

PROGRESS

YOU CAN FEEL



VORWORT

KURZPORTRÄT

STRATEGIE

WIRTSCHAFTEN & INTEGRITÄT

PRODUKTE & SERVICES

WERTSCHÖPFUNG & PRODUKTION

MITARBEITER & GESELLSCHAFT

ANHANG



Kapitel 1 STRATEGIE
ab Seite 5



Kapitel 2 WIRTSCHAFTEN & INTEGRITÄT
ab Seite 24



Kapitel 3 PRODUKTE & SERVICES
ab Seite 42

Inhalt

Die Themen dieses **Audi Nachhaltigkeitsberichts 2019** orientieren sich an den Ergebnissen der Wesentlichkeitsanalyse (Seite 22). Die Inhalte sind in fünf Kapitel gegliedert, die in mehreren Geschichten jeweils eine Kernfrage beantworten.



Kapitel 4 WERTSCHÖPFUNG & PRODUKTION
ab Seite 61



Kapitel 5 MITARBEITER & GESELLSCHAFT
ab Seite 82

6 Vorstandsinterview
Was bedeutet die neue Strategie „konsequent Audi“ für das Unternehmen?
Eine Analyse.

25 Im Dreiklang
Markt oder Moral?
Nach welchen Kriterien Audi wirtschaftet: der Report.

43 Sicher ist sicher
Unfallforschung: So arbeiten die Experten der Audi Accident Research Unit.

62 Audi schließt Kreise
Audi verfolgt die Vision einer ganzheitlichen Kreislaufwirtschaft.
Kann das gelingen?

83 Audi lebt Vielfalt
Gleiche Chancen – für alle!
So schafft es Audi, dass Mitarbeitende ihre Potenziale bestmöglich entfalten.

Mehr zur Entstehungsgeschichte und dem Aufbau des Nachhaltigkeitsberichts: Seite 14

Vorwort

Vorsprung durch Technik bedeutet für uns: Innovative Produkte für eine nachhaltige Mobilität und ein vorausschauender, schonender Umgang mit Ressourcen. Das ist die Basis für künftiges Wachstum und langfristigen Unternehmenserfolg.

Audi hat sich gemeinsam mit dem Volkswagen Konzern als eines der ersten Unternehmen zu den Zielen des Pariser Klimaabkommens bekannt. Langfristig verfolgen wir die Vision der CO₂-neutralen Mobilität und wollen bis 2050 unternehmensweit bilanziell klimaneutral werden.

Nachhaltigkeit ist viel mehr als reduzierte CO₂-Emissionen pro gefahrenem Kilometer. Deshalb behalten wir bei Audi das große Ganze im Blick. Wir handeln verantwortungsvoll, transparent und integer, und bringen ökonomische, ökologische und gesellschaftliche Aspekte in Einklang.

Dieser gesellschaftlichen Verantwortung sind wir uns als Premium-Automobilhersteller und Anbieter innovativer Mobilitätslösungen bewusst.

Wir denken Nachhaltigkeit in allen Facetten. Nur so schaffen wir unseren Kunden ihren Freiraum, ohne dass dies zu Nachteilen für Umwelt und Gesellschaft führt. Unsere Vision ist es, nachhaltige Mobilität zu bieten, die wir alle mit gutem Gewissen nutzen können. Deshalb handeln wir in allen Unternehmensbereichen entschlossen nachhaltig. Denn wir sind uns bewusst: Jeder Beitrag zählt, um den Wandel zu schaffen.

Dafür steht auch dieser Nachhaltigkeitsbericht, in dem wir offen und transparent zeigen, wie das Unternehmen an dieser Vision arbeitet.

Der Vorstand der AUDI AG



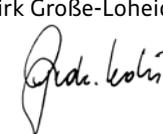
Markus Duesmann



Arno Antlitz



Dirk Große-Loheide



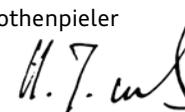
Peter Kössler



Sabine Maaßen

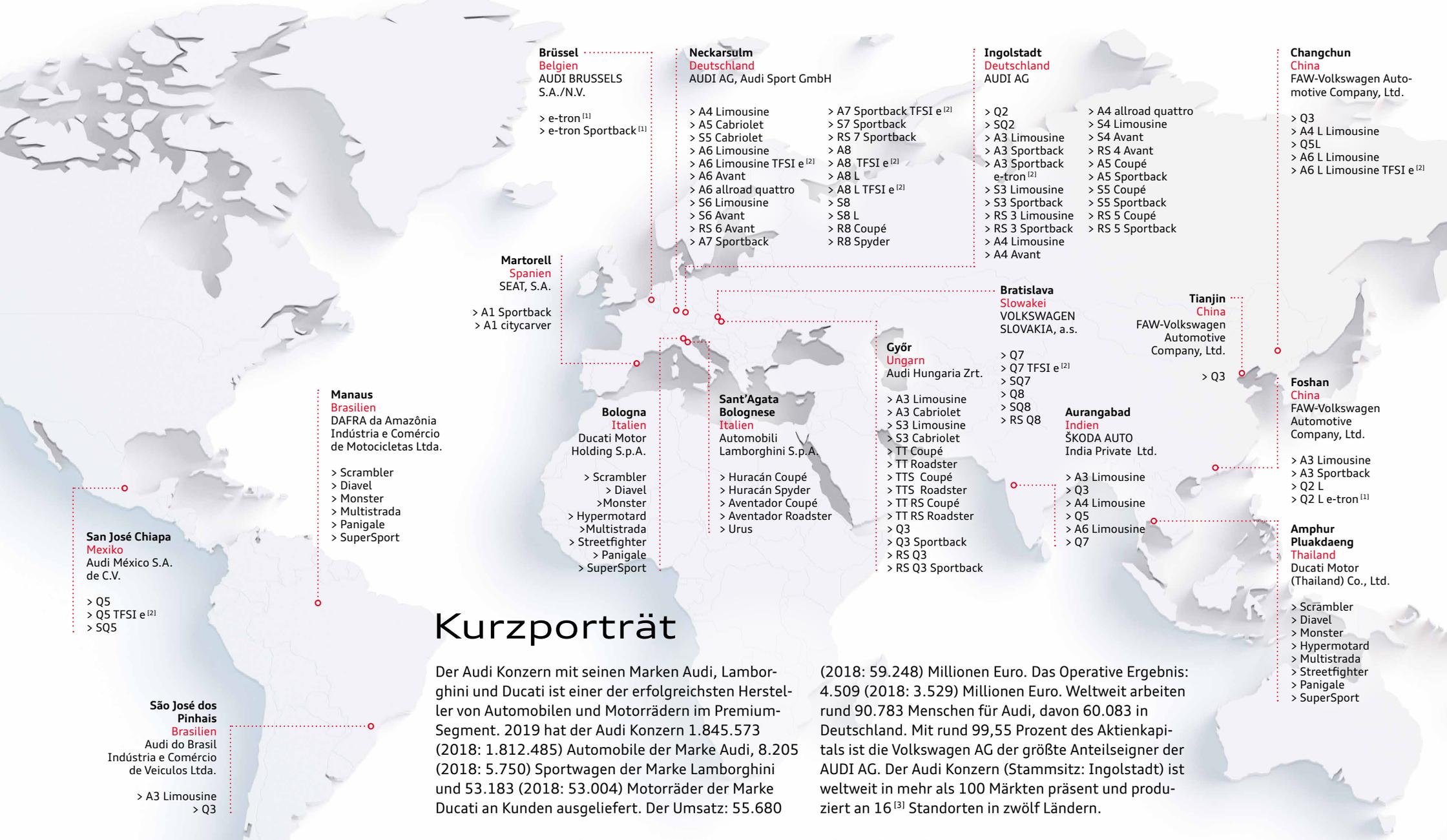


Hans-Joachim Rothenpieler



Hildegard Wortmann





Brüssel
Belgien
AUDI BRUSSELS
S.A./N.V.

- > e-tron^[1]
- > e-tron Sportback^[1]

Neckarsulm
Deutschland
AUDI AG, Audi Sport GmbH

- > A4 Limousine
- > A5 Cabriolet
- > S5 Cabriolet
- > A6 Limousine
- > A6 Limousine TFSI e^[2]
- > A6 Avant
- > A6 allroad quattro
- > S6 Limousine
- > S6 Avant
- > RS 6 Avant
- > A7 Sportback
- > A7 Sportback TFSI e^[2]
- > S7 Sportback
- > RS 7 Sportback
- > A8
- > A8 TFSI e^[2]
- > A8 L
- > A8 L TFSI e^[2]
- > S8
- > S8 L
- > R8 Coupé
- > R8 Spyder

Ingolstadt
Deutschland
AUDI AG

- > Q2
- > SQ2
- > A3 Limousine
- > A3 Sportback
- > A3 Sportback e-tron^[2]
- > S3 Limousine
- > S3 Sportback
- > RS 3 Limousine
- > RS 3 Sportback
- > A4 Limousine
- > A4 Avant
- > A4 allroad quattro
- > S4 Limousine
- > S4 Avant
- > RS 4 Avant
- > A5 Coupé
- > A5 Sportback
- > S5 Coupé
- > S5 Sportback
- > RS 5 Coupé
- > RS 5 Sportback

Changchun
China
FAW-Volkswagen Automotive Company, Ltd.

- > Q3
- > A4 L Limousine
- > Q5L
- > A6 L Limousine
- > A6 L Limousine TFSI e^[2]

Martorell
Spanien
SEAT, S.A.

- > A1 Sportback
- > A1 citycarver

Bratislava
Slowakei
VOLKSWAGEN SLOVAKIA, a.s.

- > Q7
- > Q7 TFSI e^[2]
- > SQ7
- > Q8
- > SQ8
- > RS Q8

Tianjin
China
FAW-Volkswagen Automotive Company, Ltd.

- > Q3

Foshan
China
FAW-Volkswagen Automotive Company, Ltd.

- > A3 Limousine
- > A3 Sportback
- > Q2 L
- > Q2 L e-tron^[1]

Manaus
Brasilien
DAFRA da Amazônia Indústria e Comércio de Motocicletas Ltda.

- > Scrambler
- > Diavel
- > Monster
- > Multistrada
- > Panigale
- > SuperSport

Bologna
Italien
Ducati Motor Holding S.p.A.

- > Scrambler
- > Diavel
- > Monster
- > Hypermotard
- > Multistrada
- > Streetfighter
- > Panigale
- > SuperSport

Sant'Agata Bolognese
Italien
Automobili Lamborghini S.p.A.

- > Huracán Coupé
- > Huracán Spyder
- > Aventador Coupé
- > Aventador Roadster
- > Urus

Győr
Ungarn
Audi Hungaria Zrt.

- > A3 Limousine
- > A3 Cabriolet
- > S3 Limousine
- > S3 Cabriolet
- > TT Coupé
- > TT Roadster
- > TTS Coupé
- > TTS Roadster
- > TT RS Coupé
- > TT RS Roadster
- > Q3
- > Q3 Sportback
- > RS Q3
- > RS Q3 Sportback

Aurangabad
Indien
ŠKODA AUTO India Private Ltd.

- > A3 Limousine
- > Q3
- > A4 Limousine
- > Q5
- > A6 Limousine
- > Q7

Amphur Pluakdaeng
Thailand
Ducati Motor (Thailand) Co., Ltd.

- > Scrambler
- > Diavel
- > Monster
- > Hypermotard
- > Multistrada
- > Streetfighter
- > Panigale
- > SuperSport

San José Chiapa
Mexiko
Audi México S.A. de C.V.

- > Q5
- > Q5 TFSI e^[2]
- > SQ5

São José dos Pinhais
Brasilien
Audi do Brasil Indústria e Comércio de Veículos Ltda.

- > A3 Limousine
- > Q3

Kurzporträt

Der Audi Konzern mit seinen Marken Audi, Lamborghini und Ducati ist einer der erfolgreichsten Hersteller von Automobilen und Motorrädern im Premium-Segment. 2019 hat der Audi Konzern 1.845.573 (2018: 1.812.485) Automobile der Marke Audi, 8.205 (2018: 5.750) Sportwagen der Marke Lamborghini und 53.183 (2018: 53.004) Motorräder der Marke Ducati an Kunden ausgeliefert. Der Umsatz: 55.680

(2018: 59.248) Millionen Euro. Das Operative Ergebnis: 4.509 (2018: 3.529) Millionen Euro. Weltweit arbeiten rund 90.783 Menschen für Audi, davon 60.083 in Deutschland. Mit rund 99,55 Prozent des Aktienkapitals ist die Volkswagen AG der größte Anteilseigner der AUDI AG. Der Audi Konzern (Stammsitz: Ingolstadt) ist weltweit in mehr als 100 Märkten präsent und produziert an 16^[3] Standorten in zwölf Ländern.

