

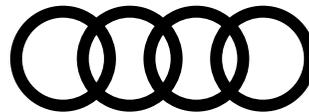
Rede zur Hauptversammlung

AUDI AG | Ingolstadt, 12. Mai 2016



Prof. Rupert Stadler

Vorsitzender des Vorstands
der AUDI AG



„Wer Neuland betritt, braucht die Neugier, neue Wege zu entdecken. Das ist genau das, was uns Audianer ausmacht.“

Meine Damen und Herren,
sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre!

Genau hier, im Audi Forum Ingolstadt, erleben wir Tag für Tag die Freude, die der Käufer eines neuen Audi verspürt, wenn er ihn abholt. Diese Begeisterung ist unser aller Antrieb. Ein herzliches Willkommen von meiner Seite – im Namen unseres Vorstands-Teams und aller Audi-Mitarbeiter.

„Im Audi Forum Ingolstadt, erleben wir Tag für Tag die Freude, die der Käufer eines neuen Audi verspürt, wenn er ihn abholt. Diese Begeisterung ist unser aller Antrieb.“

Traditionell stehen wir Ihnen bei einer Hauptversammlung zum abgelaufenen Geschäftsjahr Rede und Antwort. Gleichzeitig erhalten Sie wie immer auch einen Ausblick, was Sie in diesem Jahr vom Audi-Konzern erwarten dürfen. Darauf werde ich im zweiten Teil meiner Rede eingehen. Zunächst der Blick zurück auf ein herausforderndes Geschäftsjahr 2015.

Zum Rückblick gehört auch ein Situationsbericht zum Thema Diesel. Mit Software-Manipulationen bei Dieselmotoren sind Regeln gebrochen und ethische Grenzen

überschritten worden. Wir alle im Volkswagen-Konzern bedauern, was passiert ist. Wir arbeiten mit ganzer Kraft daran, Vertrauen zurückzugewinnen. Das geht nur mit voller Transparenz. Und mit nachhaltigen Lösungen: 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 unseren Kunden für Abhilfe sorgen und für den weiteren Weg in die Zukunft sicherstellen, dass Aufrichtigkeit oberstes Geschäftsprinzip ist.

„Unsere Kunden haben für uns oberste Priorität.“

Die konzernweite Aufklärung läuft. Der Aufsichtsrat der Volkswagen AG hat dazu eine externe Untersuchung durch die Kanzlei Jones Day beauftragt. Diese ist weit fortgeschritten. Jones Day rechnet mit einem Abschluss im vierten Quartal. Unterdessen treiben wir die technische Abhilfe für unsere Kunden voran – bis das letzte Auto in Ordnung ist. Unsere Kunden haben für uns oberste Priorität.

Zum Vierzylinder-TDI-Motor in Europa hat der Volkswagen-Konzern dem Kraftfahrt-Bundesamt Pläne zur Nachrüstung vorgelegt. Aus technischen Gründen sind jeweils mehrere Modelle in einer Gruppe zusammengefasst. Das Kraftfahrt-Bundesamt hat für die ersten Gruppen seine Freigabe erteilt. Daher haben wir außer in Nordamerika weltweit bereits mit dem Rückruf der Modelle Audi A4, A5, A6 und Q5 mit 2.0 TDI-Motor begonnen. Weitere Länder, darunter 27 EU-Staaten, orientieren sich an dieser Entscheidung.

Zirka 90 Prozent aller betroffenen Audi-Modelle sind 2.0-TDI-Motoren. Bei ihnen spielen wir ein Software-Update auf – ein Vorgang von etwa zehn Minuten. Bei den übrigen circa 10 Prozent handelt es sich um 1.6-TDI-Motoren. Bei ihnen schaffen wir Abhilfe per Soft- und Hardware. Für die Kunden bedeutet das einen kurzen Werkstattaufenthalt von weniger als einer Stunde.

