

Rede zur Hauptversammlung

AUDI AG | Neckarsulm, 22. Mai 2015



Prof. Rupert Stadler

Vorsitzender des Vorstands
der AUDI AG



„Wir alle, die Menschen bei Audi, tragen unseren «Vorsprung durch Technik» in die Zukunft – durch Know-how, Kreativität und unermüdliches Engagement.“

Meine Damen und Herren,
sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre!

Herzlich willkommen auch von meiner Seite – im Namen des Vorstands der AUDI AG. Heute ziehen wir Bilanz zum Geschäftsjahr 2014, eine anspruchsvolle und zugleich sehr erfolgreiche Periode. Darüber hinaus geben wir Ihnen heute auch einen Ausblick, was Sie in Zukunft vom Audi-Konzern erwarten dürfen.

**„2014 war vor allem eines:
sehr erfolgreich für unser
Unternehmen.“**

2014 war kein Selbstläufer. Zwar wuchs die Weltwirtschaft um fast drei Prozent – aber insgesamt zeigte sich global ein heterogenes Bild: Während sich Westeuropa aus der Stagnation löste, gerieten wichtige Wachstumsmärkte ins Stottern. Strukturelle Probleme, schwankende Rohstoffpreise und geopolitische Konflikte machten unserer Branche zu schaffen. Trotz dieser Vorzeichen

haben wir an unseren Zielen festgehalten. Und am Ende haben wir mehr geliefert als versprochen.

2014 war damit vor allem eines: sehr erfolgreich für unser Unternehmen. 2014 haben wir Produkte auf den Markt gebracht, die weltweit begehrt sind. Wir haben durch technische Innovationen unser Markenprofil auf allen Kontinenten geschärft. Wir haben beim Absatz einen neuen Rekord eingefahren und unsere Erfolge in ein gutes Ergebnis gemünzt. Und mit dem größten Investitionsprogramm unserer Geschichte haben wir die Basis für künftiges Wachstum gelegt. Das alles wäre nicht möglich ohne unsere Mannschaft.

**„Mit dem größten
Investitionsprogramm unserer
Geschichte haben wir die Basis für
künftiges Wachstum gelegt.“**

Wir alle, die Menschen bei Audi, tragen unseren
„Vorsprung durch Technik“ in die Zukunft – durch

Know-how, Kreativität und unermüdliches Engagement. Vor zwei Wochen war das in Ingolstadt beim 24-Stunden-Lauf zu sehen. Fast 4.000 Audianer waren auf den Beinen – 24 Stunden lang. Audianer aus aller Welt. Gemeinsam haben sie mehr als 50.000 Kilometer zurückgelegt. Für den guten Zweck. Für mich steht so ein Dauer-Einsatz unseres Teams symbolisch für den langen Atem, der uns bei Audi auszeichnet und für die Entschlossenheit, mit der wir unsere Ziele verfolgen.

Diese Audi-typischen Eigenschaften spiegelt unser Abschneiden bei einem weiteren Langstreckenrennen wider: bei den 24 Stunden von Le Mans. Selbstbewusst haben wir im Juni 2014 gesagt: „Welcome Challenges“. Denn es gab viele Herausforderungen bei diesem Klassiker: Erstmals seit langem wurden wir als Außen-seiter gehandelt. Wir mussten den frühen Ausfall unserer Nummer 3 verkraften. Und während des ganzen Rennens kam es immer wieder zu packenden Zweikämpfen mit Porsche und Toyota. Alles Widrigkeiten, die den Motorsport ja auch spannend machen. Ich erinnere mich gern an die Zieleinfahrt: Trotz aller schwierigen Rahmenbedingungen triumphierte am Ende unser Team.

„Audi ist eine Klasse für sich.
Audi hat das Zeug, Siege in Serie
einzufahren.“

Meine Damen und Herren,
mit diesem Doppelsieg haben wir unseren Gegnern und der Welt gezeigt: Audi ist eine Klasse für sich. Audi hat das Zeug, Siege in Serie einzufahren. Das haben wir auch zum Start in die aktuelle Motorsport-Saison bewiesen. Erste Plätze im Rahmen der Langstrecken-WM bei den 6-Stunden-Rennen in Silverstone und Spa. Und erste Plätze auch in der DTM in Hockenheim.