Die Werte für Kraftstoff-/Stromverbräuche und CO₂-Emissionen finden Sie auf Seite 110.



Wie machen wir

Mobilität CO₂-neutral?

* Audi e-tron: Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km: 23,9–20,6 (NEFZ); 26,3–21,6 (WLTP), CO₂-Emissionen kombiniert in g/km: 0

Konsequenz in Sachen Nachhaltigkeit



Sie arbeiten dafür, dass aus der Vision einer CO₂-neutralen Mobilität Realität wird – und dass diese Realität vier Ringe trägt: Hildegard Wortmann, Vorständin Vertrieb und Marketing, und Peter Kössler, Vorstand Produktion und Logistik.

Frau Wortmann, was haben Sie heute schon Nachhaltiges getan?

Hildegard Wortmann: Jeder Beitrag zählt – auch wenn er noch so klein ist. Da gibt es ganz vielfältige Möglichkeiten, ich zum Beispiel vermeide konsequent Plastikflaschen und kaufe Obst und Gemüse saisonal und regional. Und auch meinen Arbeitsweg lege ich möglichst nachhaltig zurück: Mein Dienstwagen ist ein Plug-in-Hybrid.

Herr Kössler, wie nachhaltig war Ihr Tag bisher?

Peter Kössler: Vor dem Start in den Arbeitstag versuche ich, Nachrichten zu lesen. Das mache ich mittlerweile meist über Smartphone oder Tablet, da ich viele Zeitungen und Zeitschriften nur noch digital abonniert habe. Ansonsten versuche ich auch, möglichst viel beim Einzelhandel einzukaufen und vermeide Online-Shopping. Denn auch das spart CO₂-Emissionen und ist in vielerlei Hinsicht nachhaltig.

Wir merken, dass Nachhaltigkeit für Sie beide nicht nur ein Punkt auf der To-do-Liste ist.

Hildegard Wortmann: Das Wichtigste beim Thema Nachhaltigkeit ist die Authentizität. Kunden merken direkt, ob man ein Thema nur halbherzig angeht oder ob wirklich Substanz dahintersteckt.

Peter Kössler: Das gilt auch für uns als Unternehmen, wir verstehen das als unsere Verantwortung. Ein Eckpfeiler unserer Strategie heißt ganz bewusst: konsequent nachhaltig.

Wie drückt sich diese Konsequenz aus?

Peter Kössler: Das Thema beschäftigt viele Mitarbeitende regelmäßig und das ist auch der Sinn. Bei Audi herrscht eine neue Unternehmenskultur und darin spielt das Bewusstsein für Nachhaltigkeit eine große Rolle.

Als Automobilhersteller sind wir in einer Gesellschaft, für die Mobilität ein Grundbedürfnis ist, nicht nur ein Rädchen. Um es noch etwas plakativer auszudrücken: Wir alle drehen mit an diesem großen Rad.

Hildegard Wortmann: Wir sehen uns in der Position und auch in der Verantwortung, in die richtige Richtung zu steuern. Das erwarten unsere Kunden zu Recht von uns.

Was glauben Sie: In welche Richtung entwickelt sich das Thema



Peter Kössler, Vorstand Produktion und Logistik, am Steuer eines Audi e-tron

Nachhaltigkeit, zu dem beispielsweise auch Diversity und Gesellschaftspolitik gehören?

Hildegard Wortmann: Nachhaltigkeit ist kein Trendthema, das irgendwann wieder von der Agenda verschwindet. Vielmehr ist sie entscheidend für unser aller Zukunft. Wir als Marke müssen uns daran messen lassen. Genau deshalb überprüfen wir alle unsere

„Bei Audi herrscht eine neue Unternehmenskultur und darin spielt das Bewusstsein für Nachhaltigkeit eine große Rolle.“

Peter Kössler, Vorstand Produktion und Logistik

Peter Kössler wurde 1959 in Ingolstadt geboren. Nach der Ausbildung zum Energiegeräte-Elektroniker und dem Studium der Feinwerktechnik startete er 1986 seine berufliche Laufbahn bei der AUDI AG in Ingolstadt als Trainee. Von 2007 bis 2015 leitete Peter Kössler das Audi Werk Ingolstadt. Seit 1. September 2017 ist Peter Kössler Mitglied des Vorstands der AUDI AG. Er ist dort für das Ressort Produktion und Logistik verantwortlich.



„Nachhaltigkeit ist kein Trendthema, das irgendwann wieder von der Agenda verschwindet. Vielmehr ist es entscheidend für unser aller Zukunft.“

Hildegard Wortmann, Vorständin Vertrieb und Marketing

Hildegard Wortmann wurde 1966 in Münster geboren. Nach einem BWL-Studium startete sie 1990 bei Unilever. 1998 wechselte sie zur BMW Group, wo sie acht Jahre das Produktmanagement für BMW geleitet hat. Mit dem Aufbau der Elektromarke „BMW i“ setzte sie zudem Akzente für die E-Mobilität. 2016 übernahm sie zusätzlich die Markenverantwortung für BMW. Ab Januar 2018 wechselte sie nach Singapur und verantwortete dort die Vertriebsregion Asien-Pazifik. Seit 1. Juli 2019 ist Hildegard Wortmann Mitglied des Vorstands der AUDI AG für den Bereich Vertrieb und Marketing.

Hildegard Wortmann,
Vorständin Vertrieb
und Marketing

› Handlungen und kommunizieren glaubwürdig, was wir tun.
Peter Kössler: Etwa, dass sich Audi, wie auch der gesamte Volkswagen Konzern, ausdrücklich zu den Zielen des Pariser Klimaabkommens bekennt, das eine Begrenzung des weltweiten Temperaturanstiegs auf deutlich unter zwei Grad im Vergleich zur vorindustriellen Zeit vorsieht. Ich glaube, viele Menschen wissen das noch nicht. Dazu als Marke unseren Beitrag zu leisten, ist eine Herkulesaufgabe. Und es gibt unterschiedliche Wege, um ans Ziel zu gelangen.

Wie finden Sie dabei die richtige Richtung?

Hildegard Wortmann: Wir müssen uns bei allem, was wir tun, immer die Frage nach dem „Warum“ stellen. Im Zeitalter der Vernetzung muss das Markenimage deutlich weiter gefasst werden als Design, Produkt und Technik. Es geht um Dienstleistungen über den gesamten Kunden-Lebenszyklus, die den entscheidenden Unterschied machen. Wir bei Audi definieren gerade den Kern unserer Marke neu: „Vorsprung“ bedeutet für uns nicht mehr allein das technisch Machbare. „Vorsprung“ steht für eine Haltung: Wir wollen unseren Kunden einen echten persönlichen Mehrwert bieten.

Und wie genau sieht dieser aus?

Peter Kössler: Zeitgemäß oder besser noch: zukunftsorientiert. Wir haben in kurzer Zeit schon viel auf den Weg gebracht. Dazu zählen nachhaltigere Mobilitätsformen und neue digitale Angebote. Die Richtung gibt uns unsere Strategie „konsequent Audi“ vor. Weil das Wort gerade so häufig verwendet wird: Für mich und meine tägliche Arbeit ist das tatsächlich elektrisierend.

Aber zunächst provoziert Audi mit einem TV-Spot, der für globales Aufsehen sorgt. Der steht unter dem Motto: „Let it go“, zu Deutsch „Lass es los“.

Hildegard Wortmann: Um Neues zu erschaffen, müssen wir Althergebrachtes hinter uns lassen. Das ist die Idee hinter dem Spot, der unsere neue globale Markenkampagne einleitet. Allein können wir die Welt aber nicht geraderücken. Wir sind Teil der Bewegung, wir diktieren sie nicht. Entscheidend ist für uns die Botschaft: Jeder Beitrag zählt.

Energie sparen, auf Plastik verzichten, Müll vermeiden und aufheben – welche Rolle spielt Audi in diesem Kontext?

Peter Kössler: Wir nehmen uns selbst in die Pflicht: Ziel ist es, unseren ökologischen Fußabdruck konsequent zu reduzieren – zum ›

› Beispiel mit unserem Umweltprogramm „Mission:Zero“. Dazu gehört unter anderem, dass wir bis 2025 alle Audi Standorte CO₂-neutral stellen. Weil man uns schon immer als besonders sportliche Marke wahrnimmt, wollen wir den Wandel auch entsprechend beschleunigen.

Wer zurückprovokieren möchte, hätte es doch einfach: Nachhaltigkeit und SUVs sind doch grundsätzlich ein Widerspruch ...

Hildegard Wortmann: Das sehe ich nicht so. Die Wünsche unserer Kunden stehen für uns an oberster Stelle. Und da stellen wir fest: Der Trend zu den SUVs ist ungebrochen. So ist es an uns, den Spagat zu schaffen, dem Kunden einen SUV zu bieten, den er ohne schlechtes Gewissen fahren kann. Mit dem Audi e-tron zeigen wir, dass ökologisches Bewusstsein und SUVs aus unserer Sicht nicht im Widerspruch stehen. Wir haben uns bei unserem ersten Elektroauto bewusst für ein Segment entschieden, bei dem Sportlichkeit, volle Alltagstauglichkeit und hohes Wachstumspotenzial zusammenspielen.

Peter Kössler: Und nicht zu vergessen: Dass der Audi e-tron ein SUV ist, liegt auch daran, dass wir unseren Kunden eine langstreckentaugliche Reichweite anbieten wollen. Das ließ sich am besten mit einem SUV umsetzen, denn

dafür sind vergleichsweise große Batterien notwendig. Mit dem Audi Q4 e-tron werden wir einen Kompakt-SUV an den Start bringen.

Hildegard Wortmann: Und mit dem Audi e-tron GT unser erstes rein elektrisches High-Performance-Modell.

Peter Kössler: Audi ist im Aufbruch. Die Zukunft ist elektrisch, in allen Segmenten. Unsere Elektrifizierungs- und Nachhaltigkeitsstrategie verfolgen wir konsequent über die ganze Modellpalette hinweg.

Glauben Sie, allein mit dieser Positionierung die Proteste der Fridays-for-Future-Bewegung kontern zu können?

Hildegard Wortmann: Das Thema Nachhaltigkeit hat durch Bewegungen wie Fridays for Future eine ganz neue Dimension bekommen. Die jungen Leute sprechen gesellschaftlich hoch relevante Themen an. Für ihr entschlossenes Auftreten habe ich großen Respekt. Für mich zeugt das von einem hohen Verantwortungsbewusstsein für unsere Zukunft.

Wie wird aus dem Zuhören ein Anpacken?

Peter Kössler: Wir arbeiten konsequent an der Veränderung und zwar in allen Unternehmensbereichen. Der Wandel zum bilanziell klimaneutralen Unternehmen ist in vollem Gange, das drückt sich

auch darin aus, dass wir Ressourcen möglichst verantwortungsvoll verwenden und wo möglich Kreisläufen zuführen. Ein Beispiel dafür ist der „Aluminium Closed Loop“: Die Aluminiumblech-Verschneide, die im Presswerk anfallen, gehen direkt an den Lieferanten zurück, der sie aufbereitet und erneut verarbeitet. Die so hergestellten Aluminiumbleche verwenden wir anschließend wieder in der Fertigung. Allein im Jahr 2019 hat Audi auf diese Weise etwa 150.000 Tonnen CO₂ bilanziell eingespart. Künftig werden wir noch mehr einsparen können. Ein weiteres Beispiel ist die größte Fotovoltaik-Dachanlage Europas,

die wir vor wenigen Wochen bei Audi Hungaria in Győr eingeweiht haben.

Audi verspricht die schönste Form nachhaltiger Mobilität. Dazu noch profitabel. Wie ist dieser Spagat zu schaffen?

