetzung der Erfolgsgeschichte von Audi ist es wichtig, dass wir unsere Kunden weiterhin auf ganzer Linie mit unseren Premiumautomobilen begeistern. Dieses Erfolgsmodell gilt es von der analogen in die digitale Welt zu überführen, um die Chancen veränderter Wertschöpfungsmuster und neuer Geschäftsmodelle bestmöglich zu nutzen. Die Digitalisierung wird uns auch helfen, weitere Kosten- und Prozessoptimierungen durchzuführen. Damit schaffen wir uns den erforderlichen Spielraum für wichtige Zukunftsinvestitionen.

Meine Damen und Herren,
viele Zahlen, die Sie in unserem Geschäftsbericht nachlesen können. Sie belegen, dass der Audi-Konzern in einem sich verändernden Umfeld weiterhin erfolgreich unterwegs ist. Und sie belegen auch: Wir begegnen diesen Herausforderungen selbstbewusst und vorbereitet. Wir hier bei Audi denken die Zukunft schon heute und haben die Weichen gestellt. „tomorrow.now!“ – so lautet auch das Leitbild unseres Geschäftsberichts 2015. Das ist unser Anspruch. Und das macht unseren Vorsprung aus.

Vielen Dank.



Prof. Rupert Stadler
Vorsitzender des Vorstands der AUDI AG

Rede zur Jahrespressekonferenz
3. März 2016

Ausblick

-Es gilt das gesprochene Wort-

Meine Damen und Herren,
sportlich wird es 2016 auch auf den Rennstrecken dieser Welt. Audi ist im Motorsport in dieser Saison wieder in drei Disziplinen am Start: in der World Endurance Championship, in der DTM und im Kundensport. Und Sie können fest davon ausgehen: Wir greifen wieder an – ab Mai in der DTM und Mitte Juni in Le Mans. Bei den ersten Rennen im Kundensport in Dubai, Daytona und Bathurst haben wir bereits Siege eingefahren.

Sportliche Modelle bringen wir 2016 auch auf die Straße: den Audi TT RS als Coupé** und Roadster** und den Audi R8 Spyder**. Wir wollen 2016 weiter wachsen. In diesem Jahr bringen wir insgesamt mehr als 20 neue oder überarbeitete Audi-Modelle auf den Markt. In der Mittelklasse kommen zu A4 Limousine* und A4 Avant* der Audi A4 allroad quattro* und der Audi S4 als Limousine** und Avant** hinzu. Wir freuen uns zudem auf den Nachfolger des Audi A5 als Coupé** samt sportlichem Bruder Audi S5**. In unserer Q-Baureihe debütieren in diesem Jahr der Audi Q7 e-tron* und der eben gezeigte Audi SQ7 TDI**, außerdem unser jüngster Q, der Audi Q2**. Dieser City-SUV kommt im Herbst auf den europäischen Markt und zielt auf eine neue, junge Zielgruppe in Metropolen. 2016 stellen wir auch den neuen Audi Q5** vor. An unserem neuen Standort in San José Chiapa arbeitet die Mannschaft gerade mit Hochdruck am Produktionsstart dieses Bestsellers – im zweiten Halbjahr ist es so weit.

In nur drei Jahren ein komplett neues Werk auf die grüne Wiese zu stellen, mit neuer Mannschaft und neuem Produkt – das ist eine großartige Leistung unseres Teams. Vor Ort haben wir bislang mehr als 2.000 Kollegen eingestellt – 200.000 Bewerbungen sind dafür bei uns eingegangen. Rund 180 Lieferanten haben wir unter Vertrag genommen. Zwei Drittel der Teile, die wir für den Q5 zukaufen, stammen aus Nordamerika. Mittelfristig wollen wir noch deutlich mehr lokalisieren und damit Währungsschwankungen mit unternehmerischer Weitsicht vorbeugen. Das neue Trainingscenter ist Garant für eine Top-Ausbildung – und damit für Top-Qualität beim Produkt. Auch in Sachen Umwelt setzt das Werk in Mexiko Maßstäbe: umweltfreundlichste Lackiererei auf dem amerikanischen Kontinent.

