

# Rede zur Hauptversammlung

AUDI AG | Ingolstadt, 22. Mai 2014



**Prof. Rupert Stadler**

Vorsitzender des Vorstands  
der AUDI AG

Vorsprung durch Technik 

## „Wir haben den klaren Anspruch auf die Nummer 1.“

Sehr geehrte Damen und Herren,

herzlich willkommen zur 125. Ordentlichen Hauptversammlung der AUDI AG. Heute darf ich Sie, im Namen des gesamten Vorstands, in Ingolstadt begrüßen.

Wir ziehen heute gemeinsam mit Ihnen Bilanz über das Geschäftsjahr 2013, das für uns sehr anspruchsvoll, doch in Summe sehr erfolgreich war.

Der Gegenwind in Europa war stürmisch. Der Wettbewerb hat uns scharf attackiert. Und oben drauf haben wir einen Extra-Sprint hingelegt: Wir sind vergangenes Jahr ordentlich in jene Vorleistung gegangen, die wir als kritisch für unseren nachhaltigen Erfolg sehen.

Wir geben Ihnen heute auch einen Ausblick, was 2014 in unseren Büchern stehen könnte: Wie wir unser Unternehmen auch dieses Jahr auf Erfolgskurs halten. Neben unserer finanziellen Performance berichten wir von unseren massiven Globalisierungsschritten, von unserer

zweiten Modelloffensive und vom anhaltenden Volumenwachstum unseres Unternehmens.

Beginnen wir mit der Bilanz für das Jahr 2013: Bei den Audi-Auslieferungen haben wir die Marke von 1,5 Millionen deutlich übertroffen! Was wir uns für 2015 ins Lastenheft geschrieben hatten, haben wir schon vergangenes Jahr in die Tat umgesetzt! Das zeigt: Audi ist heute beliebter als je zuvor. In nur vier Jahren haben wir mehr als 600.000 Kunden hinzugewonnen.

**„Bei den Audi-Auslieferungen haben wir die Marke von 1,5 Millionen deutlich übertroffen!“**

Werfen wir einen Blick auf unsere Top-Märkte: Wachstumstreiber sind besonders die Märkte in Übersee. In China alleine stehen fast 492.000 Auslieferungen zu Buche, gut ein Fünftel mehr als ein Jahr zuvor. Unser Vorsprung im Reich der Mitte war 2013 so groß wie noch nie!

Wichtige Impulse entstehen durch unsere lokale Fertigung, die wir Schritt für Schritt um neue Modelle erweitern. In China sind wir die Premiummarke mit der breitesten Modellpalette aus lokaler Fertigung: Den Audi A6 L, A4 L, Q5\*, Q3\* und A3 Sportback\* produzieren wir vor Ort.

Auch in Nordamerika sind die Vier Ringe stark unterwegs. Dort wuchs die Audi-Fangemeinde 2013 erneut zweistellig. Damit überschreiten wir in den USA zum ersten Mal die 150.000 Einheiten – und toppen die Bestmarke des Vorjahres!

In Europa haben auch wir 2013 die gesamtwirtschaftlich schwierige Situation zu spüren bekommen. Die gute Nachricht: Audi hat als einziger der drei großen Premiumanbieter dem Sog der Krise erfolgreich getrotzt. Wir haben in diesem Zeitraum in Europa um fünf Prozent, und damit deutlich gegen den Markttrend, zugelegt. 2013 lieferte Audi insgesamt 732.000 Automobile in Europa aus. Das bedeutet: Europa ist erneut stärkste Verkaufsregion für Audi. Und umgekehrt: Audi ist verkaufsstärkste Premiummarke in Europa.

### „Audi ist verkaufsstärkste Premiummarke in Europa.“

2013 haben wir 15 neue Modelle und Derivate auf die Straße gebracht. Allen voran haben wir unsere A3-Baureihe\* weiter ausgebaut. In Europa ist sie bereits Marktführer – und Limousine und Cabriolet werden uns weiteren Schub verleihen.

In der Oberklasse haben wir mit dem A8\* ein „neues Glanzlicht“ gesetzt. Er ist das erste Automobil mit innovativen Matrix-LED-Scheinwerfern. Diese Technik ist derzeit einzigartig in der Automobilindustrie. Mit der neuen Version des A8 stärken wir die Oberklasse.