Peter Kössler: Die Elektromobilität ist ein gutes Beispiel für unser konsequentes Handeln. Wir fokussieren uns als Unternehmen nicht allein auf das Fahrzeug, sondern zunehmend auch auf das Ökosystem rund ums Elektroauto. Unseren e-tron Kunden bieten wir intelligente Lösungen zum Laden von eigens erzeugtem Fo-

tovoltaikstrom. Zugleich ist klar: Den Ausbau der Ladeinfrastruktur werden wir als Hersteller nicht allein durchsetzen können. Wir brauchen die Unterstützung von Politik und Gesellschaft. Aber wer fordert, muss auch fördern. Ich kann mit gutem Gewissen sagen: Das tun wir.

Hildegard Wortmann: Als Teil des Volkswagen Konzerns heben wir Synergien und schaffen damit ein breites und vielseitiges E-Auto-Modellportfolio für jedes Segment und jede Kundengruppe. Für den Einstieg in die elektrische Premium-Welt wird Audi bis 2025 mindestens drei Modelle auf Basis des modularen Elektroantrieb-Kits für kompaktere Fahrzeuge auf den Markt bringen. Die ersten Modelle auf Basis der gemeinsam mit Porsche entwickelten Architektur werden wir Anfang dieses Jahrzehnts in den oberen Segmenten einführen. Für uns ist klar: Die Zukunft ist elektrisch!



Nachhaltigkeit ist Teil der Strategie – und darüber zu sprechen ist ein wichtiges Anliegen. Hildegard Wortmann und Peter Kössler im Interview.

Nachhaltig bis in den letzten Winkel

Um führender CO₂-neutraler Premium-Anbieter zu werden, optimiert Audi alle Glieder seiner Wertschöpfungskette. Ein Überblick über die wichtigsten Fortschritte und Initiativen.

Forschung & Entwicklung

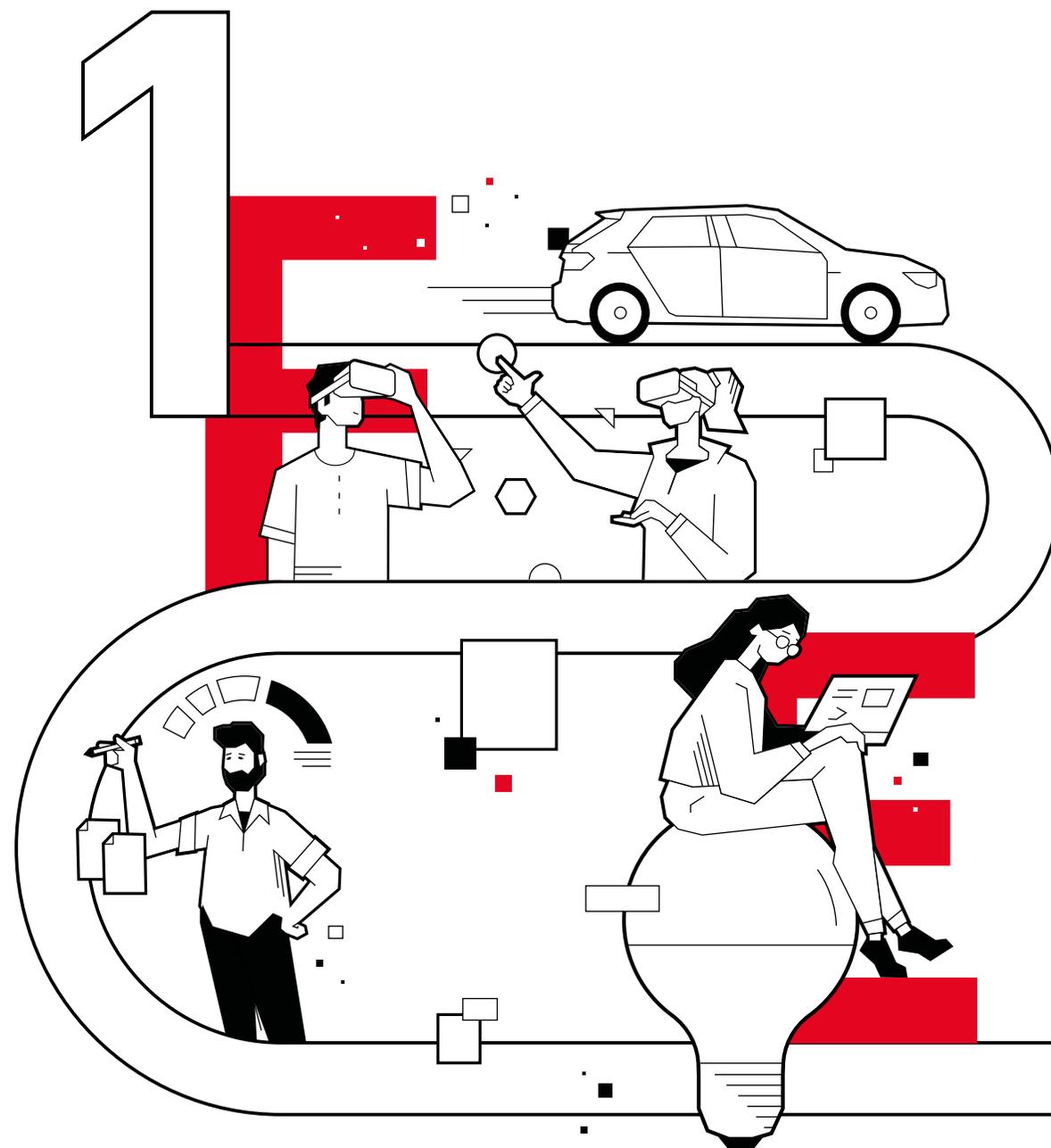
Audi steht am Anfang einer großen Transformation. Das Unternehmen will in bereits fünf Jahren den CO₂-Abdruck um rund 30 Prozent reduzieren. Bis zum Jahr 2050 will Audi bilanziell CO₂-neutral sein. Die konsequente Elektrifizierung der Fahrzeugflotte trägt dazu bei, die Dekarbonisierung voranzubringen. Die Forschung und Entwicklung arbeitet mit Hochdruck daran, dass bis zum Jahr 2025 rund 30 elektrifizierte Modelle auf den Markt kommen. Sie sollen dann etwa 40 Prozent des Absatzes der Marke ausmachen.

Audi setzt außerdem auf Plug-in-Hybride und perspektivisch auch auf den Brennstoffzellenantrieb h-tron (Seite 48). Forschung und Entwicklung

zur Brennstoffzelle laufen im Kompetenzzentrum in Neckarsulm (Lead für den Volkswagen Konzern).

Auch Fahrzeuge mit Verbrennungsmotoren stoßen dank Mild-Hybrid-Systemen weniger CO₂-Emissionen aus als früher. Nimmt der Fahrer den Fuß vom Gas, wählt zum Beispiel das Antriebsmanagement eine von zwei Optionen: Je nach Fahrsituation und Einstellung im „Audi drive select“ rekuperiert der Wagen oder er segelt mit ausgeschaltetem Motor.

Die Vision ist es, Premium-Mobilität in all ihren Facetten mühelos und nachhaltig zu gestalten: vom Kauf eines Autos über den Besitz und die Nutzung bis hin zum Wiederverkauf.



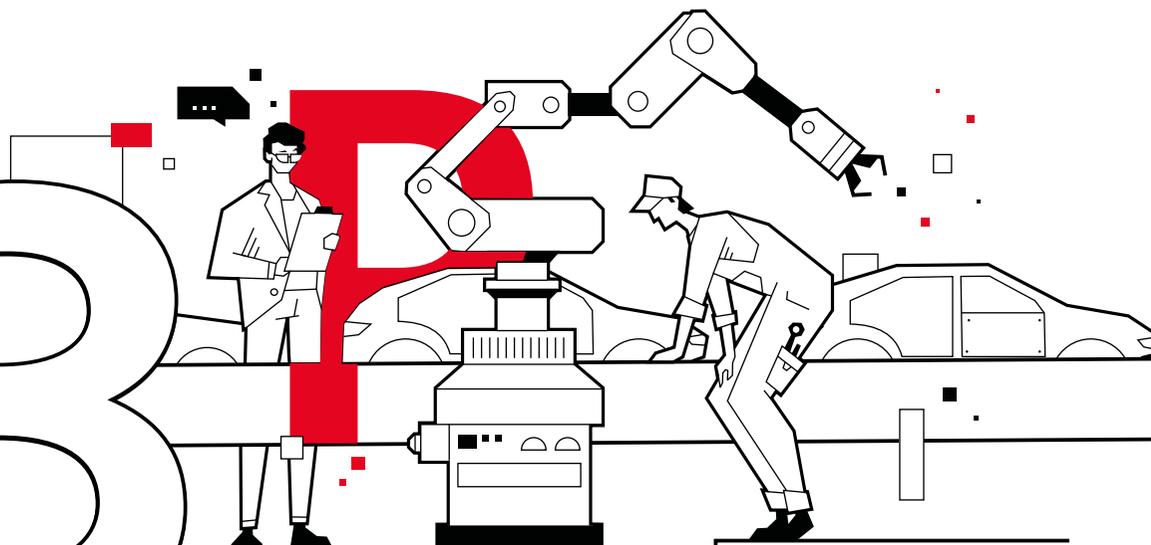
Beschaffung

Nicht nur die eigenen Prozesse gestaltet Audi nachhaltiger, auch das nachhaltige Handeln seiner Geschäftspartner (Seite 65) unterstützt das Unternehmen. Audi übernimmt unternehmerische Verantwortung für die Umwelt und Gesellschaft und will nur mit Partnern zusammenarbeiten, die genauso denken und handeln. Das beinhaltet nicht nur Umweltschutz, sondern auch Arbeitnehmerrechte und Integrität. Ein verpflichtendes Nachhaltigkeitsrating (Sustainability-Rating) erfasst und steuert, wie gut es den Zulieferern gelingt, die Vorgaben umzusetzen.

Die konsequente Elektrifizierung der Fahrzeugflotte führt dazu, dass ein großer prozentualer Anteil der CO₂-Emissionen, die während eines Autolebens entstehen, in Lieferket-

te und Produktion auftreten. Audi entwickelt deshalb gemeinsam mit seinen Lieferanten Maßnahmen zur CO₂-Einsparung. Im Fokus des „Audi CO₂-Programms“ stehen die in der Herstellung besonders energieintensiven Werkstoffe Aluminium und Stahl sowie Bestandteile von Batterien.

Die Achtung und Wahrung der Menschenrechte genießt für Audi jederzeit höchste Priorität – insbesondere in den Lieferketten. Den Anforderungen eines risikobasierten Ansatzes folgend, konzentriert Audi seine Maßnahmen auf die Lieferketten, die Analysen zufolge mit besonders hohen Risiken für negative Auswirkungen einhergehen. Zu den großen Herausforderungen der Elektromobilität gehört dabei die nachhaltige Gewinnung der benötigten Rohstoffe.



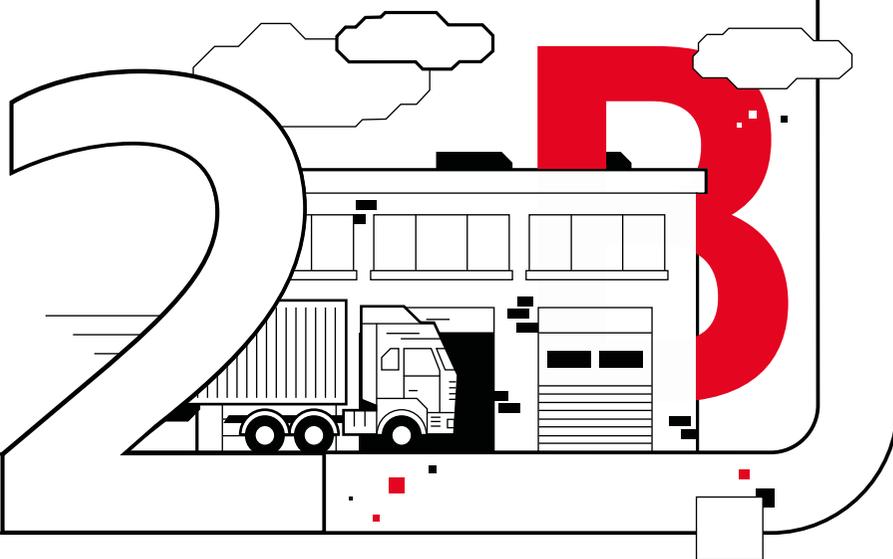
Produktion

Mit intelligenten, digital vernetzten Hightech-Lösungen macht Audi seine Produktion fit – und das schon seit Jahrzehnten. Grundlage für eine umweltverträgliche Produktion bei Audi sind Umwelt- und Energiemanagementsysteme, die schon seit 1995 stufenweise eingeführt wurden. Sie helfen bei der „Mission:Zero“ (Seite 69): einer Produktion mit möglichst geringen Auswirkungen auf die Umwelt.