Wir alle wissen: Kunden kaufen am liebsten Siegermarken. Das haben im Jahr 2014 mehr als 1,74 Millionen Audi-Kunden getan – das ist ein neuer Absatzrekord und bedeutet Wachstum in allen Weltregionen. Mit einem Plus von 10,5 Prozent haben wir deutlich zugelegt – und das noch vor der nächsten Stufe unserer Modelloffensive. Großen Anteil an diesem Erfolg haben unsere Modelle im Kompaktsegment – und unsere Q-Modelle. Mit mehr als einer halben Million verkaufter SUV im Jahr 2014 ist Audi die erfolgreichste Premiummarke in diesem

Segment. Q3 und Q5 sind Premium-Weltmarktführer. Und der Q7 konnte selbst in seinem letzten kompletten Verkaufsjahr noch zulegen.

„In Europa ist Audi die Nummer eins
– mit einem neuen Bestwert.“

Schauen wir auf die einzelnen Regionen: In Europa ist Audi die Nummer eins – mit einem neuen Bestwert. Rund 763.000 Automobile gingen an unsere europäischen Kunden. Das ist ein Plus von 4,2 Prozent.

In China stehen wir ebenfalls unangefochten an der Spitze. Wir haben unseren Vorsprung nochmals vergrößert. Als erster Premiumhersteller haben wir im Reich der Mitte in einem einzigen Jahr mehr als eine halbe Million Autos ausgeliefert. Konkret waren es 578.000 Autos – so viel wie in den ersten 20 Jahren unseres China-Engagements zusammen. Starke Wachstumstreiber sind dabei die Automobile, die wir vor Ort fertigen. Mit den Langversionen von A4 und A6, dem Q3 und Q5 sowie dem A3 Sportback und der Limousine produzieren wir als einzige Premiummarke sechs Modelle in China. Auch in den USA haben wir im vergangenen Jahr gegläntzt: 2014 war für Audi of America das fünfte Rekord-Jahr in Folge. Wir haben mehr als 180.000 Einheiten verkauft. Damit sind wir dem nächsten Meilenstein von 200.000 Autos pro Jahr ein gutes Stück näher gekommen. Auf dem US-Markt sehen wir großes Wachstumspotenzial: Der größte Treiber unseres Wachstums ist der Q5 – der meistverkaufte Audi in den USA. Das ist ein gutes Vorzeichen für unseren neuen Standort Mexiko, an dem wir ab 2016 den neuen Audi Q5 produzieren.

Steigende Nachfrage sehen wir auch jenseits unserer Kernmärkte: Kanada, Südkorea oder Brasilien stechen 2014 mit zweistelligen Wachstumsraten hervor. Ein beispielhafter Blick auf Brasilien. Wir wissen natürlich: Das Land hat im Moment große strukturelle Probleme. Die Gesamtkonjunktur schwächtelt. Und doch melden uns die Audi-Händler in Brasilien für 2014 ein Plus von fast 90 Prozent. Wir sind überzeugt von den Chancen der Marke Audi in Brasilien. Deshalb starten wir in diesem Herbst in Curitiba die Produktion der A3 Limousine. Im zweiten Schritt folgt ab 2016 der Audi Q3. Wir sind auf dem besten Weg, führende Premiummarke in Brasilien zu werden.

Damit zu unseren italienischen Töchtern: Auch Lamborghini konnte das Jahr 2014 sehr erfolgreich

abschließen. Die Marke lieferte mehr als 2.500 exklusive Supersportwagen aus. 2014 war damit das bisher beste Jahr für die Kollegen in Sant'Agata Bolognese. Für große Nachfrage sorgte vor allem der neue Huracán. Er ist super angelaufen, mehr als 3.000 Bestellungen haben wir 2014 erhalten. Ein gutes Drittel dieser Kunden haben wir noch im vergangenen Jahr beliefert. Auch 2015 sind die Zahlen vielversprechend: mehr als 600 ausgelieferte Huracán allein im ersten Quartal.

Zu Ducati: Im Motorrad-Geschäft waren die Märkte 2014 in vielen Ländern angespannt. Dennoch hat Ducati das Motorrad-Jahr mit einem leichten Plus abgeschlossen. Mehr als 45.000 Motorräder gingen weltweit an „Ducatisti“. Die Fans von „La Rossa“ dürfen sich auf weitere neue Modelle freuen. Wir freuen uns über ein tolles Ergebnis bei Europas wichtigster Leserwahl. Die neue Multistrada 1200 ist „Motorrad des Jahres 2015“: erster Platz in der Kategorie „Crossover“.