Auch die Q-Strategie ist für Audi voll aufgegangen. Weltweit haben wir seit unserem Einstieg in das SUV-Geschäft 2006 bis heute rund 1,7 Millionen Q-Modelle ausgeliefert. Die Erfolgsgeschichte werden wir fortschreiben. Vergangenen Herbst haben wir Zuwachs für die Q-Familie angekündigt: Ab 2016 runden wir mit dem Audi Q1 unser SUV-Angebot nach unten ab. Wir werden systematisch Lücken in unserem SUV-Portfolio schließen und so weitere Marktchancen in diesem Segment nutzen. Unseren Status als

sportlichste Premiummarke haben wir mit vier neuen RS-Modellen untermauert.

Stichwort Sport: 2013 war eines der erfolgreichsten Jahre unserer Motorsportgeschichte. Die Motorsportsaison hat gerade wieder begonnen. In der DTM sind wir am Hockenheimring erfolgreich gestartet. Und auch in Oschersleben konnten wir punkten.

In der WEC haben wir mit Porsche und Toyota starke Wettbewerber. Das neue Reglement ist eine zusätzliche Herausforderung – die unsere Mannschaft mit Ehrgeiz angeht. Am 14. Juni geht es nach Le Mans – unser Ziel ist klar: Wir treten an, um erneut zu siegen!

### „2013 war eines der erfolgreichsten Jahre unserer Motorsportgeschichte.“

Bleiben wir in der Konzern-Familie: Auch unsere italienischen Töchter waren 2013 sehr erfolgreich. Lamborghini erzielte mit 2.121 ausgelieferten Supersportwagen den dritten Auslieferungsrekord in Folge. Und auch Ducati hat die Bestmarke des Vorjahres übertroffen – mit mehr als 44.200 verkauften Motorrädern – trotz aller Widrigkeiten auf dem Motorradmarkt.

Insgesamt haben wir im Audi-Konzern 2013 einen neuen Rekord-Umsatz von 49,9 Milliarden Euro erwirtschaftet. Beim Operativen Ergebnis erreichen wir einen Wert von mehr als fünf Milliarden Euro – trotz herausfordernder wirtschaftlicher Rahmenbedingungen in einigen unserer Kernmärkte. Gleichzeitig haben wir vergangenes Jahr 3,6 Milliarden Euro investiert – zehn Prozent mehr als im Jahr zuvor. So bereiten wir unserem weiteren Erfolg den Boden.

2013 stand im Zeichen der Expansion und damit neuer Standorte. Noch vor gut einem Jahr hatten wir zehn Automobil-Produktionsstätten in neun Ländern. Heute sind es mit dem Automobil-Vollwerk im ungarischen Győr und dem Werk in Foshan, im Süden Chinas, zwölf in zehn Ländern. Dieses Jahr bauen wir erstmals mehr Autos im Ausland als zu Hause.

Die jüngsten Weichenstellungen stärken dieses Produktionsnetzwerk: Die CKD-Fertigung in Brasilien nehmen wir ab 2015 in Betrieb. Zudem haben wir das Audi-Vollwerk für Nordamerika entschieden: Ab 2016

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

produzieren wir in Mexiko den Audi Q5\*. Die Entscheidung für einen Standort auf diesem Kontinent liegt auf der Hand: Wollen wir uns auf dem US-Markt durchsetzen, brauchen wir mehr Modelle, kürzere Lieferzeiten und mehr Flexibilität. Mit dieser Lokalisierung machen wir uns unabhängiger von Wechselkurs-Schwankungen – was alleine schon Ergebnispotenziale mit sich bringt – und wir profitieren zugleich von mehreren Freihandelszonen. Wir exportieren dann zollfrei in die USA, nach Lateinamerika, Japan und auch zollfrei nach Europa!

Unsere Bauarbeiten in Mexiko gehen zügig vorwärts. Gleichzeitig treiben wir die notwendige Qualifizierung voran. Derzeit führen wir die Schulungen in Zusammenarbeit mit dem VW Instituto in Puebla durch. Im September eröffnen wir das Audi-Trainingscenter in San José Chiapa. Außerdem geht es darum, die jeweils besten Partner für unsere Innovationsvorhaben zu identifizieren und starke Lieferantenstrukturen aufzubauen. „Globalisierung durch Lokalisierung“ heißt das Stichwort. Ein Lieferantenpark in Werknähe ist eine wichtige Arbeitsgrundlage für unsere Partner vor Ort. Vor einer Woche war Spatenstich. Wir haben versprochen, bis zum Produktionsstart des Q5\* zwei Drittel der Bauteile in Mexiko zu lokalisieren. Mittelfristig zielen wir sogar auf 90 Prozent, um sämtliche Potenziale zu schöpfen. Drei Viertel der Wertschöpfung sind bereits vergeben.