Alle Audi Standorte verfolgen anspruchsvolle Ziele und reduzieren sukzessive die umweltrelevanten Werte der Kennzahlen CO₂-Emissionen, Energie, Frischwasser, organische Lösemittel (VOC) und Abfälle. Eine funktionierende Kreislaufwirtschaft (Seite 62) und die Senkung des Energieverbrauchs (Seite 72) spielen dabei zentrale Rollen.

Bis 2025 sollen alle Audi Standorte bilanziell CO₂-neutral produzieren. Vorbild ist das Werk in Brüssel, seit 2018 die weltweit erste zertifizierte CO₂-neutrale Großserienfertigung im Premium-Segment.

Die Dekarbonisierung wurde im Berichtsjahr 2019 durch viele Projekte vorangetrieben. Beispielsweise konnten durch zahlreiche Energieeffizienz-Maßnahmen im Rahmen des Energiemanagements an den Standorten Ingolstadt, Neckarsulm, Brüssel, Győr und San José Chiapa mehr als 71.300 Megawattstunden Energie eingespart und CO₂-Emissionen von etwa 10.800 Tonnen vermieden werden.



Marketing

50 Prozent seines Marketingbudgets investiert Audi künftig für Themen rund um die Elektromobilität. Das Unternehmen will die neue Antriebsform für seine Kunden emotional noch stärker erlebbar machen, mögliche Vorbehalte abbauen und Begeisterung wecken.

Ein erfolgreiches Beispiel dafür ist der Unternehmens-Podcast „Die Zukunft ist elektrisch“, der aktuell schon in der zweiten Staffel läuft und 2019 mit dem „World Media Award“ in der Kategorie „Automotive“ ausgezeichnet wurde.

Aber nicht nur auf digitalen Kanälen zeigt Audi, wo der Weg hingehet. Nachhaltige Konzepte für den Vertrieb der Zukunft gibt es auch zum Anfassen: Im neuen Audi Brand Experience

Center am Flughafen München zeigt das Unternehmen seit Herbst 2019, dass Ökonomie und Ökologie nicht im Widerspruch stehen. Das Gebäude ist ein Schaufenster modernster Energie- und Gebäudetechnik, als internationales Schulungszentrum und als Event-Location hat es Multiplikatorwirkung.

Mit einem klaren Fokus auf Nachhaltigkeit setzt Audi ein sichtbares Zeichen dafür, das Thema ganzheitlich zu denken – weit über die Elektrifizierung der Fahrzeugflotte hinaus. Das zeigt Ende 2019 auch die Kampagne rund um den Spot „Tilted World“ („Die Welt ist in Schiefelage“) und der Super-Bowl-Spot „Let it go“ („Lass es los“) im Februar 2020 als Auftakt der neuen globalen Markenkampagne.

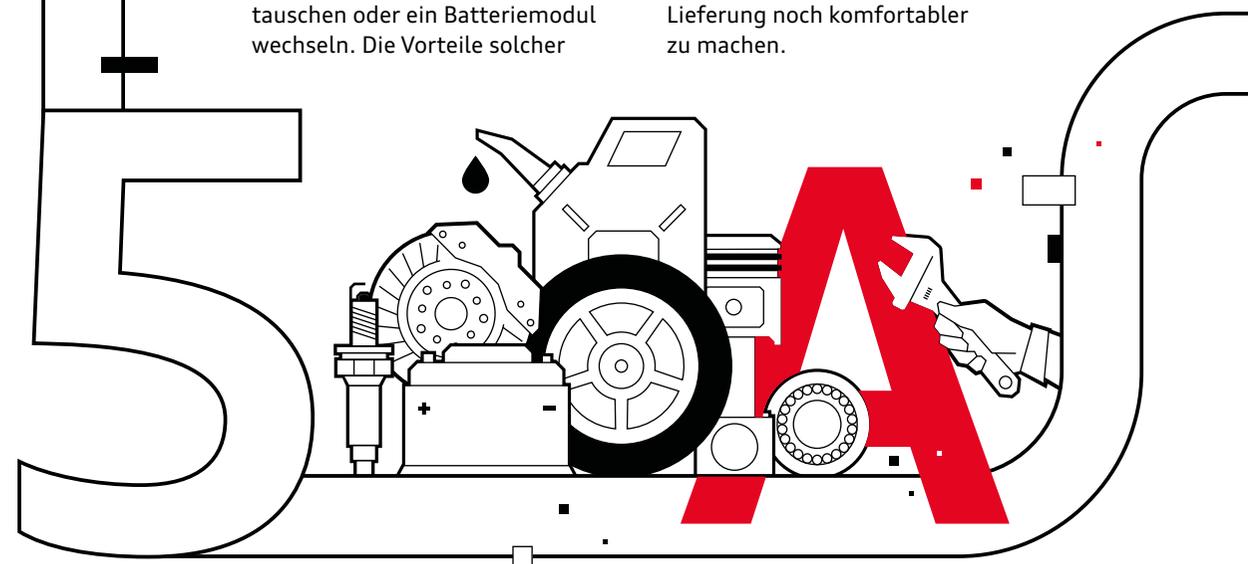
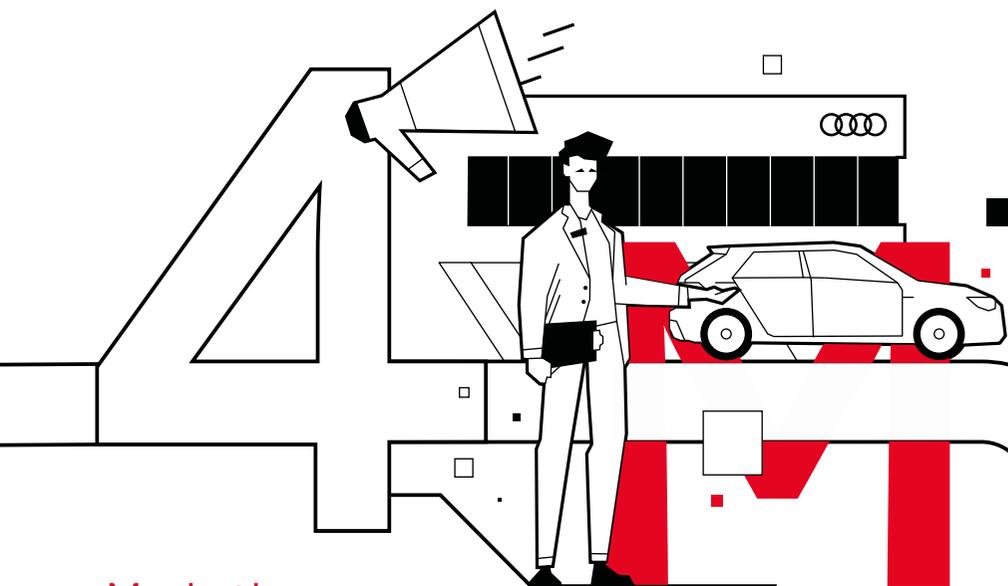
After-sales

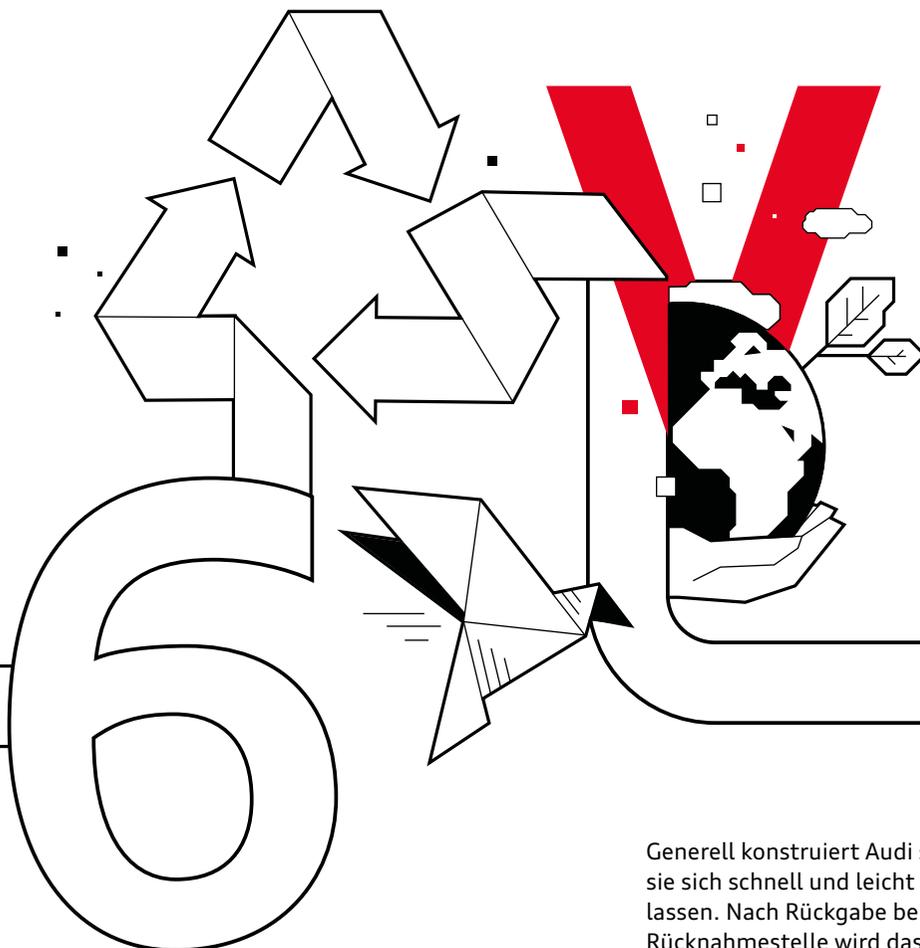
Mit der Elektromobilität kommen auf Händler und Werkstätten neue Herausforderungen zu. Zusätzlich zu Ölwechsel und Zündkerzen müssen sich Kfz-Mechatroniker nun unter anderem auch mit Hochvolttechnik auskennen. Bei dieser Transformation in Richtung Elektromobilität begleitet Audi seine Servicepartner bestmöglich, zum Beispiel mit innovativen Schulungskonzepten.

Mitarbeitende können sich in Virtual-Reality-Trainings realitätsnah und gefahrlos mit Technologien wie der Hochvoltbatterie vertraut machen. In sogenannten Prozesstrainings lernen sie Schritt für Schritt, wie sie einen Schaltkasten tauschen oder ein Batteriemodul wechseln. Die Vorteile solcher

VR-Trainings (Seite 85) liegen auf der Hand: Audi kann sie weltweit anbieten und stellt damit sicher, seine E-Autos effizient, schnell und auf hohem Niveau in den Märkten ausrollen zu können. So sind die Techniker dort bereits zur Markteinführung optimal auf das neue Modell vorbereitet.

Die Digitalisierungsoffensive im Handel umfasst zahlreiche zukunftsweisende Maßnahmen. Beispielsweise eine Audi Service Station, bei der Kunden unabhängig von Öffnungszeiten bequem ihr Auto für den Service abgeben oder abholen können. Und da sich auch der Gebrauchtwagenkauf rasant verändert, entwickelte Audi auch in 2019 seine Online-Plattform weiter, um für Kunden Kauf, Zahlung, Zulassung und Lieferung noch komfortabler zu machen.





Verwertung

Audi plant und baut seine Fahrzeuge nicht nur möglichst ressourcenschonend, die Marke kümmert sich auch – ganz im Sinne einer Kreislaufwirtschaft (Seite 62) – um Recycling und Wiederverwendung. Deshalb hat Audi gemeinsam mit (externen) Partnern ein flächendeckendes Rücknahmenetz aufgebaut. Zudem sind verwendete Werkstoffe, etwa Kunststoffe, gekennzeichnet und gut identifizierbar.

Generell konstruiert Audi seine Modelle so, dass sie sich schnell und leicht wieder demontieren lassen. Nach Rückgabe bei einer offiziellen Audi Rücknahmestelle wird das Fahrzeug trockengelegt und zerlegt. Zusammen mit anderen Herstellern hat Audi die Datenbank IDIS (International Dismantling Information System) aufgebaut, um die Demontage zu optimieren.