„Platz eins für ausnahmslos alle Audi-Modelle in den Kategorien Kundenzufriedenheit, Zuverlässigkeit, Straßentest und Sicherheit.“

In Europa wird uns die Umrüstaktion der betroffenen Modelle voraussichtlich bis Ende des Jahres beschäftigen. Für die USA ist Volkswagen als verantwortlicher Entwickler der 4-Zylinder-TDI-Motoren derzeit in Abstimmung mit den Behörden, um die weitere Vorgehensweise festzulegen. Mit einer Grundsatzvereinbarung ist ein wichtiger Schritt gemacht. Das Gericht hat eine absolute Vertraulichkeit der Gespräche gefordert. Deshalb bitten wir um Ihr Verständnis: Wir können heute noch nichts kommunizieren. Nur so viel: Audi ist in den USA mit rund 13.000 Autos betroffen. Die Kosten dafür werden durch Volkswagen getragen.

Kommen wir zum von Audi entwickelten 3.0-TDI-V6-Motor: In Europa entspricht der Motor den Zulassungsbedingungen. Dennoch haben wir dem Kraftfahrt-Bundesamt gemeinsam mit anderen Herstellern eine Softwareänderung versprochen. Mit dieser freiwilligen Serviceaktion räumen wir letzte Zweifel der Untersuchungskommission aus. Beim nächsten Werkstattaufenthalt können die betroffenen rund 60.000 Audi-Kunden ein Software-Update durchführen lassen.

Für Nordamerika haben wir den Behörden CARB und EPA technische Lösungen vorgestellt. Diese befinden sich derzeit bei den US-Behörden in Prüfung. Im Geschäftsjahr 2015 haben wir eine ergebniswirksame Sonderbelastung von 228 Mio. EUR zurückgestellt – diese Mittel setzen wir für technische Lösungen, rechtliche Risiken sowie Maßnahmen ein, die gezielt auf unsere Kunden und den Handel ausgerichtet sind.

Meine Damen und Herren, unsere US-Kollegen und unsere Händler stehen weiterhin voll hinter unserer Marke. Sie alle geben Tag für Tag alles für Audi. Und machen einen richtig guten Job. 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 für unsere amerikanischen Kunden hat Audi nicht an Strahlkraft eingebüßt: Für sie ist Audi die „beste Automarke 2016“. Das ist das Ergebnis der neuesten „Consumer Reports“. Platz eins für ausnahmslos alle Audi-Modelle in den Kategorien Kundenzufriedenheit, Zuverlässigkeit, Straßentest und Sicherheit.

„Wir schließen 2015 mit einem neuen Auslieferungsrekord für Audi ab: 1,8 Millionen verkaufte Automobile weltweit. Das sind 300.000 Einheiten mehr, als wir uns für 2015 vorgenommen hatten.“

Nicht nur in den USA sind die Menschen weiter von Audi begeistert. Das gilt in vielen Märkten. Audi A3 Sportback*, A4 Avant* und A6 Avant* – die aktuellen „Firmenautos des Jahres“, der Audi R8 als „World Performance Car 2016“. Acht erste Plätze jüngst bei der Auto BILD-Leserwahl „Die Besten Marken in allen Klassen“. Audi als „Innovationsstärkste Premiummarke“ 2016. Und der erste Platz in der Kategorie „Connected Car“ bei den Automotive Innovations Award 2016 zeigt: Wir sind auf einem guten Weg und bereiten uns für die Zukunft weiter vor.

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

Trotz aller Herausforderungen – politische Krisenherde in Russland und Brasilien, Währungsturbulenzen und wirtschaftliches Auf und Ab in China – unser Geschäft ist weiter stark. Wir schließen 2015 mit einem neuen Auslieferungskord für Audi ab: 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 und 72 Rekordmonate in Folge.

„Ungeachtet aller Belastungen ist unser operatives Geschäft kerngesund. So haben wir 2015 ein Operatives Ergebnis vor Sondereffekten auf Vorjahresniveau erzielt – es beträgt 5,1 Mrd. Euro. Nach Sondereffekten liegt es bei 4,8 Mrd. Euro.“

Das Operative Ergebnis des abgelaufenen Jahres weisen wir in unserer Gewinn- und Verlustrechnung vor und nach Sondereffekten aus. Damit lässt sich die tatsächliche Ertragskraft unseres Konzerns absolut transparent als solide bewerten. Ungeachtet aller Belastungen ist unser operatives Geschäft kerngesund. So haben wir 2015 ein Operatives Ergebnis vor Sondereffekten auf Vorjahresniveau erzielt – es beträgt 5,1 Mrd. Euro. Nach Sondereffekten liegt es bei 4,8 Mrd. Euro.