Gut 7.000 Kilometer weiter südöstlich liegt Curitiba in Brasilien. Wir haben vergangenes Jahr beschlossen, dort ab 2015 die Audi A3 Limousine\* zu fertigen. Etwas später folgt der Q3\*. Die brasilianische Nachfrage nach Premium-Automobilen wird sich bis 2020 nach jüngsten Branchenstudien verdoppeln. Dieses Marktpotenzial wollen wir für Audi nutzen.

**„Zum Jahresende 2013 arbeiteten bei uns 73.751 Menschen. Das ist die Mannschaft, die unsere erfolgreiche Jahresbilanz erarbeitet hat.“**

Kommen wir zu den Menschen im Audi-Konzern: 2013 haben wir rund 6.400 neue Mitarbeiter eingestellt. Der größte Anteil entfällt auf Ingolstadt und Neckarsulm – mit mehr als 3.000 neuen Mitarbeitern, darunter rund

750 Jugendliche, die eine Ausbildung oder ein duales Studium bei uns aufgenommen haben. Zum Jahresende 2013 arbeiteten bei uns 73.751 Menschen.

Das ist die Mannschaft, die unsere erfolgreiche Jahresbilanz erarbeitet hat. Diesem Team gebührt unser Dank und unsere Anerkennung für die starke Leistung im Jahr 2013.

Für ihre herausragende Arbeit haben Tarifmitarbeiter der AUDI AG in diesem Jahr erneut eine Top-Ergebnisbeteiligung von durchschnittlich 6.900 Euro erhalten.

Meine Damen und Herren,

noch ein Wort zum Innovationstempo bei Audi.

Hier schalten wir einen weiteren Gang hoch. Der Löwenanteil unseres Investitionsprogramms fließt in die zweite Stufe unserer strategischen Modelloffensive.

Die erste Stufe haben wir zu Beginn des Jahrzehnts gestartet: Audi A4-Familie\* mit Limousine\*, Avant\* und allroad\* sowie A5 Coupé\*, Sportback\* und Cabriolet\*. Den Audi Q5 haben wir weltweit ausgerollt – ein regelrechter Boost für unser SUV-Segment! Der Audi Q3 – bislang unser Einstiegsmodell im SUV-Bereich. Und der A1\*, der zeigt, dass Premium keine Frage von Größe ist.

**„Der Löwenanteil unseres Investitionsprogramms fließt in die zweite Stufe unserer strategischen Modelloffensive.“**

Nun zünden wir die zweite Stufe. Die neue Generation des Modularen Längsbaukastens spielt hier eine zentrale Rolle. Er ist Grundlage der Segmente B bis D und kommt im gesamten Volkswagen-Konzern zum Einsatz – und zwar in 23 Modellen.

Neu ist unter anderem, dass wir den MLB jetzt auch für SUV-Modelle der oberen Segmente nutzen. Der neue Audi Q7\* macht den Anfang. Und wir werden die Q-Familie weiter auffächern.

In drei Jahren wird jeder dritte Audi weltweit ein Q-Modell sein!

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

Die einheitliche Grundarchitektur des MLB sichert uns maximale Flexibilität – auch im Hinblick auf unsere Antriebstechnologien: Der Baukasten ist sowohl für unsere klassischen wie auch alternativen Antriebe ausgelegt. So bringen wir die e-tron-Technologie systematisch in die Mittel- und Oberklasse. Darüber hinaus erlaubt uns diese modulare Entwicklungsstrategie auch, e-tron-Modelle in bestehenden Fertigungslinien zu produzieren. Diese drei Beispiele zeigen: Der Baukasten ist zukunftsfähig – in jeder Hinsicht.

„Gleichzeitig untermauern wir unseren Führungsanspruch in Innovationsfeldern wie Leichtbau, Lichttechnologie und Vernetzung. Beispiel Connectivity: Hier setzen wir branchenweit Maßstäbe!

Ein Audi ist das schnellste Mobile Device, das auf dem Markt zu finden ist. Die Vernetzung mit der Umgebung, Infrastruktur und anderen Automobilen steht dabei unter dem klaren Zeichen von Verkehrssicherheit und einem besseren Verkehrsfluss auf der Straße.