Damit nach Italien. Bei Lamborghini steht der Spatenstich für den Ausbau des Werks demnächst bevor. Wir verdoppeln in Sant'Agata Bolognese die bebaute Fläche auf 150.000 Quadratmeter und schaffen 500 neue Arbeitsplätze. Ab 2018 produzieren wir dort den Super-Sportwagen unter den SUV. Diese dritte Baureihe sichert Lamborghini deutliches Wachstum und mehr unternehmerische Stabilität.

Jahrespressekonferenz | 3. März 2016 | AUDI AG, Ingolstadt

* Die gesammelten Verbrauchswerte aller genannten und für den deutschen Markt erhältlichen Modelle entnehmen Sie der Auflistung am Ende dieser Reden.

** Diese Automobile werden noch nicht zum Kauf angeboten. Sie besitzen noch keine Gesamtbetriebserlaubnis und unterliegen daher nicht der Richtlinie 1999/94/EG.



2016 hätte Ferruccio Lamborghini seinen 100. Geburtstag gefeiert. Er wäre sicher begeistert von diesen neuen Modellen – vor allem von der limitierten Serie zu seinem Jubiläum, dem Sondermodell Lamborghini Centenario*. Die Edition ist bereits ausverkauft. Begeistert wäre Ferruccio auch vom Lamborghini Huracán* mit seinen neuesten Derivaten Huracán Spyder und Huracán mit Heckantrieb sowie vom Lamborghini Aventador* mit seinem aktuellen Derivat Superveloce als Coupé* und Roadster*.

Ducati stellt in diesem Jahr neun neue Modelle vor. Drei greife ich heraus: Die XDiavel geht als weiteres Cruiser-Modell der Marke an den Start und unterstützt weiteres Wachstum in der Region Nordamerika. Mit der Multistrada Enduro steigt Ducati in ein neues Segment ein. Die Multistrada Enduro ist das neue Motorrad für Offroad-Abenteuer. Und die Ducati Scrambler Sixty2 ist eine noch leichtere Scrambler mit kleinerem 400 Kubikzentimeter-Motor.

News gibt es auch von Italdesign: Unsere dritte italienische Tochter hat sich auf dem Automobilsalon in Genf neu positioniert – mit einem neuen Showcar und einem neuen Markenauftritt. Unsere Design- und Entwicklungs-Schmiede Italdesign bietet ihre Dienste künftig wieder Automarken in aller Welt. Damit knüpfen unsere Kollegen in Turin an eine Erfolgsgeschichte an: In den fast 50 Jahren seines Bestehens hat Italdesign mehr als 200 aufregende Automobile für die verschiedensten Marken entworfen und zum Teil entwickelt oder gefertigt. Mit einem Rekord-Umsatz von knapp 200 Millionen Euro steht Italdesign auf gesunden Beinen. Die neue Markt-Strategie gibt den beinahe 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Italdesign eine spannende Perspektive.

Meine Damen und Herren,
ein wichtiges Signal geht seit Ende 2015 von Paris aus: Auf der Klimakonferenz ist ein neuer Weltklimavertrag gelungen. Die Erderwärmung soll auf weniger als zwei Grad Celsius begrenzt werden. Dazu wollen die Staaten die globalen Netto-Treibhausgas-Emissionen in der zweiten Hälfte dieses Jahrhunderts auf null reduzieren. Das bedeutet sukzessive den Ausstieg aus fossilen Kraftstoffen. Dies erfordert einen deutlichen Einschnitt auch bei uns. Ein Autohersteller, der bei Zukunftsinvestitionen jetzt noch ausschließlich auf „fossil“ setzt, droht selbst zum Fossil zu werden.