Meine Damen und Herren, lassen Sie uns einen Blick auf die großen Absatzregionen von Audi werfen.

In den USA zahlen sich die Investitionen in unsere Marke weiter aus. Sie sehen: 2015 sind wir doppelt so schnell gewachsen wie der Markt. Unser US-Absatz stieg um elf Prozent auf exakt 202.202 Autos. Innerhalb von fünf Jahren haben wir unseren Absatz in den USA verdoppelt.

In Europa bestätigen wir unsere Position als Premium-Marktführer. Wir verzeichnen ein Plus von fast fünf Prozent auf knapp 800.000 Autos. Stark unterwegs sind wir im Heimatmarkt Deutschland, denn auch hierzulande sind wir die Nummer eins. In Frankreich legen wir um gut fünf 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.

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. 2015 geht als besonderes Jahr für Chinas Wirtschaft in die Geschichte ein. Unsicherheiten am Immobilienmarkt und Kursschwankungen an den Börsen machten vielen unsere Kunden dort zu schaffen.

Weltweit ging die Sorge um, die Dynamik in China lasse deutlich nach. Dies hätte auch für die gesamte Autoindustrie gravierende Folgen. Ein starkes Abbremsen halten wir jedoch für äußerst unwahrscheinlich. Bereits Ende 2015 hat sich der Gesamt-Automobilmarkt in unserem wichtigsten Einzelmarkt China stabilisiert.

Als langjähriger Marktführer haben wir frühzeitig entschieden, 2015 bewusst als Konsolidierungsjahr in China zu fahren. Das heißt: konsequenter Fokus auf Kundenzufriedenheit und Profitabilität. Unser chinesisches Produkt-Portfolio steht zudem vor einem Umbruch: Seit Beginn dieses Jahres erneuern wir Modelle, die für einen großen Teil unseres Absatzes im Markt stehen. Summa summarum: China ist und bleibt langfristig ein sehr solider Wachstumsmarkt – mit jeder Menge Potenzial für die Marke Audi.

„In Europa bestätigen wir unsere Position als Premium-Marktführer. Wir verzeichnen ein Plus von fast fünf Prozent auf knapp 800.000 Autos.“

Meine Damen und Herren, im vergangenen Jahr haben wir zwölf Audi-Modelle – neu oder überarbeitet – auf den Markt gebracht. Allen voran Audi A4* und Audi Q7*, entscheidende Wachstumstreiber, die wir heute ausgestellt haben, letzteren als SQ7*. Ihre Einführung in vielen internationalen Märkten sorgt für weiteren Schub.

Für jede Menge Schubkraft sind auch die Supersportwagen aus Sant'Agata Bolognese bekannt. Bei Lamborghini heißt es seit fünf Jahren „Wachstum nonstop“. 2015 hat unsere italienische Tochter bei den Auslieferungen zum ersten Mal die 3.000er-Marke überschritten – ein sattes Plus von 28 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Großen Anteil an diesem Erfolg hat der Lamborghini Huracán*: In seinem ersten vollen Verkaufsjahr hat er mehr als 2.200 Kunden – oder besser: Liebhaber für sich gewonnen.

Sie sehen, der Stier ist kampfeslustiger denn je. Der Absatz der Marke hat sich seit 2005 verdoppelt. Lamborghini hat in

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

den vergangenen fünf Jahren rund 500 unbefristete Arbeitsplätze geschaffen. Und wir verdoppeln in Sant'Agata Bolognese die Werkfläche gerade auf 150.000 Quadratmeter und schaffen 500 neue Arbeitsplätze.

Unsere zweite italienische Tochter, Ducati, hat 2015 ebenfalls für einen Absatzrekord gesorgt. 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.

