



**Kommunikation Unternehmen**  
Moritz Drechsel  
Pressesprecher Finanz, China und Recht  
Telefon: +49 841 89-39914  
E-Mail: [moritz.drechsel@audi.de](mailto:moritz.drechsel@audi.de)  
[www.audi-mediacycenter.com](http://www.audi-mediacycenter.com)

## **„Konsequent Audi“: Vorstand stellt Aktionären Neuausrichtung vor**

- CEO Bram Schot: „Wollen mit Nachhaltigkeit in ihrer schönsten Form an die Spitze des Wandels im Premiumsegment“
- CFO Alexander Seitz „Basis sind weitere Effizienzfortschritte aus erfolgreich gestartetem Transformationsplan“
- Beschleunigte E-Roadmap: 40% Absatzanteil elektrifizierter Modelle bis 2025 angestrebt
- Skalierung von Premium-Mobilitätsangebot „Audi on demand“ mit starkem Partner beabsichtigt; weitere Kooperationen in strategischen Feldern geplant
- Kundenbeirat für konsequent kundenorientierte Ausrichtung
- Anspruchsvolles Übergangsjahr 2019 mit mehr als 20 Markteinführungen, Folgeeffekten der WLTP-Umstellung und gesamtwirtschaftlicher Eintrübung

Neckarsulm, 23. Mai 2019 – Audi wird zum Anbieter ganzheitlich CO<sub>2</sub>-neutraler Premium-Mobilität – mit dem Ziel, dabei im Wettbewerb die Führungsrolle zu übernehmen. Dazu beschleunigt der Hersteller seine Elektrifizierungs-Roadmap und unternehmensweite Dekarbonisierung. Bereits bis 2025 soll sich der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck der Fahrzeug-Flotte über den gesamten Lebenszyklus hinweg um 30 Prozent gegenüber 2015 verringern. Die Kapitalrendite als zentrale finanzielle Steuerungsgröße bildet künftig auch die CO<sub>2</sub>-Performance der Vier Ringe ab und soll durch nachhaltiges Management auf über 21 Prozent steigen. Der Vorstand stellt die Neuausrichtung auf der 130. Ordentlichen Hauptversammlung in Neckarsulm vor und informiert zur aktuellen Geschäftsentwicklung. Während Audi 2019 ein anspruchsvolles Geschäftsjahr mit hohen operativen Belastungen bewältigt, treibt der Premiumanbieter seinen Umbau voran und zielt langfristig auf eine deutliche Steigerung des Unternehmenswertes. Die Vier Ringe werden dazu strikt auf kundenorientierte Innovationen fokussieren, ihr Geschäftsmodell profitabel weiterentwickeln und Synergien innerhalb des Volkswagen Konzerns sowie in externen Partnerschaften realisieren. Leitgedanke der tiefgreifenden Transformation ist „Konsequent Audi“.

„Audi bietet die schönste Form nachhaltiger Mobilität: Unsere Vision steht für eine neue Konsequenz in der strategischen Ausrichtung und ihrer Umsetzung. Wir wollen die stärksten Kundenerlebnisse in unserer Industrie schaffen und Audi damit an die Spitze des Wandels im Premiumsegment führen“, sagt Bram Schot, Vorstandsvorsitzender der AUDI AG.



„Entscheidend ist für mich, dass wir ein durch und durch kundenorientiertes Unternehmen werden. Zu unseren Top-Themen zählen deshalb auch umfassende Vernetzung, ein überzeugendes digitales Ökosystem und hochautomatisiertes Fahren mit Fokus auf die interurbane Langstrecke.“

2025 wird das Audi-Portfolio bereits mehr als 30 Modelle mit Elektroantrieb zählen, darunter 20 rein elektrische. Für den Einstieg in die elektrische Premium-Welt wird das Unternehmen bis dahin mindestens drei Modelle auf Basis des Modularen E-Antriebs-Baukasten (MEB) für kompaktere Fahrzeuge an den Start bringen. Erste Modelle auf der zusammen mit Porsche entwickelten PPE-Architektur werden zu Beginn des nächsten Jahrzehnts in den oberen Segmenten erhältlich sein. Seine Prognose für den Absatz von rein elektrischen Fahrzeugen sowie Modellen mit Plug-in-Hybrid-Antrieben hat Audi erhöht und erwartet nun für 2025 einen Anteil von rund 40 Prozent elektrifizierten Automobilen an den weltweiten Verkäufen.