Meine Damen und Herren, unser Konzern ist international erfolgreich – und deshalb auch weltweit präsent. Für unsere Marken Audi und Lamborghini entstehen Automobile in zwölf Fertigungsstätten rund um den Globus. Mit der Motorradmarke Ducati kommen noch einmal drei hinzu: in Italien, Thailand und Brasilien. Um das Potenzial auf dem amerikanischen Kontinent auszuschöpfen, nehmen wir neben dem Werk im brasilianischen Curitiba 2016 auch unser komplett neues Werk in Mexiko ans Netz. Da wie dort wird es leistungsfähige Lieferantennetzwerke geben.

„Unser Konzern ist international erfolgreich – und deshalb auch weltweit präsent.“

Auch unsere deutschen Werke bauen wir laufend aus. Wir investieren damit in den Hightech-Standort Deutschland. Beispiel Neckarsulm: Mitte Oktober 2014 haben wir die Audi Böllinger Höfe eingeweiht. Dort produzieren wir jetzt alle R8-Modelle unter einem Dach. Am Standort Ingolstadt haben wir vor kurzem ein ehemaliges Industrie-Gelände im Osten der Stadt erworben. Dort werden wir einen neuen Innovations-Campus errichten. Etwa zwanzig Kilometer vom Werk Ingolstadt entfernt ist Audi Neuburg. Dort ist seit verganginem Jahr die Audi driving experience zu Hause – sie bietet Fahr- und Sicherheitstrainings für Kunden. Ebenfalls seit 2014 ist Neuburg die neue Heimat von Audi Sport.

Das Kompetenz-Center Motorsport ist in unserem weltweiten Entwicklungsnetzwerk ein wichtiger Baustein. Hier bauen wir unsere Rennwagen. Und hier prüfen wir auch die neuen Technologien und Assistenzsysteme für den Serieneinsatz.

Das sportliche Profil unserer Marke haben wir im vergangenen Jahr auch auf der Straße geschärft. 2014 war das Premierenjahr des neuen Audi TT. Die dritte Generation unserer Designikone ist ein echter Sportwagen. Dieses Jahr kommt er in die USA und nach China. Mit zehn neuen S- und RS-Modellen haben wir die Spitze unseres Leistungsangebots verstärkt. Damit bieten wir unseren Kunden heute das bisher breiteste Portfolio an Sportvarianten: vom Audi S1 bis zum S8 und vom Audi RS3 bis zum RS7. Und das kommt gut an. Insgesamt haben wir 2014 bei den sportlichen Top-Modellen um ein Drittel zugelegt.

„Das sportliche Profil unserer Marke haben wir im vergangenen Jahr auch auf der Straße geschärft.“

Als weiteres Highlight des Jahres 2014 überzeugt der A3 e-tron mit seiner einzigartigen Kombination aus Performance, Reichweite und einem Verbrauch, der mit nur 35 Gramm CO₂ pro Kilometer einhergeht. Er erhielt die Höchstnote von fünf Sternen beim Euro NCAP-Crashtest. Und er ist „Wertmeister 2015“ mit besten Restwertprognosen. Unseren ersten Plug-in-Hybriden produzieren wir im Werk Ingolstadt. Und zwar auf derselben Linie wie die anderen A3-Modelle. Damit nutzen wir die Synergien in der Montage optimal aus. Bis dato haben wir dazu mehr als 25.000 Mitarbeiter für Hochvolt-Systeme qualifiziert – jeweils individuell auf ihren Arbeitsbereich angepasst.

Rund um den Globus arbeiten heute mehr als 80.000 Menschen für Audi. 2014 haben wir weltweit 8.190 Mitarbeiter eingestellt – mehr als 4.500 allein in Deutschland. In diesem Jahr planen wir weltweit rund 6.000 Neueinstellungen: 2.000 davon an unseren internationalen Standorten und etwa 4.000 in Deutschland. Darunter fallen die 760 Ausbildungsplätze, die wir jungen Menschen in Neckarsulm und Ingolstadt bieten. „Vorsprung durch Technik“ zieht die Experten von morgen an – das zeigen viele Umfragen und Rankings. Im Jahr 2014 erhielt unser Konzern Auszeichnungen als Top-Arbeitgeber in Italien, Ungarn, Belgien und Deutschland. Und erst im April

haben wir hierzulande erneut Top-Plätze bei den Rankings von „trendence“ und „Universum“ eingefahren: beliebtester Arbeitgeber für künftige Ingenieure und beliebteste Automarke bei der Jobwahl von Informatik-Studenten und Naturwissenschaftlern.