„Wir haben eine engagierte Mannschaft und ein Unternehmen mit solider Substanz. Deswegen bin ich überzeugt: Wir befördern die Vier Ringe gemeinsam in eine weiter erfolgreiche Zukunft.“

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. Mehr als 700 Ducati-Händler in 90 Ländern haben Anteil am Erfolg. 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 unermüdlich für unsere ambitionierten Ziele. Gerade jetzt. Mit Leidenschaft und Loyalität. 2015 haben wir rund 7.500 Mitarbeiter neu an Bord geholt, vor allem bei der AUDI AG und bei Audi México. Allein in Deutschland haben wir mehr als 4.000 Menschen eingestellt. Davon rund 1.600 Experten mit Kompetenzen zu Digitalisierung und E-Mobilität. Für unsere duale Berufsausbildung sind wir in der Automobilbranche als „Deutschlands bester Ausbildungsbetrieb 2016“ ausgezeichnet worden. Der Anteil der jungen Frauen unter den Auszubildenden steigt weiter an und lag im vergangenen Jahr bei 30 Prozent. Wir fördern gezielt unsere Nachwuchskräfte und erhöhen die Zahl der Ausbildungsplätze deshalb noch einmal um zehn Prozent.

An dieser Stelle ist es mir wichtig, noch einmal Danke zu sagen – allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an allen Standorten weltweit. Erst die Menschen machen den Erfolg

eines Unternehmens möglich. Wir haben eine engagierte Mannschaft und ein Unternehmen mit solider Substanz. Deswegen bin ich überzeugt: Wir befördern die Vier Ringe gemeinsam in eine weiter erfolgreiche Zukunft.

Meine Damen und Herren, unser Ausblick für das laufende Geschäftsjahr steht unter eine Reihe von negativen Vorzeichen. Die Belastungen aus der Diesel-Affäre sind noch nicht verdaut. Es gibt weiterhin unzählige regionale Krisenherde. Aufgrund der Flüchtlingskrise und einem drohenden Austritt von Großbritannien aus der EU hält Europa den Atem an. Die hohe Volatilität wichtiger Währungen belastet unser Geschäft zusätzlich. Nicht zuletzt flammt die Griechenland-Schuldenkrise erneut auf. Und im zunehmend reifer werdenden Markt China erleben wir nun eine weitere Intensivierung des Wettbewerbs. In einem Satz: Die Bedingungen für unser Handeln sind äußerst herausfordernd.

„Unsere gesamte Industrie befindet sich in einem historischen Umbruch. Neue Wettbewerber aus der IT-Branche treten an. Die Digitalisierung eröffnet uns ganz neue Möglichkeiten für den nächsten großen Innovationssprung.“

Und doch: Wir wollen 2016 weiter wachsen. Deshalb geht unsere Modelloffensive weiter. Wir bringen in diesem Jahr mehr als 20 neue oder überarbeitete Audi-Modelle auf den Markt: Der Audi A3 hat eine umfangreiche Produktaufwertung erhalten. Wir vervollständigen die A4-Familie um den allroad quattro* und den sportlichen Bruder S4**. Für China gibt es zudem die Audi A4 Limousine** mit langem Radstand.

Auf den Nachfolger einer Designikone freuen wir uns ganz besonders: den neuen Audi A5 als Coupé** samt sportlichem Bruder S5**. In unserer Q-Baureihe debütieren in diesem Jahr allen voran der Audi Q7 e-tron* sowie der Audi SQ7 TDI*. Ihnen folgt unser jüngster Q, der Audi Q2 – er ist „made in Ingolstadt“. Mit ihm steigen wir in der zweiten Jahreshälfte in ein neues Markt-Segment ein und eröffnen unseren Kunden ein neues Tor in die Welt der SUV.

Die Wirtschaftslage in den USA zeigt sich nach dem schwächeren Jahresauftakt momentan zum Glück wieder etwas

* 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.

positiver. In China zeichnen die jüngsten Wirtschaftsdaten ein anderes Bild der aktuellen Konjunkturlage als noch vor einigen Jahren. Trotz dieser anspruchsvollen Bedingungen sind wir bisher gut unterwegs.

„2016 haben wir mit den weltweiten Auslieferungen einen guten Auftakt gemacht. Global haben wir bis Ende April für die Marke Audi ein Absatzplus von 4,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr erzielt.“

2016 haben wir mit den weltweiten Auslieferungen einen guten Auftakt gemacht. Global haben wir bis Ende April für die Marke Audi ein Absatzplus von 4,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr erzielt. In Europa liegen wir sogar 7,8 Prozent über dem Vorjahr. Besonderen Anteil daran hat unser neuer Audi A4. In den USA liegen wir 5,0 Prozent über Vorjahr. In China sind es 5,9 Prozent plus – trotz der aktuellen Modellwechsel.