Im Rahmen der konsequenten Fokussierung des Volkswagen-Konzerns auf die Elektromobilität richten die Vier Ringe ihr Antriebs-Portfolio gezielt auf die besonderen Anforderungsprofile von Premium-Kunden aus. Mit einem hohen Anteil großer Fahrzeugsegmente, entsprechendem Leistungsanspruch und regelmäßigem Einsatz auf der Langstrecke setzt Audi neben rein elektrischen Fahrzeugen auch auf Plug-in-Hybrid-Antriebe. Darüber hinaus blickt die Marke bereits weiter in die Zukunft und treibt für den Volkswagen-Konzern die Entwicklung des Brennstoffzellen-Antriebs voran.

Audi hat sich mit seiner unternehmensweiten Nachhaltigkeits-Roadmap zum Ziel gesetzt, den gesamten Fahrzeug-Lebenszyklus sukzessive CO<sub>2</sub>-neutral zu gestalten – von der Herstellung über die Nutzung bis zur Verwertung der Audi-Modelle. Bei konsequenter Reduzierung von CO<sub>2</sub> und der Umstellung auf erneuerbare Energien werden nicht vermeidbare Emissionen kompensiert. Mit der unternehmensweiten Dekarbonisierung soll der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck der Fahrzeug-Flotte bereits bis 2025 gegenüber dem Vergleichswert aus 2015 um 30 Prozent reduziert werden. Dazu treibt das Unternehmen die Umsetzung der selbst gesteckten Zielvorgabe voran, bis 2025 alle weltweiten Audi-Produktionsstandorte CO<sub>2</sub>-neutral zu stellen. Bis spätestens 2050 beabsichtigt Audi, unternehmensweit CO<sub>2</sub>-Neutralität zu erreichen. Zur nachhaltigen Unternehmenssteuerung wird der Einfluss von Fahrzeugprojekten auf den durchschnittlichen CO<sub>2</sub>-Ausstoß künftig in die Kapitalrendite als Unternehmenskennzahl eingerechnet. Sie soll auf über 21 Prozent steigen.

Für seinen Zukunftskurs stemmt das Unternehmen allein bis Ende 2023 rund €40 Mrd. an Sachinvestitionen sowie Forschungs- und Entwicklungsleistungen. Davon entfallen rund €14 Mrd. auf Elektromobilität, Digitalisierung und hochautomatisiertes Fahren. Zur Finanzierung der hohen Vorleistungen wird Audi systematisch Renditepotenziale erschließen, etwa durch den Ausbau seiner Marktposition in den oberen Premium-Segmenten. Zusammen mit der Marke Lamborghini führen die neuen Oberklasse-Modelle von Audi im ersten Quartal 2019 bereits einen deutlich gestiegenen Anteil an den Umsatzerlösen des Audi-Konzerns ein. Die neuen Plug-in-Hybrid-Modelle für Audi A6, A7 und A8 werden das Oberklasse-Angebot in



Kürze weiter ergänzen. Auf seiner Hauptversammlung gibt das Unternehmen zudem die künftige Erweiterung der A8-Modellfamilie um ein neues, besonders luxuriöses und prestigeorientiertes Derivat bekannt. Für das Geschäft von Audi Sport mit leistungsstarken Modellen plant das Unternehmen eine deutliche Steigerung bei Verkaufsvolumen und Ergebnis.

„Voraussetzung für den Erfolg unserer strategischen Neuausrichtung ist, dass wir Audi strukturell effizient aufstellen und zurück zu finanzieller Spitzen-Performance führen. Hierfür haben wir bereits 2018 mit dem Audi Transformationsplan ein klar definiertes Programm im Unternehmen verankert“, sagt Alexander Seitz, Vorstand für Finanz, China und Recht. „Die vergangenen Monate haben gezeigt, dass unsere Maßnahmen greifen und wir so die aktuell außerordentlich hohen Belastungen zumindest zum Teil kompensieren können. Darauf werden wir sehr diszipliniert aufbauen, denn unser Umfeld und Zukunftskurs werden uns weiter enorm fordern.“ Nach dem erfolgreichen Start des Transformationsplans hat Audi die Zielsetzung des Programms auf insgesamt €15 Mrd. im Zeitraum 2018 bis 2022 erhöht.