Meine Damen und Herren,
die Audi-Mannschaft ist Treiber unseres Fortschritts – und unseres Erfolgs. Deshalb beteiligen wir unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter daran: im Jahr 2014 mit durchschnittlich 6.540 Euro. Außerdem geben wir als Vorstand unseren Audianern an dieser Stelle sicher gemeinsam mit Ihnen einen kräftigen Applaus für diesen Erfolg.

Damit nun zu den für Sie wohl spannendsten Zahlen: Wie schlägt sich das Geschäftsjahr 2014 in unseren Büchern nieder? Bei den Umsatzerlösen haben wir erstmals mehr als 50 Milliarden Euro erzielt. Trotz aller Vorleistungen liegt unser Operatives Ergebnis bei mehr als fünf Milliarden Euro – dies bereits das vierte Jahr in Folge. Das bedeutet: Die Operative Umsatzrendite liegt mit 9,6 Prozent am oberen Ende unseres strategischen Zielkorridors. Unser Ergebnis vor Steuern beträgt rund sechs Milliarden Euro. Wir nutzen unsere hohe Ertragskraft und schaffen die Basis für weiteres qualitatives Wachstum. 2014 haben wir viereinhalb Milliarden Euro investiert – ein Viertel mehr als im Vorjahr. Bis 2019 kommen weitere 24 Milliarden Euro hinzu. Damit fahren wir das größte Investitionsprogramm der Unternehmensgeschichte.

„Bei den Umsatzerlösen haben wir erstmals mehr als 50 Milliarden Euro erzielt.“

Meine Damen und Herren,
damit zu 2015 – dem Jahr der nächsten Stufe unserer Modelloffensive. Viele neue Audi-Modelle stellen wir in diesem Jahr vor – die drei wichtigsten sind: der neue Audi Q7, der neue Audi R8 als sportliche Speerspitze unserer Marke und unser Topseller, der neue Audi A4. Den neuen Q7 und den R8 konnten Sie schon am Eingang bewundern. Beide sind ein starkes Statement. Beide stehen für Sportlichkeit und Top-Premium. Und beide untermauern unseren Anspruch auf die Spitze.

Den Q7 der ersten Generation haben wir mehr als 540.000 Mal gebaut. Der neue Audi Q7 ist mehr als ein

würdiger Nachfolger. Er ist der Leichteste in seinem Segment. Durch intelligenten Leichtbau haben wir sein Gewicht gegenüber dem Vorgänger je nach Ausführung um bis zu 325 Kilogramm reduziert. Er ist Klassenbester auch bei Verbrauch und Emissionen. Als Diesel-Plug-in-Hybrid braucht der neue Q7 gerade mal 1,7 Liter auf 100 km – das sind weniger als 50 Gramm CO₂ pro km. Gleichzeitig ist er Spitze bei der Performance: Von 0 auf 100 km/h in gerade einmal etwas mehr als 6 Sekunden. Schließlich: Keiner seiner Wettbewerber hat so viel Infotainment und Assistenzsysteme an Bord wie der neue Q7. Neue Fahrerassistenzsysteme für Ausweichmanöver, für das Rückwärtsfahren mit Anhänger, für das Bremsen und Anfahren im Stau und einen Assistenten für vorausschauende Fahrweise. Im Infotainment ist das Audi virtual cockpit Benchmark.

„Design ist Kaufgrund Nummer eins.“

Unsere zweite Neuvorstellung ist der neue Audi R8. Der R8 hatte seine Weltpremiere auf dem Genfer Autosalon im März und er trägt Rennwagen-Gene in sich. Der V10-Mittelmotor und ein neu entwickelter quattro-Antrieb sorgen für sportliche Fahrleistungen. In der Topversion – dem Audi R8 V10 plus mit 610 PS – geht es rasant in nur 3,2 Sekunden von 0 auf 100 km/h. 330 km/h Topspeed – ein Hochleistungssportwagen eben. Den R8 gibt es jetzt von Beginn an auch als Rennversion: Der neue R8 LMS gab am vergangenen Wochenende bei den 24 Stunden auf dem Nürburgring sein Debüt. Das Audi-Kundensportteam aus Belgien holte den Sieg – und unser GT3-Rennwagen ist damit auf Anhieb Langstrecken-Sieger. Der neue R8 ist ein rundum gelungenes, wunderschönes Auto, das die Audianer in der Manufaktur hier in Neckarsulm fertigen.