Der nächste Schritt ist das pilotierte Fahren. Auf dem Weg zu einem internationalen rechtlichen Rahmen dafür gab es vergangene Woche bei den Vereinten Nationen große Fortschritte. Sehr bald in den nächsten Jahren planen wir den Serieneinsatz mit einer Geschwindigkeit bis 60 Stundenkilometer. Als Basis dienen Fahrerassistenzsysteme, die wir heute schon in Serie anbieten. Wir bündeln alle Funktionen in einem Steuergerät, dem sogenannten zFAS Board. ZFAS steht dabei für „zentrales Fahrerassistenzsteuergerät“. Was vor einem Jahr noch einen ganzen Kofferraum belegte, ist künftig so groß wie ein Tablet Computer!

Meine Damen und Herren,

dies sind nur einige Highlights unserer Innovationsroadmap – unser Fahrplan für den Vorsprung durch Technik. Die Leitplanken für all unsere Vorhaben setzt dabei unser Anspruch an Effizienz und Nachhaltigkeit. Das zeigt unser Bekenntnis zum Volkswagen-Konzernziel von 95 Gramm CO<sub>2</sub> pro Kilometer bis 2020.

20 Prozent des aktuellen CO<sub>2</sub>-Zielkorridors erreichen wir, indem wir weiter optimieren: Bei Gewicht, Roll- und Luftwiderstand. Weitere 30 Prozent erschließen wir mit alternativen Antrieben wie Plug-in-Hybrid, Erdgas, batterie-elektrischem Antrieb und Brennstoffzelle.

Mit unseren klassischen Hochleistungs-Verbrennungsmotoren schaffen wir den Großteil der übrigen CO<sub>2</sub>-Emissionen. Dazu bauen wir auf unsere langjährige Erfahrung als Pioniere der aufgeladenen direkt einspritzenden Motoren und investieren weiter in unsere hoch effizienten Aggregate. Ein Beispiel: Beim Wiener Motorensymposium vor zwei Wochen haben wir zum Jubiläum „25 Jahre TDI“ die neue Generation unserer V6 TDI Motoren vorgestellt.

Damit steigern wir Fahrleistung und Laufkultur weiter: Die neue Motoren-Generation geht mit bis zu 272 PS an den Start. Gleichzeitig senken wir mit dem neuen V6 TDI die CO<sub>2</sub>-Emissionen um bis zu 16 Gramm pro Kilometer.

## „Nachhaltigkeit ist in unserem Selbstverständnis fest verankert.“

Meine Damen und Herren,

als global agierendes Unternehmen wissen wir sehr genau um unsere Verantwortung:

für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, für die Region, in der wir arbeiten und leben und für Umwelt und Gesellschaft. Bei Audi arbeiten wir an der Zukunft – mit Innovationen, und mit unseren Werten. Nachhaltigkeit ist in unserem Selbstverständnis fest verankert und Maßgabe unseres unternehmerischen Handelns. Diesen Anspruch verfolgen wir bei unseren Produkten und Prozessen über die gesamte Wertschöpfungskette. Daher haben wir auch dieses Jahr – als erster Premium-Automobilhersteller – unseren Corporate Carbon Footprint zertifizieren lassen. Mit dem CO<sub>2</sub>-Fußabdruck machen wir unsere unternehmensweiten Treibhausgas-Emissionen transparent. Damit können wir CO<sub>2</sub>-Emissionen noch gezielter analysieren und wirksamer reduzieren. Weitere Aktivitäten und Ziele des Audi-Konzerns haben wir 2012 in unserem Corporate Responsibility Report veröffentlicht. Maßnahmen und Kennzahlen für 2013 liegen Ihnen heute aktualisiert vor.

Meine Damen und Herren,

Erfolg ist ein Langstreckenrennen. Da geht es um die beste Technik. Die beste Mannschaft. Und um Kreativität. Mit der Strategie 2020 haben wir unsere Rennstrecke

abgesteckt. Und wir bringen ordentlich Tempo auf die Straße: Unsere Volumenziele erreichen wir in Rekordzeit. Gleichzeitig haben wir das größte Investitionsprogramm der Unternehmensgeschichte auf den Weg gebracht. Damit stellen wir die Weichen für unseren nachhaltigen Erfolg.