Audi steht für Vorsprung. Wir denken anders. Wir stellen manche Dinge bewusst auf den Kopf. Wir interpretieren die Mobilität der Zukunft neu. Wir geben Antworten auf die Megatrends – zum Beispiel auf folgende Fragen: Wie machen wir das Automobil zum begehrtesten Digital Device? Wie unterstützen wir die Klimaziele mit einer nachhaltigen Produktpalette? Und wie gestalten wir Mobilität für die Stadt der Zukunft? Dazu stelle ich Ihnen drei Meilensteine für Audi 2025 vor: Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Urbanisierung.

Erstens: Wir schaffen eine zentrale digitale Plattform für Mobilität.

Schon heute gehen 90 Prozent unserer Innovationen auf Elektronik zurück: Sensoren, digitale Helfer und damit insgesamt mehr Fahr-Intelligenz. Vorsprung heißt: das Potenzial der Digitalisierung nutzen. Beispiel Assistenzsysteme. Die neue Generation von Fahrerassistenzsystemen ist vorausschauend. Sie nutzt Informationen, die der Fahrer noch gar nicht haben kann. Bereits bevor ein Stau entsteht, plant Ihr Navigationssystem im Hintergrund schon eine neue Route. Noch bevor Sie über eine Bergkuppe oder in eine unübersichtliche Kurve fahren, weiß Ihr Auto von einem Unfall oder einer Ölspur. In einer Milliarden-Transaktion haben wir 2015 das digitale Kartengeschäft HERE von Nokia übernommen – gemeinsam mit BMW und Daimler. HERE ist der Weltmarktführer unter den Anbietern zentimetergenauer Karten.

Jahrespressekonferenz | 3. März 2016 | AUDI AG, Ingolstadt

* Die gesammelten Verbrauchswerte aller genannten und für den deutschen Markt erhältlichen Modelle entnehmen Sie der Auflistung am Ende dieser Reden.

** Diese Automobile werden noch nicht zum Kauf angeboten. Sie besitzen noch keine Gesamtbetriebserlaubnis und unterliegen daher nicht der Richtlinie 1999/94/EG.



Die Daten von HERE aktualisieren sich künftig in Echtzeit. Die Karten enthalten dann nicht nur geografische Informationen, sondern zum Beispiel auch Daten zu Fahrbahnbeschaffenheit, Witterung oder Gefahrenstellen. Wenn solche Echtzeit-Infos direkt in unsere Assistenzsysteme fließen, können die Systeme vorausschauend agieren. Weil sie nicht nur ihre eigenen Sensoren nutzen, sondern die aller anderen Autos gleich mit.

Warum ist Plattform-Denken generell so wichtig? Erst auf der Plattform werden aus Unmengen von Daten wertvolle Informationen. Erst auf der Plattform können wir Daten zusammenführen, verknüpfen und mit intelligenten Algorithmen analysieren. Und nur auf unserer Plattform können wir unseren Kunden garantieren, dass ihre Daten in unserer Obhut sind. Das ist Vertrauenssache. Mehr als hundert Jahre vertrauen uns Menschen schon ihre persönliche Sicherheit an. Und sie wissen, dass auch ihre virtuelle Identität bei uns sicher ist.

Vorsprung heißt auch: Pionierarbeit leisten. Mit spektakulären Fahraktionen zeigen wir seit 2009 immer wieder: Audi ist führend beim pilotierten Fahren. Erst vor drei Wochen hat ein fahrerloser Audi A8 Schauspieler Daniel Brühl an den Roten Teppich der Berlinale chauffiert. Wie ist das möglich? Unser System erkennt Gebäude und Fußgänger und damit Bewegtbilder und meistert so komplexe Situationen im Stadtverkehr. Hier setzen wir ein spezielles Kamerasystem ein: eine 3D-Kamera, deren Chip unser Partner Mobileye entwickelt hat. Unterdessen gibt es Schub vom Gesetzgeber. Die US-Verkehrssicherheitsbehörde NHTSA hat jetzt anerkannt, im rechtlichen Sinn gilt auch ein Computer als Fahrer an Bord. In vielen Ländern entstehen gerade Gesetze für diese Schlüsseltechnologie. Die nächste Generation des Audi A8 beherrscht ab 2017 pilotiertes Parken und pilotiertes Fahren bis 65 km/h. Dann können Sie tatsächlich minutenlang die Hände vom Steuer nehmen!