Design ist Kaufgrund Nummer eins. Auf den Messen in Los Angeles, Genf und Shanghai haben wir deshalb einen Einblick gegeben in das Audi-Design der Zukunft. Mit dem Audi prologue geben wir einen Vorgeschmack auf die automobile Oberklasse und die obere Mittelklasse von morgen.

Inzwischen gibt es drei Familienmitglieder: In Los Angeles stand der Audi prologue als Coupé, im März in Genf als Avant und vor vier Wochen in Shanghai in seiner Version als allroad. Neben einem faszinierenden Exterieur-Design bietet der Audi prologue auch im

Interieur absolut Neues. Die Architektur verschmilzt mit dem Bedienkonzept zu einer Einheit.

Schon beim Einsteigen empfängt der Audi prologue seine Passagiere mit dezenter Höflichkeit. Der „Butler“, eine innovative intelligente Software, identifiziert Sie anhand Ihrer Smartphones und stellt die Sitze und die Klimaanlage nach Ihren Vorlieben ein. Auch bei der Musik und der Routenplanung macht das System Vorschläge, die sich an den Präferenzen des Besitzers orientieren.

Damit sind wir mitten in zwei großen Zukunftsthemen unserer Branche: Digitalisierung und Vernetzung. Virtuelle und reale Welt verschmelzen. Unsere Premium-Ableitung daraus ist: Wir schaffen für unseren Kunden Mehrwert in beiden Welten. Wir reduzieren Komplexität und erhöhen die Nutzerfreundlichkeit.

„Wir gestalten eine einzigartige Erlebniswelt – real und digital. Bestes Beispiel ist unsere Audi City.“

Wir optimieren unseren Service und schaffen neue Angebote. Und wir gestalten eine einzigartige Erlebniswelt – real und digital. Bestes Beispiel ist unsere Audi City. In unserem digitalen Showroom erleben unsere Kunden die Vielfalt der gesamten Modellpalette auf einer Powerwall. Und das inmitten von Metropolen wie London, Peking und Berlin. Seit 2015 bringen wir diese digitalen Elemente auch zu unseren Händlern. Die digitale Präsentation hat dabei Vorteile für beide Seiten: Der Kunde sieht schon vorab exakt sein konfiguriertes Wunschauto. Der Händler spart Platz und Geld und kann doch alle Modelle zeigen.

Die Audi Virtual Reality experience ist eine neue, ganz besondere Brille. Mit dieser Brille sieht unser Kunde seinen individuell konfigurierten Audi dreidimensional – als würde er schon direkt vor ihm stehen. Und gerade haben wir Audi connect easy delivery gestartet – ein Pilotprojekt, bei dem sich unser Kunde Pakete in seinen Audi zustellen lassen kann. Der DHL-Bote weiß, wo der Audi ist und darf den Kofferraum einmalig öffnen. Sie sehen: Die Möglichkeiten der digitalen Vernetzung sind sehr vielfältig. Künftig können Sie vom Auto-Cockpit aus Ihr Leben und Arbeiten steuern. Wir sagen dazu: Das Auto wächst über sich hinaus. Und während Sie Ihre Welt

steuern, steuert Ihr Auto sich zunehmend selbst. Das ist unsere Vision beim pilotierten Fahren.

Diese Vision wird 2017 Wirklichkeit. Und unser Ziel dabei ist: Wir schaffen Mehrwert für den Kunden in einem digital vernetzten Auto. Weil das Ganze jetzt vielleicht sehr abstrakt und ganz weit weg klingt – ein paar konkrete Beispiele, wozu das alles gut ist: Mehr als 90 Prozent aller Unfälle entstehen durch menschliche Fehler. Sensoren, Software und Computer reduzieren das Risiko deutlich. Sie lassen sich nicht so einfach von ihrer Aufgabe ablenken. Sie werden nicht müde. Und sie reagieren immer gelassen und rational – selbst wenn es mal eng wird.