Auch dieses Jahr wollen wir unsere Rundenzeit verbessern. Was bedeutet dies konkret für 2014?

Zunächst zu unserem Wachstum. Wir werden unsere Verkäufe weiter steigern und dabei in allen Weltregionen zulegen – auch in Europa. In den USA machen wir den nächsten großen Schritt in Richtung 200.000 Auslieferungen – unsere Messlatte für 2020. Und in China wollen wir 2014 als erste Premiummarke mehr als eine halbe Million Kunden erreichen – und zwar deutlich mehr.

Damit steht fest: Wir werden unseren Wachstumskurs fortsetzen. Ein Selbstläufer wird das naturgemäß nicht. Sehen wir auf die konjunkturelle Weltkarte 2014, so sind es im Gegensatz zu den vergangenen Jahren die entwickelten Wirtschaftsnationen wie Deutschland, Großbritannien oder die USA, die sich hervortun – mit steigendem Bruttoinlandsprodukt und einer positiven Arbeitsmarktentwicklung.

**„Wir werden unsere Verkäufe weiter steigern und dabei in allen Weltregionen zulegen – auch in Europa.“**

Die sukzessive Abkehr der US-Notenbank von ihrer expansiven Geldpolitik hat die Währungen vieler Schwellenländer unter Druck gebracht – so zum Beispiel Argentinien.

Insgesamt sehen wir in der Gruppe der Emerging Markets sehr unterschiedliche Entwicklungen:

Brasilien oder Mexiko haben ihre Lehre aus der Krise gezogen und setzen mehr auf nachhaltige Wirtschaftspolitik. Das bereitet den Boden für weitere Investitionen – und damit auch eine weitere positive Entwicklung. Länder wie Russland oder Indien haben hier Nachholbedarf. Politische Unruhen wie in der Ukraine oder der Türkei bergen zusätzlichen Zündstoff.

Unterm Strich hält 2014 Herausforderungen bereit, wir werden die Marktentwicklung sehr genau im Auge behalten. Gleichzeitig nimmt die Intensität des Wettbewerbs weiter zu.

**„Im März haben wir das erfolgreichste Auftaktquartal der Unternehmensgeschichte mit dem stärksten Verkaufsmonat abgeschlossen. Eine doppelte Bestmarke!“**

Viele unserer Wettbewerber sind aggressiv unterwegs. Davon haben wir uns aber nicht beeindruckt lassen: Im März haben wir das erfolgreichste Auftaktquartal der Unternehmensgeschichte mit dem stärksten Verkaufsmonat abgeschlossen. Eine doppelte Bestmarke!

Gleichzeitig halten wir unsere Operative Umsatzrendite auf hohem Niveau – und bewegen uns sogar leicht über unserem strategischen Zielkorridor. Audi ist Renditechampion! Im ersten Quartal liegen wir in 17 der Top 20-Märkte deutlich über Vorjahr.

In Europa haben wir unsere Spitzenposition klar verteidigt. In den USA sind wir trotz extremer Winterverhältnisse stärker als der Markt gewachsen – und unserem Anspruch an ein qualitatives Wachstum treu geblieben! In China haben wir das beste erste Quartal der Audi-Geschichte eingefahren. Das heißt: Wir haben – allen Unkenrufen zum Trotz – das Tempo aus dem vergangenen Jahr fortgesetzt. China ist unser stärkster Markt – und wir sein stärkster Player.

Insgesamt verzeichnen wir von Januar bis März mehr als 412.000 Auslieferungen der Marke Audi, das ist ein Plus von rund 12 Prozent. Auch im April bleiben wir mit 11,6 Prozent auf Wachstumskurs – und zwar weltweit.

Wichtige Impulse setzt unser Produktportfolio in den internationalen Märkten. Der Roll-out der A3-Familie\* schöpft weiteres Potenzial. Ein Beispiel: Im April ist die A3 Limousine\* in den USA gestartet. Allein im ersten Monat der Markteinführung haben wir dort mehr als 2.000 Einheiten verkauft. Ein starker Auftakt.

In diesem Jahr bringen wir 17 Modelle und Derivate auf den Markt. Die ersten drei Modell-Neuheiten

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

debütierten auf dem Genfer Automobilsalon. Das Audi S3 Cabriolet\*: das erste A3 Cabrio\* mit quattro. Der Audi S1\*: Die Erfolgsformel quattro geht in jeder Größe auf!