IDIS enthält typenspezifische Hinweise für die fach- und umweltgerechte Behandlung – beginnend bei Informationen zur Entnahme von Betriebsflüssigkeiten, der Neutralisation von Airbags und Gurtstraffern bis hin zur Demontage insbesondere schadstoffhaltiger Bauteile wie Batterien.

Die Wertschöpfungskette in der Wissenschaft

Die Wertschöpfungskette (engl. Value Chain) stellt die Stufen der Produktion als eine geordnete Reihung von Tätigkeiten dar. Diese Tätigkeiten schaffen Werte, verbrauchen Ressourcen und sind in Prozessen miteinander verbunden.

Das Konzept wurde erstmals 1985 vom US-ame-

rikanischen Betriebswirt Michael E. Porter vorgestellt. Laut ihm stellt die Wertschöpfungskette eine „Ansammlung von Tätigkeiten dar, durch die ein Produkt entworfen, hergestellt, vertrieben, ausgeliefert und unterstützt wird.“

Eine Wertschöpfungskette zeigt, welchen Weg ein Produkt oder eine Dienstleistung während des Transformationsprozesses

durchläuft. Dabei werden die verschiedenen Aufgaben zur Leistungserbringung beschrieben: von der Entwicklung, Beschaffung und Produktion über den Vertrieb bis zu nachlaufenden Serviceleistungen.

Die Wertschöpfungskette dient in der Praxis zu Analysezwecken der Unternehmensaktivitäten und stellt ein anspruchsvolles methodisches Instrument dar.

Flüssigkeitsbehälter, Kühler oder Ölwanne sind so konstruiert, dass die Entleerung besonders gut und rückstandsfrei erfolgen kann. Zudem vermeiden Langzeitbefüllungen von Ölen und Fetten sowie Wartungsintervalle, die sich an Fahrweise und Einsatzbedingungen des Fahrzeugs orientieren, Abfälle in den Werkstätten.

Gebrauchte Bauteile und Baugruppen wie Motoren, Getriebe, Achsen, Anlasser, Elektronikbauteile und viele weitere Komponenten werden im Anschluss aufgearbeitet. Das schont nicht nur die Umwelt, sondern auch den Geldbeutel des Kunden, falls er sich für ein aufbereitetes Ersatzteil – im Tausch – entscheidet.

Im Fokus der Aufmerksamkeit

Die Strategie „konsequent Audi“, die im Mai 2019 vorgestellt wurde, verändert vieles. Durch sie ist Nachhaltigkeit in das Zentrum des unternehmerischen Handelns gerückt. Dies verändert auch die Art und Weise, wie Audi über seine Aktivitäten im Rahmen von „konsequent nachhaltig“ – eines der vier Teilziele der Strategie – berichtet. Deshalb hat sich die Abteilung „Strategie Nachhaltigkeit“, die für die Ausrichtung und Operationalisierung der Nachhaltigkeitsstrategie zuständig ist und die auch diesen Bericht erstellt, für eine neue Herangehensweise an das Reporting entschieden.

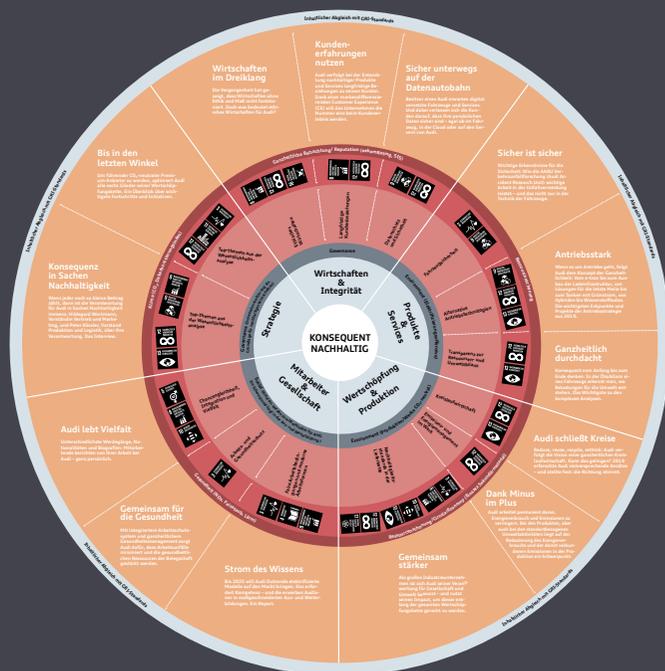
Der Anspruch des Nachhaltigkeitsberichts 2019 ist es, dass Leser detailliert nachvollziehen können, warum Themen berichtet werden. Hierfür gibt es interne Gründe (zum Beispiel Strategien) und externe (zum Beispiel Leitlinien).

Um diese besser verstehen zu können, hat die Abteilung „Strategie Nachhaltigkeit“ eine Themenlandkarte entwickelt, die es ermöglicht, auf einen Blick die Herleitung der Themen zu erfassen und die Strategie dahinter zu verstehen. Damit wird auch betont, dass das Berichtete nicht beliebig ist:

Es hat einen klaren Bezug zu den Ansprüchen der Stakeholder und der Strategie des Unternehmens. Nachhaltigkeit hat neben Wandlungsfähigkeit auch mit Nachvollziehbarkeit zu tun. Aufgrund Letzterer spiegelt der Nachhaltigkeitsbericht 2019 die sorgfältig abgeleiteten Berichtsthemen in seiner bekannten Grundstruktur mit den Kapiteln „Strategie“, „Wirtschaften und Integrität“, „Produkte und Services“, „Wertschöpfung und Produktion“ sowie „Mitarbeiter und Gesellschaft“ wider. Durch die gleichbleibende Struktur ist eine Vergleichbarkeit zwischen den Jahren gegeben und auch Fortschritte können leichter identifiziert werden. Mit diesem neuen Ansatz beweisen die Vier Ringe Wandlungsfähigkeit und Offenheit: Es ist Audi ein Anliegen, Klartext zu sprechen und durch Transparenz Glaubwürdigkeit zu vermitteln.

Interaktiv: Klicken Sie auf einen Ausschnitt der Matrix, um zur Story zu gelangen.

Ganz groß: Die einzelnen Kuchenstücke der Matrix sehen Sie auf den Seiten 111 - 115.



Konsequent nachhaltig
Wichtige Säule der Unternehmensstrategie „konsequent Audi“ (siehe auch Seite 15)

ESG-Kriterien
Kapitelzuordnung der für den Kapitalmarkt relevanten Kriterien Environment, Social und Governance (ESG)

SDG
Sustainable Development Goals (SDGs): Zuordnung der 17 globalen Ziele für nachhaltige Entwicklung

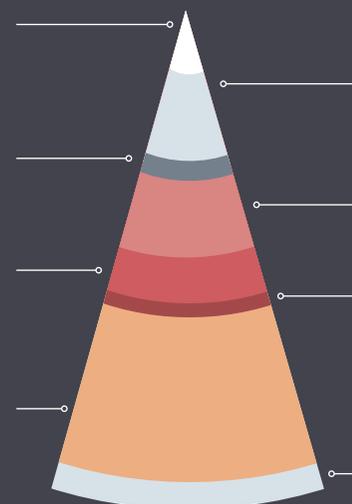
Themen
Story, die das Engagement von Audi dokumentiert

Kernbereiche
Gliederung des Audi Nachhaltigkeitsprogramms, das strategische Ziele mit konkreten Maßnahmen auf verständliche Art verbindet

Wesentlichkeitsanalyse
Was bewegt Stakeholder, was erwarten sie von Audi? Auswahl der wichtigsten Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse

Roadmap Nachhaltigkeit
Abgleich mit den Zielen des Nachhaltigkeitsprogramms

GRI
Abgleich mit den GRI-Standards der Global Reporting Initiative (GRI)



Nachhaltigkeit – konsequent gelebt

Nachhaltigkeit ist seit Langem ein zentrales Unternehmensziel und eine absolute Notwendigkeit für zukünftigen Erfolg. Für Audi bedeutet sie Zukunftsfähigkeit und ist eine wesentliche Grundlage für Akzeptanz und Relevanz – dank nachhaltiger Produkte aus einem nachhaltigen Unternehmen. Doch wie wird Audi diesen neuen Vorsprung erreichen? Mit dem korrekten Selbstverständnis und der richtigen Strategie.

Mobilität ist ein zentrales Bedürfnis der Gesellschaft. Ob in urbanen oder ländlichen Räumen, regional oder international – Menschen suchen nach adäquaten Lösungen, um von A nach B zu gelangen. Audi antwortet auf diesen Wunsch mit seinen Produkten. Als Teil des Volkswagen Konzerns konzentriert sich die Marke auf individuelle Premium-Mobilität. Audi ist sich bewusst, dass es große Fragen zu beantworten gilt. Ressourcenknappheit, Umweltzerstörung, Klimawandel und Bevölkerungswachstum – diesen Herausforderungen steht die Gesellschaft gegenüber und sucht Antworten in Politik, Wissenschaft und Wirtschaft. Wie nachhaltig kann individuelle Mobilität sein? Ist Elektromobilität der einzige sinnvolle Ansatz für nachhaltige Fortbewegung? Die Automobilindustrie befindet sich in einem tiefgreifenden Umbruch. Für Audi bedeutet das, stetig an Problemlösungen für die oben genannten Fragen zu arbeiten. So hat sich Audi als Teil des Volkswagen Konzerns zum Zwei-Grad-Ziel bekannt und arbeitet daran, seinen Beitrag zur Realisierung zu leisten. Das Zwei-Grad-Ziel beschreibt das Ziel der internationalen Klimapolitik, die globale Erwärmung bis zum Jahr 2100 auf weniger als zwei Grad Celsius gegenüber dem Niveau vor Beginn der Industrialisierung zu begrenzen. Dieses Ziel, das schon

seit mehr als 30 Jahren diskutiert worden war, wurde im Pariser Klimaabkommen – das seit November 2016 in Kraft ist und von 196 Vertragsparteien unterzeichnet wurde – erstmals rechtsverbindlich vereinbart. Der aktive Beitrag zu den SDGs (Sustainable Development Goals, siehe Seite 17) gehört zudem zu der konsequenten Ausrichtung des Volkswagen Konzerns.

Um die Entschlossenheit dieser Ausrichtung darzustellen, hat Audi im Berichtsjahr 2019 eine neue Vision erarbeitet: „Unleash the beauty of sustainable mobility“ oder auf Deutsch: „Die schönste Form nachhaltiger Mobilität“.

Damit diese Vision Wirklichkeit werden kann, hat sich das Unternehmen eine Mission gegeben und in Form der neuen Unternehmensstrategie vorgestellt: konsequent Audi. Ziel der Strategie ist es, sich für die Zukunft aufzustellen, die Transformation in ein neues Mobilitätszeitalter maßgeblich mitzugestalten und Vorreiter für CO₂-neutrale Mobilität im Premium-Segment zu sein.

Richtige Dinge richtig machen

Diese neue Strategie macht klar: Nachhaltigkeit ist kein Nice-to-have mehr, sondern eine Bedingung für das, was Audi tut. „konsequent Audi“ treibt den Wandel vom

konsequent Audi:

Die vier Missionsfelder der neuen Audi Strategie

konsequent Kunde: Audi will das Unternehmen mit den zufriedensten Kunden werden.

konsequent elektrisch: Audi setzt sich an die Spitze des Wandels zur E-Mobilität. Elektromobilität ist weltweit der Schlüssel für eine nachhaltigere Mobilität.

konsequent vernetzt: Audi schafft ein offenes digitales Ökosystem.

konsequent nachhaltig: Audi wirtschaftet verantwortungsvoll, transparent und integer. Audi handelt im Einklang von Ökologie und Ökonomie mit klarer Langfristperspektive.

Weitere Informationen zu der Audi Strategie finden Sie auf [Audi.de](https://www.audi.de)

GESUNDHEIT

Feinstaub, Lärm, NO_x

BEV / FCEV

Zukunftsfähige Verbrenner
Verantwortung in der gesamten
Wertschöpfungskette



2035



KLIMA

CO₂

BEV / FCEV

Zukunftsfähige Verbrenner
Verminderung von CO₂ in der gesamten
Wertschöpfungskette

2035



RESSOURCEN

Innovative Konzepte

Effizienter Materialeinsatz in der gesamten
Wertschöpfungskette
Circular Economy
Einsatz alternativer Materialien

2035



› Automobilhersteller zum Mobilitätsanbieter voran, indem das Unternehmen zielgerichtet und mit voller Kraft handelt – also konsequent.