„Wir schaffen Mehrwert für den Kunden in einem digital vernetzten Auto.“

Mitte April hat Bundesverkehrsminister Dobrindt das pilotierte Fahren in einem Audi bei 130 km/h erlebt. Der Minister legte rund 70 Kilometer auf der Autobahn zurück – ohne Hand am Steuer. Schon zu Jahresbeginn sind Motorjournalisten in den USA mit uns mehr als 900 Kilometer pilotiert gefahren. Der A7 mit dem Spitznamen „Jack“ hat damit einen Weltrekord geschafft. Vor ihm war sein Bruder „Bobby“ absolut fahrerlos auf dem Hockenheimring unterwegs. Mit bis zu 240 km/h meisterte er absolut perfekt alle Kurven.

Mit alledem haben wir unsere Technologieführerschaft untermauert. Pilotiertes Fahren bedeutet nicht, die Kontrolle komplett abzugeben. Pilotiertes Fahren bedeutet auch nicht weniger Fahrspaß. Pilotiertes Fahren sorgt für weniger Unfälle, weniger Zeitverschwendung im Stop and Go, weil Sie andere Aufgaben erledigen können, und weniger Emissionen, weil der Rechner extrem vorausschauend fährt. Kurz: Es sorgt für mehr Sicherheit, mehr Komfort und mehr Effizienz.

Im Audi Q7 haben wir bereits einen Stauassistenten bis 65 km/h an Bord. Der selbstständige Staupilot für Autobahnen ist der nächste Schritt ab 2017. Im kommenden Jahrzehnt werden wir noch mehr Verkehrssituationen und noch höhere Geschwindigkeiten auch in Serien-Autos pilotiert beherrschen. All das, was die digitale Revolution an Technologien bereit hält, werden wir für die Stadt der Zukunft nutzbar machen. Vorgestern hatten wir in Berlin Politiker der EU und des Bundes zu Gast.

Wir haben ihnen gezeigt, was wir technisch einbringen, um unsere Städte entspannter, grüner, lebenswerter zu machen. Das erfordert Schnittstellen zwischen Stadt, Infrastruktur und Verkehr. Die meisten heutigen Verkehrsmanagementsysteme sind noch nicht für eine Vernetzung ausgelegt. Und wir wissen, dass 75 Prozent der städtischen Infrastruktur des Jahres 2050 heute noch nicht gebaut ist. Das ist eine große Chance. Nur wenn wir jetzt die Weichen stellen, werden wir morgen intelligente Städte haben. Das bedeutet auch Investitionen und mutige Pilotprojekte.

„Technologie verändert unser Leben, indem sie es uns vereinfacht.“

Meine Damen und Herren, wir bei Audi sehen das Automobil als Teil der Lösung von Zukunftsfragen. Technologie ist niemals Selbstzweck. Technologie verändert unser Leben, indem sie es uns vereinfacht. Die Rolle der künstlichen Intelligenz für die deutsche Industrie und für unsere Branche wird bis 2030 enorm zunehmen. 2014 waren erst sieben Prozent der Geräte weltweit miteinander vernetzt. In fünf Jahren sollen es bereits 25 Prozent sein – das sind 50 Milliarden intelligente Objekte mit Sensoren und Schnittstellen. Daraus entsteht ein kollektives Wissen – eine Schwarmintelligenz, die sich auf sämtliche Lebensbereiche auswirkt.

Wir werden bei Audi alle Vorteile für den Kunden aus Vorsprung durch Technik auch in diesem Bereich schöpfen. Dies gilt für das Produkt genauso wie für die Art und Weise, wie wir es herstellen. Die intelligente Fabrik vernetzt alle Prozesse digital miteinander. Roboter assistieren unseren Mitarbeitern in der Produktion. Sie arbeiten Hand in Hand mit unseren Audi-Anern. In der Logistik erproben wir als erstes Industrie-Unternehmen fahrerlose Transportroboter. Sie bewegen unsere Autos vollautomatisch, lagern sie zwischen und stellen sie später für die Bahnverladung sortiert wieder bereit.