Der neue Audi TT\* verstärkt unser Team der Hochleistungssportler. Das heißt: noch mehr Leistung bei weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen.

Auch unsere Tochtermarken haben in Genf Weltpremierer gefeiert: Lamborghini schlägt mit dem Huracán\* ein neues Kapitel auf. Er erweist sich schon jetzt als würdiger Nachfolger des Gallardo: Mehr als 1.500 Lamborghini-Fans haben bereits bestellt.

Ducati präsentierte die neue Diavel. Das „Motorrad des Jahres“ – so die Auszeichnung Europas größter Motorrad-Zeitschrift – wird das Geschäft ebenso stärken wie die neue Monster 1200, die bereits im November ihre Messepremiere absolvierte.

**„Der neue Audi TT verstärkt unser Team der Hochleistungssportler. Das heißt: noch mehr Leistung bei weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen.“**

Zurück zu unserer Kernmarke: Mit dem wachsenden Produktportfolio gewinnt auch unsere Internationalisierung weiter an Fahrt. Unsere Kompaktklasse erweist sich dabei nicht nur als Kundenmagnet, der Audi A3\* erhält auch internationales Renommee: Seit April ist er World Car of the Year – weltbestes Auto!

Der Verkaufsstart der neuen A3-Familie in China und den USA gehört zu den wichtigen Terminen dieses Jahres. In beiden Ländern ist die Kompaktklasse im Premiummarkt noch unter-repräsentiert. Doch dies ändert sich: In China zum Beispiel ist das Premium-A-Segment im ersten Quartal dreimal so stark gewachsen wie der Premiummarkt insgesamt. Davon profitieren wir vor allem mit der A3 Limousine\*. Auf der Auto China Show, Mitte April in Peking, hatte die Limousine einen starken Auftritt.

Der A3 Sportback e-tron\* sorgte zusätzlich für Spannung. Er verkörpert den neuesten Stand zukunftsorientierter Antriebstechnologien: Ein leistungsstarker Elektromotor und ein effizienter 1.4 Liter TFSI-Verbrennungsmotor bieten kombiniert mehr als 900 Kilometer Reichweite,

davon 50 Kilometer rein elektrisch. Und das bei minimalem Kraftstoffverbrauch und extrem niedriger CO<sub>2</sub>-Emission mit nur 35 Gramm pro Kilometer.

e-tron – das bedeutet: dynamisches Fahren und kompromissloser Fahrspaß auf Premium-Niveau.

Das ist der Audi-Weg in die Zukunft der Mobilität. Und diese Zukunft bringen wir in Serie.

**„Der A3 Sportback e-tron verkörpert den neuesten Stand zukunftsorientierter Antriebstechnologien.“**

Der A3 e-tron\* ist erst der Anfang. Wir bringen ab sofort jedes Jahr einen neuen Audi e-tron auf den Markt.

Noch ein Punkt unserer China-Reise: In Peking haben wir Einblick in die Ideenschmiede des Audi-Design gegeben – und auf den möglichen Look künftiger TT-Varianten. Zum einen hatten wir das Showcar aus Detroit auf der Bühne, den Audi allroad shooting break. Sein starker und effizienter Hybridantrieb macht eine neue Form des quattro-Antriebs möglich – den e-tron quattro. Der 420 PS-starke Audi TT sport quattro concept, das Showcar aus Genf, bringt die sportlichen Gene des TT\* auf den Punkt. Weltpremiere feierte in Peking der Audi TT offroad concept. Der Plug-in-Hybrid mit e-tron quattro-Antrieb kombiniert den sportlichen Charakter eines Coupés mit dem hohen Nutzwert eines kompakten SUV.

Das langfristige Ziel für unser Produktportfolio ist klar: Bis zum Jahr 2020 wollen wir mehr als 60 Audi-Modelle haben.

Eine Besonderheit sind dabei unsere neuen ultra-Modelle. Wir haben über die gesamte Modelpalette hinweg eine Effizienz-Meisterschaft gestartet. Als Audi ultra-Modell bezeichnen wir unsere CO<sub>2</sub>-Champions in jeder Baureihe. Das heißt: volle Performance, beste CO<sub>2</sub>-Werte.

Diese Effizienz-Speerspitze geht vom Audi A3 ultra\* mit 3,2 Liter Diesel Verbrauch und 85g CO<sub>2</sub> bis zum Audi A6 ultra\* mit 4,4 Liter Diesel Verbrauch und 114g CO<sub>2</sub> – bei 190 PS Leistung!