Unsere Modellathleten sind dabei ganz klar unsere Q-Modelle. Wir erleben bei Audi ein weltweites Wachstum im SUV-Segment von deutlich über 10 Prozent. Sie sehen, mit unserem neuen Audi Q7 und unserem neuen City-SUV Audi Q2 sind wir auf dem richtigen Weg.

Zudem stellen wir im zweiten Halbjahr unseren neuen Audi Q5** vor. Am Produktionsstart dieses Bestsellers in San José Chiapa in Mexiko arbeitet die Mannschaft mit Hochdruck. 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 aus 200.000 Bewerbungen die 2.000 qualifiziertesten Mitarbeiter ausgewählt und eingestellt. 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. Damit begegnen wir den Unwägbarkeiten aus Währungsschwankungen.

Damit nach Italien: Bei Lamborghini produzieren wir ab 2018 den Super-Sportwagen im SUV-Segment.

Diese dritte Baureihe sichert deutliches Wachstum und gibt uns unternehmerische Stabilität. Deswegen investieren wir dort – und haben dabei folgende Ziele: Schon bald die Marke von 1 Milliarde Euro Umsatz zu brechen. Und mehr als 4.000 Lamborghini pro Jahr zu verkaufen.

Kommen wir zu Ducati – „La Rossa di Borgo Panigale“, wie die Italiener sagen. Die Traditionsmarke stellt in diesem Jahr neun neue Modelle vor. Drei greife ich heraus: Die XDiavel geht als Cruiser-Modell der Marke an den Start und unterstützt weiteres Wachstum, insbesondere in der Region Nordamerika. Gerade haben die Motorrad-Fans dieses wichtige Modell hierzulande bei der Wahl zum „Motorrad des Jahres 2016“ in der Kategorie „Chopper und Cruiser“ auf Platz 1 gewählt. Ein toller Start! 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 einem kompakten 400 Kubikzentimeter-Motor.

„Wir finden Lösungen für die Megatrends unserer Gesellschaft – das Auto zum begehrtesten digitalen Gerät machen, die Klimaziele mit nachhaltigen Produkten unterstützen und die Mobilität für die Stadt der Zukunft gestalten.“

Von unseren italienischen Töchtern zu unseren heimischen Standorten. In der Nähe von Ingolstadt haben wir ein Batterie-Technikum angesiedelt. Für den weiteren Ausbau der Elektromobilität bündeln wir hier Know-How, von der Zellchemie bis zur Endmontage der Hochvoltbatterien. In Neckarsulm stellen wir die Weichen für unser neues Flaggschiff. 2017 werden wir den neuen Audi A8 vorstellen. Gerade haben wir dafür die neue Montage eröffnet. So zukunftsweisend wie der neue A8 ist auch seine Produktionsstätte. Dort agieren fahrerlose Transportsysteme im Schwarm. Dadurch sind wir flexibler, steigern die Effizienz, erhöhen die Qualität und erleichtern die Arbeit der Mitarbeiter.

Meine Damen und Herren, Audi ist bald 107 Jahre alt. Und es fühlt sich an, als würden wir noch einmal ganz von vorne anfangen. Unsere gesamte Industrie befindet

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

sich in einem historischen Umbruch. Neue Wettbewerber aus der IT-Branche treten an. Diese Unternehmen sind schnell unterwegs, ohne Rücksicht auf Verluste.

Die Digitalisierung eröffnet auch uns ganz neue Möglichkeiten. Und zwar für den nächsten großen Innovationsprung. Denn Audi steht auch zukünftig für Vorsprung. Wir sind bekannt dafür, dass wir oft anders, bewusst quer denken. Wir finden Lösungen für die Megatrends unserer Gesellschaft – zum Beispiel für folgende Herausforderungen: Das Auto zum begehrtesten digitalen Gerät zu machen. Die Klimaziele mit nachhaltigen Produkten zu unterstützen. Die Mobilität für die Stadt der Zukunft zu gestalten. Kurzum: Wir interpretieren die Mobilität der Zukunft neu.