Bei alledem steht der Mensch im Mittelpunkt. Wir unterstützen den Mitarbeiter bei körperlich anstrengenden Tätigkeiten und stärken damit die Ergonomie an seinem Arbeitsplatz. Und unserem Kunden ermöglichen wir durch eine so leistungsstarke Produktion eine noch größere Flexibilität – und damit mehr Optionen bei seinem

Wunschauto. Gleichzeitig erlaubt die intelligente Fabrik ein hohes Maß an Ressourceneffizienz – ein weiterer Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit. In unserem neuen Dialogemagazin, das wir Ihnen heute mitgeben, erfahren Sie viele Details zur „Smart Factory“, unserer Vision für die Fabrik der Zukunft.

Beim Ressourcensparen geht unser Ehrgeiz bis ins kleinste Detail: Wir kämpfen um jeden Liter Wasser und jedes Kilowatt Strom, die wir in der Produktion nicht verbrauchen, um jedes Gramm beim Leichtbau und um jeden Tropfen Treibstoff. An unseren Rennwagen in Le Mans sehen Sie, wie wir dieses Prinzip in der Praxis bereits umgesetzt haben. In den vergangenen acht Jahren haben wir die Anzahl der Zylinder unserer Dieselmotoren halbiert und den Hubraum um ein Drittel reduziert. Wir haben die Leistung um 72 Prozent gesteigert und gleichzeitig den Verbrauch um 38 Prozent gesenkt. Effizient bei den Motoren, erfolgreich im Ziel. 16 Mal waren wir in Le Mans am Start, 13 Mal haben wir gewonnen. Und dabei sind wir immer als Pionier unterwegs. 2006 der erste Sieg mit einem Diesel-Rennwagen, 2012 der erste Sieg mit einem Hybrid-Sportwagen.

„Wir verankern und leben Nachhaltigkeit im gesamten Unternehmen.“

Wir holen aus weniger Input mehr Output. Das ist die Audi ultra-Formel, unser Credo für einen nachhaltigen Erfolg. Es geht dabei um mehr. Es geht – im übertragenen Sinn – um unser wichtigstes Rennen. Es geht darum, wie wir Verantwortung übernehmen und unseren Planeten für künftige Generationen lebenswert erhalten. Wir verankern und leben Nachhaltigkeit im gesamten Unternehmen.

Wir tun dies in der Überzeugung: Erfolg und Nachhaltigkeit setzen einander voraus. Ein Unternehmen, das nicht erfolgreich ist, kann nicht in Nachhaltigkeit investieren. Und ein Unternehmen, das nicht kräftig in Nachhaltigkeit investiert, bleibt langfristig gesehen nicht erfolgreich.

Die Erfolgsformel Audi ultra wenden wir auch auf der Straße an. Dort ist ultra unser Label für das effizienteste Verbrenner-Modell jeder Baureihe. In Europa hat sich 2014 jeder dritte A6-Kunde für die ultra-Variante entschieden. Die ultra-Modelle sind ein Schritt auf dem

Weg zur CO₂-neutralen Mobilität. Auf dieses Ziel zählt jedes unserer Antriebskonzepte ein: ob High-Tech-Verbrennungsmotor wie TFSI, TDI und Erdgas-Antrieb, ob Plug-in-Hybrid oder ein rein-elektrisch fahrendes Auto – beide bei uns e-tron genannt – oder Brennstoffzellen-Antrieb.

Entscheidend für die Zukunft alternativer Antriebe ist: Was hat die größten Erfolgchancen im Markt? Mittelfristig sind das sicher der A3 e-tron oder der Q7 e-tron und die geplanten nächsten Plug-in-Hybride A6, A7 und A8. Für die langfristige Perspektive heben wir als High-tech-Marke die Elektromobilität auf ein neues Niveau. Wir haben uns für das nächste Elektroauto neben dem R8 e-tron das Ziel von mehr als 500 Kilometern gesetzt. Damit kommen Sie von hier in Neckarsulm non-stop bis nach Brüssel.

„Wir tun alles, um immer noch effizientere Antriebe zu entwickeln, immer noch leichtere Autos zu bauen und immer noch nachhaltiger zu wirtschaften.“

Das ist ein Reifegrad von Technik, den wir meinen, wenn wir von alltagstauglicher Elektromobilität sprechen. Nah am Kunden, ohne Kompromisse. Der Kunde kauft die für ihn beste Lösung: Das entscheidet am Ende des Tages den Wettstreit der Konzepte. Auf dem Weg hin zu mehr Effizienz und weniger CO₂ haben wir bereits in der Vergangenheit viel bewegt: Mit milliardenschweren Innovationen haben wir Automobilhersteller in Deutschland in nur zwei Jahrzehnten die mittlere CO₂-Emission der Neuwagenflotte um mehr als 30 Prozent gesenkt. Und dennoch: Wir tun alles, um immer noch effizientere Antriebe zu entwickeln, immer noch leichtere Autos zu bauen und immer noch nachhaltiger zu wirtschaften.