In Zukunft will das Unternehmen fokussieren – und dann konsequent umsetzen. Im Fokus stehen vier Handlungsfelder: konsequent Kunde, konsequent elektrisch, konsequent vernetzt und konsequent nachhaltig.

Die Handlungsfelder für „konsequent nachhaltig“ hat Audi mithilfe seiner Roadmap Nachhaltigkeit erarbeitet. Hiermit leistet das Unternehmen gezielt seinen Beitrag zur Lösung der globalen Herausforderungen. Die Roadmap hat drei inhaltliche Schwerpunkte:

- › Gesundheit
- › Klima
- › Ressourcen

Im Bereich **Gesundheit** fokussiert sich die Marke auf die Reduktion von Schadstoffemissionen wie NO_x, Feinstaub und das Thema Lärm.

Unter **Klima** fasst Audi in der Roadmap Nachhaltigkeit alle Aktivitäten zusammen, um den CO₂-Ausstoß der Fahrzeuge und die CO₂-Mengen in der Herstellung zu reduzieren.

Hinter der **Ressourcenschonung** verbergen sich die Aktivitäten zur Kreislaufwirtschaft, um den Verbrauch der Ressourcen im Fahrzeug selbst und bei dessen Herstellung nachhaltig zu verändern.

Aus diesen Schwerpunkten ergeben sich konkrete Handlungsfelder, Entwicklungsschwerpunkte, Maßnahmen und Kennzahlen, welche den Kern der Nachhaltigkeitsaktivitäten bei Audi darstellen und im vorliegenden Bericht ausgewählt dargestellt werden.

Komplexe Wertschöpfungsketten

Eine Besonderheit bei dem Thema Nachhaltigkeit in der Automobilbranche als produzierendes Gewerbe ist die Komplexität der Wertschöpfungskette. Nicht nur das Produkt muss nachhaltige Eigenschaften vorweisen – auch die Produktion ist betroffen. Damit einher geht der Anspruch von Audi, Nachhaltigkeit in allen Geschäftsbereichen gleichermaßen zu implementieren. Einen Überblick dazu verschaffen die Seiten 10 bis 13. Genauere Details finden sich in den einzelnen Artikeln, welche durch die beschriebenen Beispiele möglichst alle Teile der Wertschöpfungskette von Audi adressieren. Am Ende jedes Kapitels dieses Nachhaltigkeitsberichts zeigt das Audi Nachhaltigkeitsprogramm die Verbindung der strategischen Ziele mit konkreten Maßnahmen in diesen Bereichen auf.

Somit ist garantiert: Audi löst sein Versprechen „Unleash the beauty of sustainable mobility – die schönste Form nachhaltiger Mobilität“ auf mehreren Ebenen ein: ›

Nachhaltige Mobilität bedeutet:

- > Audi wird langfristig CO₂-neutrale Premium-Mobilität anbieten.
- > Audi bietet mittelfristig das stärkste Angebot an Elektromodellen im Premium-Wettbewerb. Das Ziel bis zum Jahr 2025 ist es, 30 elektrifizierte Fahrzeuge anzubieten, davon 20 reine Elektroautos, die lokal im Elektromodus keine CO₂-Emissionen emittieren.
- > Zur Mitte des kommenden Jahrzehnts werden elektrifizierte Fahrzeuge bei Audi 40 Prozent des weltweiten jährlichen Absatzes ausmachen. Elektromobilität ist das zentrale Element eines nachhaltigeren und klimaschonenderen Verkehrssystems.
- > Bis 2025 verkleinert Audi den CO₂-Fußabdruck der Audi Flotte um rund 30 Prozent über den kompletten Lebenszyklus hinweg.
- > Audi will bis spätestens 2050 im ganzen Unternehmen bilanziell komplett CO₂-neutral sein.

Die schönste Form bedeutet:

- > Audi will die progressivste Premium-Marke mit dem besten Kundenerlebnis sein.
- > Audi will die Marke mit der größten Anziehungskraft, faszinierenden kundenrelevanten Innovationen und atemberaubendem Design sein.

Nur durch die konsequente Umsetzung der Strategie und das Umsetzen der Vision kann die Marke mit den Vier Ringen langfristig ein attraktiver Arbeitgeber sein, wettbewerbsfähig bleiben, ihre Kunden begeistern und künftigen Generationen eine lebenswerte Zukunft bieten.

Detaillierte Informationen zu den Unternehmenszielen lesen Sie auch im [Audi Finanzbericht 2019](#).



Agenda 2030: 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung

Bei der Generalversammlung der Vereinten Nationen (UN) 2015 haben sich 193 Staaten in der Agenda 2030 auf 17 Ziele geeinigt. Diese heißen „Nachhaltige Entwicklungsziele“ oder „Sustainable Development Goals“ (SDGs). SDGs verbinden die soziale, ökologische und ökonomische Dimension von Nachhaltigkeit und verknüpfen so die Bekämpfung von Armut mit dem Schutz natürlicher Lebensgrundlagen. Denn: sozialer Fortschritt ist ohne die Berücksichtigung der Grenzen des Planeten nicht dauerhaft möglich.

Die Agenda 2030 steht für ein globales Wohlstandsverständnis, das über die verengte Betrachtung von Pro-Kopf-Einkommen hinausreicht.

Es geht um eine Umgestaltung von Volkswirtschaften hin zu nachhaltiger Entwicklung, beispielsweise durch verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster, saubere sowie erschwingliche Energie. Es wird deutlich, dass Klimapolitik, nachhaltige Entwicklung und Armutsbekämpfung untrennbar miteinander verwoben sind.

Audi kennt und achtet die Sustainable Development Goals. In internen Workshops wurde erarbeitet, zu welchen SDGs Audi mit seinem Kerngeschäft den besten Beitrag leisten kann.

In den beiden Hauptstorys jedes Kapitels wird beispielhaft aufgezeigt, welche Aktivitäten es bei Audi gibt, um der Verantwortung in den priorisierten SDGs gerecht zu werden. An diesen Stellen wird ein Verweis auf die entsprechenden SDGs vorgenommen.

Fest verankerte Verantwortung

Welche Strukturen braucht eine werteorientierte, nachhaltige Unternehmensführung? Wie erkennt man früh drohende Konflikte, um rechtzeitig zu reagieren und um seine Zukunftsfähigkeit zu sichern? Ein fest verankertes Nachhaltigkeitsmanagement auf Vorstands- und Aufsichtsratsebene sowie Compliance und Integrität helfen Audi, seine Strategie „konsequent nachhaltig“ systematisch umzusetzen.



Audi ist Teil der Gesellschaft und übernimmt Verantwortung für die Umwelt, die eigenen Mitarbeitenden sowie für Menschen außerhalb der Werksgrenzen. Für Audi ist Nachhaltigkeit wichtig und diese ist fest im Unternehmen integriert. Die Abteilung „Strategie Nachhaltigkeit“ bündelt die Maßnahmen über die Geschäftsbereiche hinweg und ist für die Ausrichtung der Nachhaltigkeitsstrategie zuständig. Sie berichtet mindestens zweimal jährlich direkt an das Nachhaltigkeitsboard – den Gesamtvorstand der AUDI AG. In den Sitzungen des Nachhaltigkeitsboards berichtet die Abteilung „Strategie Nachhaltigkeit“ über aktuelle Maßnahmen und mögliche Zielkonflikte in Bezug auf Wirtschaft, Ökologie und Gesellschaft.

Nachhaltigkeit im Unternehmen verankern

Wirtschaftlicher Erfolg steht für Audi in direktem Zusammenhang mit unternehmerischer Verantwortung. Wesentliche Risiken werden dem Vorstand im Rahmen des

Risikomanagementprozesses von der Abteilung „Strategie Nachhaltigkeit“ vierteljährlich vorgestellt und gemeinsam erörtert. Die Abteilung leitet darüber hinaus den Steuerkreis Nachhaltigkeit, der aus Vertretern aller Geschäftsbereiche sowie einem Vertreter des Betriebsrats besteht. Der Steuerkreis Nachhaltigkeit verfolgt das Ziel einer geschäftsbereichsübergreifenden Steuerung des strategischen Handlungsfeldes Nachhaltigkeit. Die Beschlüsse ➤

› des Steuerkreises Nachhaltigkeit sind Grundlage für Entscheidungsvorlagen an den Audi Vorstand sowie an produktbezogene Entscheidungsgremien mit Vorstandsbeteiligung.

Organe der AUDI AG

Hauptversammlung, Aufsichtsrat und Vorstand bilden die Organe der AUDI AG. Die Hauptversammlung einer Aktiengesellschaft ist die Versammlung der Aktionäre bzw. Anteilseigner der Gesellschaft, in der sie ihre Rechte in den Angelegenheiten der Aktiengesellschaft ausüben. Der Vorstand führt die Geschäfte der AUDI AG und des Audi Konzerns nach Maßgabe der Gesetze, der Satzung der AUDI AG und der vom Aufsichtsrat erlassenen Geschäftsordnung. Darüber hinaus finden im Rahmen der Unternehmensführung die Ziele und Interessen des Volkswagen Konzernverbunds Beachtung. Zum Zeitpunkt der Fertigstellung des Berichts bestand der Vorstand der AUDI AG aus sieben Mitgliedern. Der Aufsichtsrat überwacht und berät den Vorstand bei der Geschäftsführung. Der Aufsichtsrat der AUDI AG setzt sich nach den gesetzlichen Bestimmungen aus zehn Vertretern der Anteilseigner und zehn Vertretern der Arbeitnehmerseite zusammen. Die personelle Zusammensetzung von Aufsichtsrat und Vorstand der AUDI AG sowie der jeweilige Beginn der Tätigkeit sind auf der Website der AUDI AG dargestellt.

Leitplanken des Handels

Im Februar 2012 ist die AUDI AG als eigenständiges Unternehmen dem Global Compact der Vereinten Nationen beigetreten. Das Unternehmen hat sich der allgemeinen

Erklärung der Menschenrechte, den Prinzipien der Internationalen Arbeitsorganisation sowie der OECD, den Grundsätzen der Erklärung von Rio zu Umwelt und Entwicklung sowie der UN-Konvention gegen Korruption verpflichtet. Das Unternehmen hat als Tochter der Volkswagen AG wegen der Dieselkrise die Mitgliedschaft im UN Global Compact zum 12. November 2015 vorübergehend niedergelegt. Unabhängig von der zeitweisen Niederlegung der Mitgliedschaft betont die AUDI AG ihr Bekenntnis zu den Prinzipien des UN Global Compact.

Bei Audi sind die Volkswagen Konzerngrundsätze, das Audi Führungsleitbild und die Audi Unternehmenswerte – Wertschätzung, Offenheit, Verantwortung und Integrität – das Wertefundament und die Grundlage der Unternehmenskultur. Die Verhaltensgrundsätze für die Mitarbeitenden des Audi Konzerns sind im Code of Conduct beschrieben. Der 2019 vollständig überarbeitete Code of Conduct unterstützt die Mitarbeitenden bei ihren täglichen Aufgaben im Unternehmen. Er liefert Orientierung, Rat und Hilfe für korrektes Verhalten am Arbeitsplatz, als Geschäftspartner und als Mitglied der Gesellschaft. Die Verhaltensgrundsätze sind für alle Mitarbeitenden verbindlich, unabhängig von der Hierarchieebene.

Der Code of Conduct stellt klare Regelungen zum richtigen Verhalten transparent und verständlich dar und ist allen Beschäftigten stets zugänglich. Dialog und Austausch stehen im Vordergrund. Praxisnahe Beispiele illustrieren die einzelnen Themenfelder und unterstützen die Mitarbeitenden beim Umgang mit den Regeln (Seite 25).

Umgang mit der Dieselkrise

Für den Aufsichtsrat steht fest: Etwas wie die Dieselkrise darf sich bei Audi nicht wiederholen. Deshalb informiert er sich auch weiterhin regelmäßig über Initiativen zu Compliance, Integrität, Risikomanagement oder Unternehmenskultur.