Der Audi-Vorstand hat in den vergangenen Monaten die organisatorische Weiterentwicklung des Unternehmens eingeleitet; der Transformationsprozess ist in allen Geschäftsbereichen gestartet. Ziel ist es, Strukturen und Prozesse zu verschlanken, auf Schlüsselfelder auszurichten und das Umsetzungstempo zu erhöhen. Der Bereich „Integrität, Compliance, Risikomanagement“ berichtet nun direkt an den Vorstandsvorsitzenden. Mit der Etablierung eines international besetzten Kundenbeirats, der eng in den Produktentstehungsprozess eingebunden ist, stärkt Audi quer durch das gesamte Unternehmen die Fokussierung auf kundenrelevante Angebote.

Innovationen mit hoher Kundenrelevanz wird Audi künftig verstärkt über strategisch attraktive Partnerschaften beschleunigen. Die Vier Ringe planen, in einer umfassenden Kooperation mit dem Mobilitätsdienstleister SIXT den flexiblen Premium-Service „Audi on demand“ deutlich zu skalieren. Ab dem vierten Quartal können Kunden sukzessive in zehn europäischen Ländern auf zunächst bis zu 10.000 Audi-Fahrzeuge zugreifen und diese flexibel nutzen. Parallel intensiviert das Unternehmen die Integration der eigenen Handelsorganisation in das digitale Geschäftsfeld. Audi on demand wird damit zur Dachmarke für alle Mobilitätslösungen von der Kurzzeitbuchung bis zur langfristigen Fahrzeugnutzung. Im Rahmen einer weiteren Digital-Initiative entwickelt das Unternehmen „myAudi“ als Ökosystem für Interessenten, Besitzer und Nutzer zu einer für Dritte offenen Plattform. Gemeinsam mit seinen Partnern im Handel startet Audi bereits im kommenden Monat den Verkauf von Neuwagen im Internet – eine Sonderedition des Audi TT\* wird als Pilotmodell online zu kaufen sein.

Mit Blick auf die aktuelle Geschäftsentwicklung hat der Audi-Konzern zum Abschluss des ersten Quartals die Prognose seiner Spitzenkennzahlen für 2019 bestätigt. Das Geschäftsjahr steht dabei im Zeichen der Fortsetzung der breitesten Modelloffensive der Audi-Geschichte. Insgesamt organisiert das Unternehmen 2019 Markteinführungen von mehr als 20 Modellen, darunter mit dem erneuerten A4 auch der weltweit meistverkaufte Audi. Im stark wachsenden



Segment der sportlichen Geländewagen präsentiert Audi 2019 sieben völlig neue SUV-Varianten ohne Vorgänger, darunter zwei besonders sportliche Ableger des SUV-Topmodells Q8. Mit dem Q3 Sportback und dem e-tron Sportback führt Audi das designaffine Sportback-Konzept erstmals auch in seine SUV-Familie ein.

Während die Modelloffensive die künftige Wettbewerbsposition von Audi stärken wird, wirkt sich 2019 die Aus- und Anlaufsituation zahlreicher Modelle zunächst noch belastend aus. Im zunehmend herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld rechnet das Unternehmen bis Jahresende mit einem moderaten Wachstum der Audi-Auslieferungen. Dies wird auch den Abbau von Vorratungen der Vertriebs- und Handelsorganisation widerspiegeln, die im WLTP-Übergang gezielt aufgebaut worden waren. Entsprechend erwartet der Audi-Konzern für seine Umsatzerlöse einen leichten Anstieg. Angesichts der Bewältigung von Folgeeffekten aus der WLTP-Umstellung und hohen Vorleistungen in die Zukunft soll die Operative Umsatzrendite im Übergangsjahr 2019 zwischen 7,0 und 8,5 Prozent erreichen und damit noch unterhalb des langfristigen Zielkorridors von 9,0 bis 11,0 Prozent liegen. Den Netto-Cashflow prognostiziert Audi für 2019 bei €2,5 bis 3,0 Mrd.

Im ersten Quartal 2019 gingen die Auslieferungen der Marke Audi gegenüber dem Vorjahr um 3,6 Prozent auf 447.247 (2018: 463.750) Automobile zurück. Hier wirkte sich die zuvor noch stark eingeschränkte Verfügbarkeit des Modellprogramms im Zuge der WLTP-Umstellung aus. Insbesondere bedingt durch die seit 2019 geltende neue Berichtsstruktur des Audi-Konzerns sanken die Umsatzerlöse auf €13.812 (2018: 15.320) Mio. Ohne diese Änderung in der Berichtsstruktur lag der Umsatz – infolge der deutlichen Stärkung der Oberklasse-Segmente – nahezu auf Vorjahresniveau. Das Operative Ergebnis lag im Auftaktquartal bei €1.100 (2018: 1.300) Mio., die Operative Umsatzrendite bei 8,0 (2018: 8,5) Prozent. Der Audi-Konzern erwirtschaftete von Januar bis März einen Netto-Cashflow in Höhe von €1.207 (2018: 1.919) Mio.