„Wenn das Auto der Zukunft automatisiert fährt, kann der Mensch seine Zeit anders nutzen. Wenn Autos miteinander und mit ihrem Umfeld kommunizieren, kommt der Mensch schneller, stressfreier und sicherer ans Ziel.“

Dazu stelle ich Ihnen unsere drei Stoßrichtungen 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. Nehmen wir das 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 einzigartigen 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. 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. Die Vision ist ein Echtzeit-Realitätsindex unserer modernen Welt. Hier geht es um weit mehr als Mobilität. Hier geht es um das Internet der Dinge und Dienstleistungen.

Wenn Echtzeit-Informationen 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. Im Laufe des Jahres werden wir dafür erste Feldversuche durchführen. 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. Sie sollen wissen, dass auch ihre virtuelle Identität bei uns sicher ist. Über unsere Plattform reichern wir künftig das Kundenerlebnis digital an. Und das reicht weit über das Kernprodukt hinaus. Es bringt Mehrwert für den Kunden und neue Geschäftschancen für uns. Auf dem Weg dahin bauen wir digitale Ideenschmieden auf und fördern gezielt Start-ups.

„Vorsprung“ heißt auch: Pionierarbeit leisten. Mit spektakulären Fahraktionen zeigen wir seit 2009 immer wieder: Audi ist führend beim pilotierten Fahren. Diese Kompetenz bringen wir bald in die Serie. Die nächste Generation des Audi A8 beherrscht ab 2017 pilotiertes Fahren bis 60 km/h und pilotiertes Parken.

„Das „neue Premium“ ist digital vernetzt, effizient und emissionsfrei – und begleitet unsere Kunden in ihrem urbanen Lebensstil.“

Ich bin überzeugt, bis 2025 werden wir das vollautomatisierte Fahren sehen. Davon profitieren unsere Kunden langfristig: Der Audi von morgen ist Arbeitsplatz, Ort der Entspannung und Erlebniswelt.

Wir bei Audi nennen das die „25. Stunde“. Wenn das Auto der Zukunft automatisiert fährt, kann der Mensch seine Zeit anders nutzen. Wenn Autos miteinander und mit ihrem Umfeld kommunizieren, kommt der Mensch schneller, stressfreier und sicherer ans Ziel. All das spart Zeit. Und Zeit ist das größte Geschenk, das man heute einer hochentwickelten Gesellschaft machen kann.

Der zweite Meilenstein: Nachhaltigkeit. Die Zukunft der Mobilität ist emissionsfrei. Unsere Roadmap für die Elektromobilität steht. Hybride und Plug-in-Hybride sind für uns Übergangs- und Brückentechnologie zugleich. Unser erstes voll-elektrisches Großserien-Auto geht bereits übernächstes Jahr in Produktion.

Und wir denken darüber hinaus: Ab 2020 bringen wir jedes Jahr ein elektrifiziertes Modell heraus.

Und zwar nicht in Marktnischen, sondern in volumenstarken Segmenten, zum Beispiel in unserer erfolgreichen Q-Familie. E-Mobilität setzt eine leistungsstarke Lade-Infrastruktur voraus: Mindestens 150 kW – am besten 350 kW – fürs Schnell-Laden entlang der Autobahnen. Daher brauchen wir ein globales Schnell-Ladenetz.

„Vorsprung“ heißt: Premium-Lösungen für Elektromobilität gestalten. Unter Premium verstehen wir in Zukunft auch, dass unser Kunde schon während der Fahrt einen Parkplatz mit Ladesäule reserviert. Elektromobilität muss wie selbstverständlich in unseren Alltag einziehen. Nur dann nimmt sie in unserer Gesellschaft immer mehr Gestalt an. Für uns gilt es jetzt, diese Transformation aktiv und beherzt voranzutreiben.

„Vorsprung“ heißt: Premium-Lösungen für Elektromobilität gestalten.“

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.

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 hier im Volkswagen-Konzern die Führung und bringt diese Technologie in den kommenden Jahren aus der Forschung in Richtung Serienentwicklung.

„Vorsprung“ heißt: Bewährtes noch besser machen. Und so erfasst das Streben nach Effizienz und Nachhaltigkeit die gesamte Audi-Welt. Schon heute unternehmen wir in diesem Streben einen großen Schritt: Mehr als sieben Millionen Autos haben wir bislang mit dem permanenten Allradantrieb quattro ausgestattet – jetzt machen wir ihn noch effizienter. Ab Mitte 2016 bringen wir im neuen Audi A4 allroad den quattro-Antrieb mit ultra-Technologie. Dieser Antrieb denkt mit und sorgt für maximale Effizienz. Er ist immer bereit – permanent verfügbar.