Unsere Kunden werden langfristig vom pilotierten Reisen profitieren: Wir sehen den Audi von morgen als Arbeitsplatz, als Ort der Entspannung und als Erlebniswelt. Wir bei Audi nennen das die „25. Stunde“. Wenn das Auto der Zukunft automatisiert fährt, kann der Mensch seine Zeit an Bord anders nutzen. Wenn Autos miteinander und mit der Infrastruktur kommunizieren, kommt der Mensch außerdem schneller und auf jeden Fall bequemer und stressfreier ans Ziel. All das spart Zeit. Und Zeit ist das größte Geschenk, das man heute einer Gesellschaft und damit unseren Kunden machen kann. Deshalb investieren wir so viel Energie in dieses Thema. Unsere Designer und Entwickler denken das Innenraumkonzept neu – bis hin zu einer völlig anderen Bedienlogik, wenn wir die Zeit anders nutzen.

Unsere These der 25. Stunde gießen wir in eine Formel: Je mehr das Fahren automatisiert ist, desto mehr Zeit steht dem Fahrer zur Verfügung. Das Ergebnis dieser Formel ist der mobile Zeitindex. Das bedeutet in Zukunft: mehr Kontrolle über die eigene Zeit. Weniger zweckgebundene Zeit am Steuer; sich weniger aufhalten mit dem Bedienen von Technik, sondern: die Technik soll uns unterstützen. Mehr produktive Zeit, und mehr Zeit für Erlebnisse und zum Entspannen.

Der zweite Meilenstein: Nachhaltigkeit. Die Zukunft der Mobilität ist emissionsfrei.

Unsere Roadmap für die Elektromobilität steht. Unser erstes voll-elektrisches Großserien-Auto geht bereits übernächstes Jahr in Produktion. Und wir denken auch darüber hinaus Elektromobilität in volumenstarken Dimensionen. E-Mobilität setzt eine leistungsstarke Lade-Infrastruktur voraus: mindestens 150 kW – am besten 350 kW – fürs Schnell-Laden entlang der Autobahnen. Wir brauchen ein globales Schnell-Ladenetz und Wasserstoff-Tankstellen.



Vorsprung heißt: Premium-Lösungen für Elektromobilität gestalten. Dazu könnte gehören, dass unser Kunde schon während der Fahrt einen Platz an der Ladesäule reserviert. Elektromobilität nimmt in unserer Gesellschaft immer mehr Gestalt an. Für uns gilt es jetzt, diese Transformation aktiv und beherzt voranzutreiben. Hybride und Plug-in-Hybride sind eine Übergangs- und Brückentechnologie für die kommenden circa zehn Jahre. Parallel dazu werden wir bis 2025 diverse batterieelektrische Modelle in unterschiedlichen Hauptvolumen-Baureihen anbieten. Aktuell machen wir unsere Produktion startklar für die nächste Stufe der Elektromobilität. Am Standort Brüssel beginnen wir 2018 die Großserien-Fertigung unseres ersten rein-elektrisch angetriebenen SUV. Das Werk erhält außerdem eine eigene Batteriefertigung. Audi Brussels wird der Vorreiter für E-Mobilität im Audi-Konzern. Bei den Batteriezellen setzen wir auf unsere strategischen Partner LG Chem und Samsung SDI. Beide haben über Jahre hinweg großes Know-how aufgebaut. Beide entwickeln besonders leistungsfähige Zell-Module: nach unseren Vorgaben – und am Standort Europa.