Die persönliche Verpflichtung aller Vorstandsmitglieder zu diesen Themen fordert der Aufsichtsrat aktiv ein. Die Beachtung ethischer Standards hat für ihn bei wichtigen Unternehmensentscheidungen denselben Stellenwert wie wirtschaftliche Ziele.

Weitere Informationen zu den Aufgaben und Themen des Aufsichtsrats finden Sie im Audi Finanzbericht 2019 auf den Seiten 104 f.

Von Anfang an dabei

Audi bindet seine Stakeholder ^[4] (Anspruchsgruppen) aktiv zu zentralen Fragestellungen ein, will ihre Interessen und Erwartungen kennen, um diese bei unternehmerischen Entscheidungen zu berücksichtigen. Für die kontinuierliche Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie von Audi sind die ehrliche Einschätzung und der Blick von außen essenziell.

Um zu erfahren, was Stakeholder bewegt, greift Audi auf unterschiedliche Dialogformate und Einzelgespräche zurück. In Abhängigkeit von den behandelten Themen versucht das Unternehmen, für Stakeholder das richtige Format zu finden.

Zielgerichteter Dialog

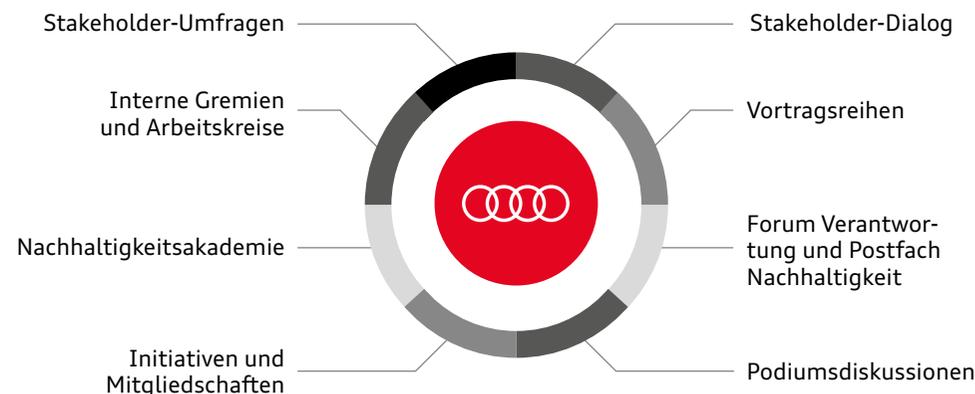
Wesentliche Anspruchsgruppen sind alle internen und externen Personengruppen, die von den unternehmerischen Tätigkeiten des Unternehmens direkt oder indirekt betroffen sind. Die Identifikation der jeweiligen Stakeholder basiert grundsätzlich auf deren Erwartungen, Expertise und Integrität sowie den Möglichkeiten ihrer Einflussnahme auf Audi.

Über Multi-Stakeholder-Veranstaltungen, wie beispielsweise den Audi Dialog oder durch die Mitarbeit in Initiativen (Seite 21), tauscht sich das Unternehmen zu zentralen Fragestellungen auch direkt mit seinen Stakeholdern aus. Weitere Ansätze sind Dialoge im Rahmen von Tätigkeiten in Verbänden sowie Mitgliedschaften in Gremien.

Kommunikation in Nachhaltigkeitsfragen

Auch Gespräche mit einzelnen Interessensgruppen sind für Audi ein wirksames Instrument, um Impulse aufzugreifen. Über die E-Mail-Adresse nachhaltigkeit@audi.de können Stakeholder zudem direkten Kontakt mit der Abteilung

Kommunikationsmaßnahmen mit Stakeholdern



„Strategie Nachhaltigkeit“ aufnehmen. In der internen Online-Community „Forum Verantwortung“ können sich Mitarbeitende mit eigenen Vorschlägen zu den Themen Verantwortung und Nachhaltigkeit bei Audi einbringen.

Darüber hinaus bietet ein Themenportal im Audi Intranet den Beschäftigten aktuelle Informationen zu relevanten, strategischen Themen und Neuerungen sowie zu Schulungsangeboten im Rahmen der Nachhaltigkeitsakademie. Die regelmäßig durchgeführten Stakeholder-Befragungen fließen zudem in die Wesentlichkeitsanalyse (Seite 22f.). Der Online-Auftritt von Audi zum Thema Nachhaltigkeit liefert ausführliche Informationen und der Nachhaltigkeitsbericht

stellt die Nachhaltigkeitsleistung von Audi transparent, ausführlich und nachvollziehbar dar.

Zuhören und verstehen: Audi im Dialog

Was für ein Feedback erhofft sich Audi durch die Dialogformate? Was bringt das Unternehmen weiter? Was ist die „Outside-in-Perspektive“ zu Themen? Welche Anregungen haben die Experten? Audi will lernen, Sichtweisen überprüfen, Anregungen aufnehmen und Vertrauen aufbauen.

Herauszuheben aus einer Vielzahl von Veranstaltungen ist der Audi Dialog 2020^[5]. Mit Blick auf die in 2019 neu verabschiedete Strategie „konsequent Audi“ fand ein intensiver

› Austausch mit über 50 Stakeholdern an zwei Tagen im Audi Conference Center am Flughafen München statt. Der Audi Dialog 2020 hatte das Ziel, ehrliche Einschätzungen von Vertretern aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft zum Transformationsprozess von Audi zu einem nachhaltigen Mobilitätsanbieter zu bekommen. Einschätzungen, die auch bei der kontinuierlichen Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie helfen. In kleinen Gruppen (20 bis 25 Personen) diskutierten Audi Experten mit fachlich relevanten Stakeholdern vier Themenbereiche: Ladeinfrastruktur, Menschenrechte – Beschwerdemechanismen, digitale Verantwortung sowie Kreislaufwirtschaft. Das Ergebnis des konzentrierten Dialogs: ein klares Erwartungsbild auf Themenebene sowie gestärktes gegenseitiges Vertrauen. Teilnehmende erlebten Audi als offenes Unternehmen, das Nachhaltigkeit als Kernelement der strategischen Ausrichtung begriff und

umsetzt. In über 100 Terminen trat Audi auch 2019 in den Austausch mit politischen Stakeholdern aus Parlamenten, Bundes- und Landesministerien, Verbänden, NGOs (Nichtregierungsorganisationen) und Thinktanks (Denkfabriken). Dazu zählen Fachgespräche, Werksbesuche, Teilnahme an öffentlichen Podiumsdiskussionen oder politischen Gesprächsformaten wie das Zukunftsforum Automobil Bayern, der Strategiedialog Automobilwirtschaft Baden-Württemberg und die Nationale Plattform Zukunft der Mobilität.

Hochlauf der Elektromobilität

Ein weiterer Höhepunkt war das im Rahmen der 69. Internationalen Filmfestspiele in Berlin veranstaltete Parlamentarische Frühstück zur Audi Elektromobilitätsstrategie. Dabei wurde mit circa 70 Teilnehmenden, darunter Abgeordnete des Bundestages, beispielsweise kritisch diskutiert, wie sozi-

alverträglich Elektromobilität sein kann und was für den bevorstehenden Hochlauf der Elektromobilität erforderlich ist.

Impulse für offene Diskussionen

Die Vortragsreihe „Perspektive Verantwortung“ steht für den Austausch und die Vernetzung von Mitarbeitenden und Führungskräften von Audi mit Experten aus Wirtschaft und Wissenschaft. Im Rahmen der Veranstaltung werden Fragestellungen aus dem Bereich Nachhaltigkeit diskutiert, die für die Zukunftsfähigkeit von Audi relevant sind. Vorträge von externen Referenten und Kommentierungen durch Audi Experten liefern Impulse für offene Diskussionen zwischen allen Teilnehmern. Seit 2013 haben insgesamt knapp 3.000 Mitarbeitende an über 25 Vorträgen teilgenommen. Im Jahr 2019 wurden die Themen Compliance und Nachhaltigkeit in der Arbeitswelt behandelt.

Mitarbeit in externen Initiativen und Verbänden

Audi arbeitet in unterschiedlichen Initiativen, Verbänden und Arbeitsgruppen, um ökologische, ökonomische und gesellschaftliche Themen in Zusammenarbeit mit Stakeholdern zu diskutieren. Die Auflistung (rechts) von Mitgliedschaften bzw. Beteiligungen steht für den Austausch des Unternehmens mit Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Gesellschaft.

Eine Auswahl aus zahlreichen Engagements, die auch die Interessen der Stakeholder des Unternehmens spiegeln. Die Darstellung erfolgte anhand der fünf Kapitel des Berichts, um den Bezug zu den berichteten Themen zu verdeutlichen.

Strategie

- › VDA Verband der Automobilindustrie e. V., Berlin
- › eNOVA Strategiekreis Elektromobilität, Berlin
- › Deutsches Verkehrsforum e. V., Berlin

Wirtschaften & Integrität

- › Deutsches Institut für Compliance (DICO), Berlin
- › Gesellschaft für Datenschutz und Datensicherheit e. V. (GDD), Bonn
- › Zentrum für Wirtschaftsethik gGmbH (ZfW), Berlin

Produkte & Services

- › Aluminium Stewardship Initiative (ASI), Australien
- › Global Battery Alliance (World Economic Forum), Schweiz
- › Responsible Minerals Initiative

Wertschöpfung & Produktion

- › Biodiversity in Good Company Initiative e. V., Berlin
- › co2ncept plus – Verband der Wirtschaft für Emissionshandel und Klimaschutz e. V., München
- › Gemeinschaftseinrichtung zur Altlastensanierung in Bayern e. V. (GAB), München

Mitarbeiter & Gesellschaft

- › Deutsche Gesellschaft für Arbeitsmedizin und Umweltmedizin e. V. (DGAUM), Lübeck
- › Stiftung Jugend forscht e. V., Hamburg
- › Verein zur Förderung kultureller Belange der Region Ingolstadt e. V., Ingolstadt

Was ist Ihnen wichtig?

Im Berichtsjahr 2019 hat Audi interne und externe Stakeholder um ihre Einschätzung zu relevanten Handlungsfeldern in Nachhaltigkeitsfragen (Stakeholder-Relevanz) gebeten. So identifiziert das Unternehmen jene Themen, die von hoher Bedeutung sind – und bei denen es einen großen Einfluss (Impact) hat.

Für Audi ist die Wesentlichkeitsanalyse ein strategisches Instrument mit dem Ziel, herauszufinden, welche Relevanz bestimmte Nachhaltigkeitsthemen aus Sicht der verschiedenen Stakeholder für den Audi Konzern haben. Damit leistet diese Analyse einen Beitrag für die regelmäßige Überprüfung und Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie. Audi führt die Wesentlichkeitsanalyse regelmäßig seit 2012 durch und bildet die Ergebnisse in einer sogenannten Wesentlichkeitsmatrix (folgende Seite) ab.

Ermittlung wesentlicher Themen

In einem mehrstufigen Prozess hat Audi 2019 die Wesentlichkeitsanalyse weiterentwickelt und aktualisiert. Unter Einbezug interner und externer Quellen hat das Unternehmen zunächst 25 relevante Nachhaltigkeitsthemen innerhalb der vier Handlungsfelder „Wirtschaften und Integrität“, „Produkte und Services“, „Mitarbeiter und Gesellschaft“ und „Wertschöpfung und Produktion“ herausgearbeitet.

Diese 25 Nachhaltigkeitsthemen wurden dann mithilfe einer Online-Umfrage priorisiert. Die Anzahl und Internationalität der Teilnehmer wurde durch verstärkte Kommunikationsmaßnahmen im Vergleich zur letzten Umfrage erhöht. Auf einer Skala von 1 („sehr wenig“) bis 6 („sehr stark“) konnten

die Befragten die Bedeutung der Themen bewerten. 3.206 Stimmen von Umfrageteilnehmern aus Deutschland (71 Prozent), Europa (6 Prozent, ohne Deutschland), Nordamerika (13 Prozent), Südamerika (3 Prozent), Asien (3 Prozent), Afrika (1 Prozent) sowie Australien und „ohne Angabe des Herkunftsortes“ wurden für die Wesentlichkeitsmatrix 2019 ausgewertet. Es ist zum ersten Mal gelungen, eine derartige Internationalität zu generieren.