Braucht man keinen quattro, wird der Audi zum Fronttriebler. Das reduziert den Verbrauch und damit die Emissionen um 4 Gramm CO₂ pro Kilometer.

Und unser stärkstes Q-Modell, der Audi SQ7 TDI*, verfügt über ein 48-Volt-Bordnetz. Erst dadurch wird seine überragende Sprintfähigkeit mit Hilfe eines elektrisch angetriebenen Verdichters möglich.

„Vorsprung“ heißt die Logik der Mega-Städte begreifen. Wer die Stadt der Zukunft versteht, hält ihren goldenen Schlüssel in der Hand.

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 bis zu drei Viertel der Menschen in Städten wohnen.

Dafür muss ein Mobilitätsanbieter in Zukunft Lösungen anbieten. Manche urbane Kunden wollen das Auto primär nutzen, nicht zwingend besitzen. Die Stadt der Zukunft braucht deshalb neue Premium-Ideen zum Teilen. Beim herkömmlichen Car Sharing steht das Auto heute irgendwo oder an festgelegten Sammelpunkten. Bei uns stellt es ein Concierge bereit, wie wir es seit einem Jahr in einem Pilotprojekt in San Francisco demonstrieren. Oder das Auto kommt in nicht allzu ferner Zukunft pilotiert zum Kunden.

Unsere Premium Mobility-Dienste generieren immer einen Mehrwert: Das bestehende Angebot „Audi select“ beispielsweise wendet sich an Kunden, die im Laufe eines Jahres nacheinander abwechselnd mehr als ein Audi-Modell fahren wollen. Dieses variable Nutzungsmodell ergänzen wir jetzt um drei Ducati-Motorräder. Mit der Scrambler, der Panigale und der Multistrada können unsere Audi-Kunden wahlweise auch auf zwei Räder umsteigen. Insgesamt gestalten wir ein Angebot nach dem Motto „einen Audi, WO und WANN ich will“ – „Audi on demand“.

Herzstück dieses neuen Mobilitätsangebots wird eine App. Damit kann der Audi-Kunde künftig zu jeder Zeit den gewünschten Audi an den gewünschten Ort liefern lassen. Schon jetzt nutzen unsere Kunden eine erste Version dieser App, mit der sie ihren Audi Q7 oder A4 orten und ihn per Smartphone öffnen oder schließen.

* 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.

„Vorsprung“ heißt die Logik der Mega-Städte begreifen. Wer die Stadt der Zukunft versteht, hält ihren goldenen Schlüssel in der Hand. Deshalb beschäftigen wir uns seit 2010 mit urbaner Mobilität.

Wir haben aus diesem erfolgreichen Forschungsprojekt jetzt die Städteberatung Audi Urban Solutions gemacht. In Somerville bei Boston, in Mexico City und in Ingolstadt arbeiten wir derzeit an mehreren 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 zur intelligenten Daten-Analyse.

Wer Neuland betritt, braucht die Neugier, neue Wege zu entdecken. Das ist genau das, was uns Audianer ausmacht. Attraktivste Automarke wird, wer die Zukunft mitgestaltet. Ich bringe es auf den Punkt, wie ich Audi 2025 sehe: Das „neue Premium“ ist digital vernetzt, effizient und emissionsfrei – und begleitet unsere Kunden in ihrem urbanen Lebensstil. Daran lässt sich Vorsprung in Zukunft messen.

Vielen Dank.

Verbrauchsangaben der genannten Modelle

Audi A3 Sportback:

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 8,3 - 3,8;
CO₂-Emission kombiniert in g/km: 154 - 99

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: 5,5 - 5,1;
CO₂-Emission kombiniert in g/km: 146 - 137

Audi A6 Avant:

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 7,8 - 4,4;
CO₂-Emission kombiniert in g/km: 182 - 114

Audi SQ7 TDI (5-Sitzer):

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 7,5 - 7,2;
CO₂-Emissionen kombiniert in g/km: 198 - 189

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 Huracán:

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