Großes Potenzial sehen wir auch in der Brennstoffzellen-Technologie. Unsere Studie Audi h-tron quattro concept fährt rein elektrisch mit Wasserstoff als Energiequelle – deshalb h-tron. Die Wasserstofftanks lassen sich in rund vier Minuten befüllen – mit genügend Energie für eine Reichweite von 600 Kilometern. Audi übernimmt im Volkswagen-Konzern die Competence-Center-Verantwortung und bringt diese Technologie in den kommenden Jahren aus der Forschung in Richtung Serienentwicklung.

Mit alternativen Antrieben wandelt sich der Kompetenzbedarf. Wir brauchen in Zukunft mehr Chemiker mit Batterie- und Wasserstoff-Know-how, mehr Hochvolt-Spezialisten und E-Motoren-Entwickler, mehr Informatiker, Software- und App-Entwickler. 2016 verstärken wir uns in diesen strategischen Zukunftsfeldern mit rund 1.200 weiteren Experten allein in Deutschland. Zudem stellen wir 800 Auszubildende ein – ebenfalls allein in Deutschland.

Vorsprung heißt: Bewährtes noch besser machen. Und so erfasst das Streben nach Effizienz und Nachhaltigkeit die gesamte Audi-Technologiewelt – aktuelles Beispiel ist quattro. Mehr als sieben Millionen Autos haben wir bislang mit dem permanenten Allradantrieb ausgestattet – jetzt machen wir ihn noch effizienter. Ab Mitte des Jahres bringen wir quattro mit ultra-Technologie. Dieser Antrieb denkt mit und sorgt für maximale Effizienz. Er ist immer bereit – permanent verfügbar. Braucht man gerade kein quattro, wird der Audi zum Fronttriebler. Das reduziert den Verbrauch und damit die Emissionen um 4 bis 5 Gramm CO₂.

Der dritte Meilenstein unserer strategischen Roadmap bis 2025 lautet: Urbanisierung. Individuelle Mobilität vernetzt sich mit der Stadt der Zukunft.

Der Platz in den Metropolen wird knapp. Die Vereinten Nationen haben berechnet: 2050 werden zwei Drittel der Menschen in Städten wohnen. Darauf muss ein Mobilitätsanbieter in Zukunft Antworten haben. Die Stadt der Zukunft braucht ein urbanes Kompaktmodell: vernetzt mit der Stadt, nachhaltig, emissionsfrei, wendig, platzsparend, pilotiert. Die Stadt der Zukunft braucht außerdem neue Ideen zum Teilen – auf Premiumniveau. Beim herkömmlichen Car Sharing steht das Auto heute irgendwo. Bei uns stellt es ein Concierge bereit. Oder es kommt eines Tages pilotiert zum Kunden. Seit 2014 haben wir in internationalen Pilotprojekten Erfahrungen gesammelt. Aus diesem Know-how machen wir jetzt konkrete, international skalierbare Business Cases: Audi select – für Kunden, die gerne mehr als ein Modell fahren



wollen. Audi shared fleet – der Firmenfuhrpark mit dem Extranutzen für Mitarbeiter. Und Audi on demand – frei nach der Formel: einen Audi wann ich will und wo ich will.

Herzstück unserer neuen Mobilitäts-Angebote wird eine App. Damit kann der Audi-Kunde zu jeder Zeit per Knopfdruck das gewünschte Auto an den gewünschten Ort liefern lassen. Damit nicht genug: Unser Geschäftsmodell reicht in Zukunft weit über das Auto hinaus. Mit einer digitalen Plattform als Basis und mit künstlicher Intelligenz werden zahlreiche neue Dienste möglich.