– Ende –

**\*Audi TT Quantumgrau Edition**

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 7,0

CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert in g/km: 161

**Verbrauchsangaben**

Die angegebenen Verbrauchs- und Emissionswerte wurden nach den gesetzlich vorgeschriebenen Messverfahren ermittelt. Seit dem 1. September 2017 werden bestimmte Neuwagen bereits nach dem weltweit harmonisierten Prüfverfahren für Personenwagen und leichte Nutzfahrzeuge (Worldwide Harmonized Light Vehicles Test Procedure, WLTP), einem realistischeren Prüfverfahren zur Messung des Kraftstoffverbrauchs und der CO<sub>2</sub>-Emissionen, typgenehmigt. Ab dem 1. September 2018 wird der WLTP schrittweise den neuen europäischen Fahrzyklus (NEFZ) ersetzen. Wegen der realistischeren Prüfbedingungen sind die nach dem WLTP gemessenen Kraftstoffverbrauchs- und CO<sub>2</sub>-Emissionswerte in vielen Fällen höher als die nach dem NEFZ gemessenen. Dadurch können sich ab 1. September 2018 bei der Fahrzeugbesteuerung entsprechende Änderungen ergeben. Weitere Informationen zu den Unterschieden zwischen WLTP und NEFZ finden Sie unter [www.audi.de/wltp](http://www.audi.de/wltp).



Aktuell sind noch die NEFZ-Werte verpflichtend zu kommunizieren. Soweit es sich um Neuwagen handelt, die nach WLTP typgenehmigt sind, werden die NEFZ-Werte von den WLTP-Werten abgeleitet. Die zusätzliche Angabe der WLTP-Werte kann bis zu deren verpflichtender Verwendung freiwillig erfolgen. Soweit die NEFZ-Werte als Spannen angegeben werden, beziehen sie sich nicht auf ein einzelnes, individuelles Fahrzeug und sind nicht Bestandteil des Angebotes. Sie dienen allein Vergleichszwecken zwischen den verschiedenen Fahrzeugtypen. Zusatzausstattungen und Zubehör (Anbauteile, Reifenformat usw.) können relevante Fahrzeugparameter, wie z. B. Gewicht, Rollwiderstand und Aerodynamik verändern und neben Witterungs- und Verkehrsbedingungen sowie dem individuellen Fahrverhalten den Kraftstoffverbrauch, den Stromverbrauch, die CO<sub>2</sub>-Emissionen und die Fahrleistungswerte eines Fahrzeugs beeinflussen.

Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem „Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO<sub>2</sub>-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen“ entnommen werden, der an allen Verkaufsstellen und bei der DAT Deutsche Automobil Treuhand GmbH, Hellmuth-Hirth-Str. 1, D-73760 Ostfildern oder unter [www.dat.de](http://www.dat.de) unentgeltlich erhältlich ist.

---

Der **Audi-Konzern** mit seinen Marken Audi, Ducati und Lamborghini ist einer der erfolgreichsten Hersteller von Automobilen und Motorrädern im Premiumsegment. Er ist weltweit in mehr als 100 Märkten präsent und produziert an 18 Standorten in 13 Ländern. 100 prozentige Töchter der AUDI AG sind unter anderem die Audi Sport GmbH (Neckarsulm), die Automobili Lamborghini S.p.A. (Sant'Agata Bolognese/Italien) und die Ducati Motor Holding S.p.A. (Bologna/Italien).

2018 hat der Audi-Konzern rund 1,812 Millionen Automobile der Marke Audi sowie 5.750 Sportwagen der Marke Lamborghini und 53.004 Motorräder der Marke Ducati an Kunden ausgeliefert. Im Geschäftsjahr 2018 erzielte der Premiumhersteller bei einem Umsatz von € 59,2 Mrd. ein Operatives Ergebnis vor Sondereinflüssen von € 4,7 Mrd. Zurzeit arbeiten weltweit rund 90.000 Menschen für das Unternehmen, davon mehr als 60.000 in Deutschland. Audi fokussiert auf nachhaltige Produkte und Technologien für die Zukunft der Mobilität.

---