Wo wir dabei aktuell stehen, lesen Sie in unserem Nachhaltigkeitsbericht.

Meine Damen und Herren, auf unserem globalen Wachstumspfad haben wir 2015 viel vor: Wir zielen, wie Sie es von uns gewohnt sind, auf neue Bestmarken. Auch in diesem Jahr wollen wir weiter wachsen – stärker als der Weltmarkt und mit

Zuwächsen in allen Regionen. Dieses Jahr ist gut angelaufen. Unsere Marke ist weltweit begehrt: Allein in den ersten fünf Monaten 2015 fahren unsere Standorte in Neckarsulm und in Ingolstadt deshalb 34 Sonderschichten. In den kommenden fünf Jahren erweitern wir unser Angebot von derzeit 52 auf etwa 60 Modelle.

„Audi ist die weltweit führende Premium-SUV-Marke.“

Audi ist die weltweit führende Premium-SUV-Marke. Die Erfolgsgeschichte unserer Q-Modelle schreiben wir fort: Der Audi Q1 wird ab 2016 unser neues SUV-Einsteigermodell. In der Oberklasse schlagen wir mit einem sportlichen Q-Derivat ein neues Kapitel auf: mit dem Audi Q8. Und wir entwickeln in der Q-Baureihe bis 2018 auch ein Elektroauto – einen sportlichen SUV mit sehr emotionalem Design und einer Reichweite von mehr als 500 Kilometern. Den Anspruch an Einzigartigkeit finden Sie in jedem einzelnen unserer Produkte – im gesamten Audi-Konzern.

Ducati setzt mit der Panigale 1299 einen neuen Benchmark bei den Hochleistungssportlern. Ein weiteres Highlight aus Bologna ist die Scrambler: der Premium-Einstieg mit Kultstatus für ganz junge Motorradfans und der Einstieg von Ducati in ein neues Marktsegment. Lamborghini macht weiter Schlagzeilen mit dem Huracán. In Genf debütierte der Aventador Superveloce, ein weiteres High-Class Automobil aus Sant'Agata Bolognese.

Meine Damen und Herren, 2015 wird für unsere gesamte Branche nicht einfach. Aber als Audianer gehen wir unsere Aufgaben weiter entschlossen an. Was Sie erreichen können, wenn Sie ein Ziel entschlossen verfolgen, sehen Sie an unserem Markterfolg in China. In diesen Tagen liefern wir den dreimillionsten Audi in China aus. Auf dieses Jubiläum sind wir mächtig stolz. Weil es uns bestätigt in unserem Engagement vor Ort – seit mehr als einem Vierteljahrhundert. Auch wenn das Premiumsegment aktuell an Fahrt verliert: Unser Anspruch ist es, den Markt und die Menschen zu verstehen. Daraus entwickeln wir landesspezifische Lösungen für unseren größten Einzelmarkt. Deshalb haben wir seit 2013 in Peking ein Research & Development Center. Und deshalb haben wir dort Trendscouts.

„Wir gestalten die Zukunft der
Mobilität in einer zunehmend
vernetzten und digitalen Welt.“

Jetzt gehen wir den nächsten großen Schritt in China. Mit dem Online-Konzern Baidu arbeiten wir umfassend zusammen: Beim präzisen Navigieren – durch digitale China-Karten und neue Algorithmen der Geo-Positionierung. Und beim Integrieren von Smartphones

ins Auto – durch die Plattform Baidu CarLife, mit der Sie gängige Smartphones komfortabel und sicher über das Auto bedienen können. Auch hier sind wir wieder Pionier. Wir gestalten die Zukunft der Mobilität in einer zunehmend vernetzten und digitalen Welt. Die willkommene Herausforderung liegt nicht darin, dass es einfach wäre, sondern dass es schwer ist. Das spornt uns Audianer erst recht an!

Vielen Dank.