Vorsprung heißt: die urbanen Zentren und deren Logik begreifen. Wer die Stadt der Zukunft versteht, hält ihren goldenen Schlüssel in der Hand. Deshalb beschäftigen wir uns seit 2010 mit urbaner Mobilität. Unsere Audi Urban Future Initiative ist Ihnen bekannt. Wir haben aus einem erfolgreichen Forschungsjetzt ein Strategieprojekt gemacht. In Somerville bei Boston, in Mexico City und Ingolstadt arbeiten wir derzeit an drei Stadtentwicklungs-Projekten mit. Dabei verbinden wir all unser Know-how und bauen neues auf – von Assistenzsystemen für die Stadt über Mobilitäts-Konzepte für flexiblen Nutzen bis hin zum Einsatz intelligenter Algorithmen zur Daten-Analyse. Auch unser Verkaufserlebnis ist auf die Metropole zugeschnitten. Das digitale Audi City Vertriebsformat weiten wir in diesem Jahr von London, Berlin und Peking auf weitere Städte aus: Paris, Istanbul und Moskau werden die nächsten Stationen sein.

Meine Damen und Herren,
vor wenigen Wochen habe ich in Detroit einen Astronauten getroffen: Gene Cernan von der letzten Apollo-Mission. Er hat diese „Can Do“-Attitude – ein großartiges Möglichkeitsdenken. Wer Neuland betritt, braucht Start-up-Mentalität. Er braucht die Neugier, ausgetretene Pfade zu verlassen und jeden Tag Neues zu entdecken. Das ist genau das, was uns bei Audi ausmacht.

Hinter Audi steht Vorsprung: das beste Angebot einer digitalen Automarke, die nachhaltigsten Produkte und Produktionsverfahren und die kundenfreundlichsten Lösungen für die Stadt. Attraktivste Automarke wird, wer die beste Antwort findet.

Ich bringe es auf den Punkt, wie ich Audi 2025 sehe: Das „neue Premium“ ist digital vernetzt, effizient emissionsfrei – und ganz im urbanen Lebensstil. Daran lässt sich Vorsprung messen.

Vielen Dank.

– Ende –

Kontakt

Jürgen De Graeve

Kommunikation Unternehmen

Tel.: +49 841 89-34084

juergen.degraeve@audi.de

Jahrespressekonferenz | 3. März 2016 | AUDI AG, Ingolstadt

* Die gesammelten Verbrauchswerte aller genannten und für den deutschen Markt erhältlichen Modelle entnehmen Sie der Auflistung am Ende dieser Reden.

** Diese Automobile werden noch nicht zum Kauf angeboten. Sie besitzen noch keine Gesamtbetriebserlaubnis und unterliegen daher nicht der Richtlinie 1999/94/EG.



Verbrauchsangaben der genannten Modelle

Der Kraftstoffverbrauch und die CO₂-Emissionen eines Fahrzeugs variieren aufgrund der Räder- beziehungsweise Reifenwahl und hängen nicht nur von der effizienten Ausnutzung des Kraftstoffs durch das Fahrzeug ab, sondern werden auch vom Fahrverhalten und anderen nichttechnischen Faktoren beeinflusst.

Audi A3 Limousine:

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 7,1 – 3,7;
CO₂-Emission kombiniert in g/km: 164 – 98

Audi A4 Limousine:

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 6,3 – 3,7;
CO₂-Emission kombiniert in g/km: 144 – 95

Audi A4 Avant:

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 6,4 – 3,8;
CO₂-Emission kombiniert in g/km: 147 – 99

Audi A4 allroad quattro:

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 7,1 – 5,4;
CO₂-Emission kombiniert in g/km: 164 – 139

Audi Q7 e-tron 3.0 TDI quattro:

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 1,9 – 1,8;
CO₂-Emission kombiniert in g/km: 50 – 48

Lamborghini Aventador:

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 16,0;
CO₂-Emission kombiniert in g/km: 370

Lamborghini Aventador Superveloce:

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 16,0;
CO₂-Emission kombiniert in g/km: 370

Lamborghini Centenario:

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 16,0;
CO₂-Emission kombiniert in g/km: 370

Lamborghini Huracán:

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 12,3 – 11,9;
CO₂-Emission kombiniert in g/km: 285 – 278