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

Als „non-plus ultra“ ist unser Ziel die CO<sub>2</sub>-neutrale Mobilität. Dabei blicken wir über die Nutzungsphase eines Autos hinaus und richten die gesamte Wertschöpfungskette nach diesem Ziel aus. Zum Beispiel stammen 100 Prozent des Stroms, den wir für unser Werk hier in Ingolstadt beziehen, aus regenerativen Quellen.

Wie richten wir Audi darüber hinaus für die Zukunft aus?

Personell werden wir weiter gezielt einstellen und unsere Mannschaft für die nächsten Etappen bis 2020 verstärken. Die AUDI AG wächst – und mit ihr die Beliebtheit als Arbeitgeber. Jüngster Beleg sind die aktuellen Rankings trendence und UNIVERSUM: Audi ist Wunscharbeitgeber für die meisten Studierenden in Deutschland, gerade bei angehenden Ingenieuren liegen wir erneut hoch im Kurs. Gleichzeitig bieten wir beste Jobchancen: In Deutschland wollen wir 2014 mehr als 2.000 Experten für die zweite Strategie-Zündstufe

einstellen. Und wir bieten wieder mehr als 750 Jugendlichen einen Ausbildungsplatz.

**„Wir gehen mit starken Partnern und einem hochmotivierten Team an unsere Aufgaben heran. Mit dem klaren Anspruch auf die Nummer 1.“**

Meine Damen und Herren,

ich sagte, Erfolg ist ein Langstreckenrennen. Und Langstreckenrennen sind Teamsport. Wir gehen mit starken Partnern und einem hochmotivierten Team an unsere Aufgaben heran.

Mit dem klaren Anspruch auf die Nummer 1.

Vielen Dank.

## Verbrauchsangaben der genannten Modelle

**Audi A1:**

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 7,3 - 3,8  
CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert in g/km: 168 - 99

**Audi S1:**

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 7,3 - 7  
CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert in g/km: 168 - 162

**Audi A3:**

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 7,1 - 3,2  
CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert in g/km: 165 - 85

**Audi A3 ultra:**

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 3,3 - 3,2  
CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert in g/km: 88 - 85

**Audi A3 Sportback:**

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 7 - 3,3  
CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert in g/km: 162 - 88

**Audi A3 Sportback e-tron:**

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 1,5  
CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert in g/km: 35

**Audi A3 Limousine:**

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 7 - 3,3  
CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert in g/km: 162 - 88

**Audi A3 Cabriolet:**

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 7,1 - 4,2  
CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert in g/km: 165 - 110

**Audi S3 Cabriolet:**

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 7,1  
CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert in g/km: 165

**Audi A4:**

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 10,7 - 4  
CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert in g/km: 249 - 104

**Audi A4 Limousine:**

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 9,4 - 4  
CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert in g/km: 178 - 104

**Audi A4 Avant:**

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 10,7 - 4,2  
CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert in g/km: 249 - 109

**Audi A4 allroad quattro:**

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 7,1 - 5,6  
CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert in g/km: 164 - 145

**Audi A5 Coupé:**

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 10,5 - 4,2  
CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert in g/km: 246 - 109

**Audi A5 Sportback:**

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 7,7 - 4,2  
CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert in g/km: 179 - 109

**Audi A5 Cabriolet:**

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 10,7 - 4,7  
CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert in g/km: 249 - 123

**Audi A6 ultra:**

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 4,6 - 4,4  
CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert in g/km: 119 - 114

**Audi A8:**

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 11,3 - 5,9  
CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert in g/km: 264 - 144

**Audi Q3:**

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 8,8 - 5,2  
CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert in g/km: 206 - 137

**Audi Q5:**

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 8,5 - 4,9  
CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert in g/km: 199 - 129

**Audi Q7:**

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 10,7 - 7,2  
CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert in g/km: 249 - 189

**Audi TT:**

Das Fahrzeug wird noch nicht zum Kauf angeboten.  
Es besitzt noch keine Gesamtbetriebserlaubnis und unterliegt daher nicht der Richtlinie 1999/94/EG.

Vorläufige Werte:

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 7,1 - 4,2  
CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert in g/km: 164 - 110

**Lamborghini Huracán:**

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 12,5  
CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert in g/km: 290