Bei den Stakeholdern unterscheidet Audi verschiedene Anspruchsgruppen: Mitarbeitende, Analysten & Investoren, Anwohner & Nachbarn, Kunden, Politik & Verbände & Arbeitnehmerorganisationen, Presse & Medien, Wissenschaftlicher Bereich & Nachhaltigkeitsexperten, zivilgesellschaftliche Organisationen (NGO), Geschäftspartner der AUDI AG sowie Sonstige.

Bewertung des Impacts

Zusätzlich zur Relevanz der Nachhaltigkeitsthemen evaluierten die Mitglieder des Steuerkreises Nachhaltigkeit in einem weiteren Schritt die direkten gesellschaftlichen, ökonomischen und ökologischen Auswirkungen (Impact), welche Audi in den ausgewählten Themenfeldern hat, und nahmen auf Basis dessen eine Einstufung vor (gering, mittel, hoch). Die Ergebnisse aus der Umfrage und der qualitativen Impact-Betrachtung wurden abschließend konsolidiert, zusammengefasst und durch den Steuerkreis Nachhaltigkeit freigegeben.

Fokussierung der Nachhaltigkeitsstrategie

Besonders bei der Darstellung der Ergebnisse in der Wesentlichkeitsmatrix hat Audi einen Schritt nach vorne gemacht: Die Wesentlichkeitsmatrix 2019 stellt „Relevanz für externe

Stakeholder“ und „Relevanz für interne Stakeholder (Audi Mitarbeitende)“ als eine Dimension dar, beides wird zu gleichen Anteilen gewertet. Die Folge: Die Matrix ist zum ersten Mal in einer Säulengrafik dargestellt, welche auf einen schnellen Blick die Ergebnisse deutlich macht.

Die Ergebnisse sind strukturgebend für diesen Bericht. Den zwei Themen mit der höchsten Relevanz für Stakeholder sind in jedem Kapitel die beiden Hauptartikel gewidmet.

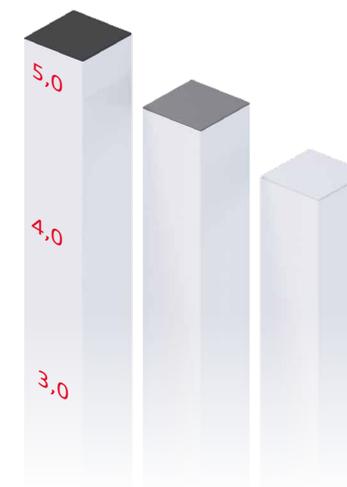
Stakeholder-Relevanz:

Balkenhöhe

Impact:

Farbe des Säulendachs

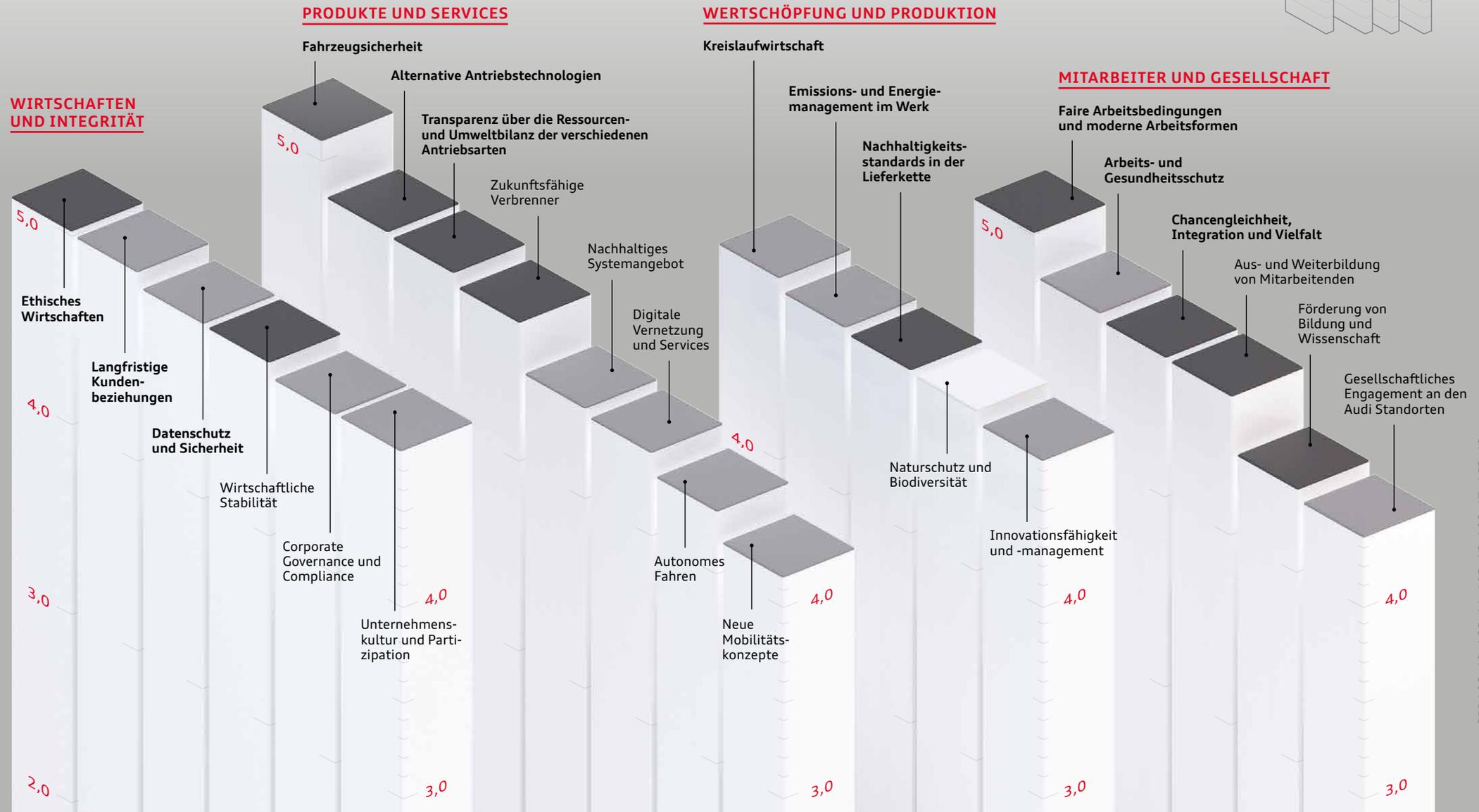
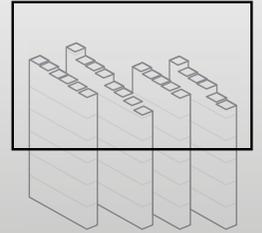
- gering
- mittel
- hoch



Wesentlichkeitsmatrix

Stakeholder-Relevanz: Balkenhöhe

Impact: ■ hoch ■ mittel ■ gering





Kann Nachhaltigkeit
auch profitabel sein?

Wirtschaften im Dreiklang

Umsatz oder Umwelt? Markt oder Moral? Gewinnmaximierung oder Geist? Stopp! Bei Audi heißt es nicht „oder“, sondern „und“. Die Vergangenheit hat gezeigt, dass Wirtschaften ohne Ethik und Maß nicht funktioniert. Doch was bedeutet ethisches Wirtschaften für Audi?

Bei Audi bedeutet ethisches Wirtschaften, dass das Unternehmen eine Verantwortung gegenüber der Gesellschaft hat. Daraus folgt ein werteorientiertes, auf Nachhaltigkeit ausgelegtes Handeln, bei dem Mensch, Gesellschaft und Umwelt im Mittelpunkt stehen. Das Ziel ist eine Win-win-Situation für alle Beteiligten. Dazu gehört als Grundlage, anzuerkennen, dass Wirtschaften etwas Sinnvolles ist – für den Zusammenhalt der Menschheit, für die Entwicklung von Gesellschaften und für die Lebensqualität. Wirtschaft und Ethik sind keine unüberwindbaren Gegensätze – vielmehr bedingen sie einander.

Langfristig wird Audi nur erfolgreich sein – und erfolgreich heißt rentabel und gemeinwohlorientiert – wenn das Unternehmen Ethik und Ergebnis, Gewissen und Gewinn, Umwelt und Umsatz in eine konstruktive Beziehung bringt. Audi versteht Nachhaltig-

keit ganzheitlich: Das Unternehmen berücksichtigt bei seinen wirtschaftlichen Entscheidungen immer auch ökologische und gesellschaftliche Aspekte, um die langfristige Wettbewerbsfähigkeit und damit die Verantwortung als verlässlicher Arbeitgeber abzusichern. Wirtschaftlichkeit und Beschäftigungssicherung sind gleichrangige Ziele. Um sie zu erreichen, ist eine Balance von Compliance, Integrität und eine offene Unternehmenskultur nötig.

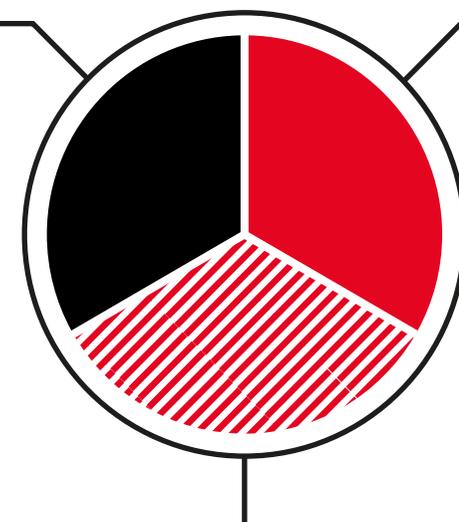
Chancen und Risiken

Für Audi sind Integrität sowie gesetz- und regelkonformes Verhalten (Compliance) Grundlage jeglichen Handelns und genießen innerhalb des Unternehmens sowie im gesamten Volkswagen Konzern höchste Priorität. Sie bilden die Basis für eine gute Reputation, das Vertrauen der Kunden und Geschäftspartner, das Wohlergehen seiner Mitarbeitenden sowie für einen nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg. ➤

Zusammenhang Compliance, Integrität & Kultur

Compliance

bedeutet bei Audi das Handeln in Einklang mit Gesetzen und internen Regeln sowie der Schutz des Unternehmens vor Aktivitäten, die schaden. Die Verhaltensgrundsätze: Im Berufsalltag weist der „Code of Conduct“ den Weg. Er legt die wesentlichen Prinzipien fest, die für die tägliche Arbeit gelten. Diese sind konzernweit gültig und für alle verbindlich, unabhängig von der Hierarchieebene.



Integrität

bedeutet bei Audi verantwortungsvolles, unternehmerisches Handeln, ausgerichtet an den in der Gesellschaft anerkannten und im Unternehmen verabredeten Werten und Prinzipien. Integrität schärft das Gespür der Beschäftigten für kritische Situationen.

Unternehmenskultur

bringt zum Ausdruck, wie Menschen bei Audi zusammenarbeiten und welche Werte dabei maßgeblich sind. Zur Unternehmenskultur gehört auch, dass jeder Einzelne bei Unsicherheiten ebendiese frei zur Sprache bringen kann.

› **Together4Integrity als Kompass**

Aus einer Auflage des Monitors ist 2018 „Together4Integrity“ (T4I) entstanden. Dabei handelt es sich um ein ganzheitliches Programm des Volkswagen Konzerns, das alle Maßnahmen, Projekte und Initiativen rund um Ethik, Integrität und Compliance unter einem gemeinsamen Dach bündelt und so einen starken Beitrag zum Kulturwandel leistet. T4I wird bis 2025 auf alle Marken und Beteiligungsgesellschaften des Volkswagen Konzerns ausgerollt und soll den rund 670.000 Mitarbeitenden weltweit eine konkrete Orientierung und Handlungsempfehlungen für integriertes und regelkonformes Verhalten im Arbeitsalltag geben.

An den deutschen Standorten der AUDI AG befinden sich aktuell mehr als 100 Maßnahmen in der Umsetzung, wobei ein großer Teil bereits abgeschlossen ist. Gleichzeitig ist die AUDI AG für das Ausrollen des T4I-Programms in den Tochter- und Beteiligungsgesellschaften verantwortlich. T4I ist schon in weit mehr als der Hälfte dieser Gesellschaften implementiert und damit sind bereits rund 85.000 der insgesamt rund 90.000 Mitarbeitenden eingebunden.

Die Themen Compliance und Integrität sind zusammen mit

dem Programm „Together4Integrity“ fest in der Audi Unternehmensstrategie „konsequent Audi“ im Missionsfeld „konsequent nachhaltig“ verankert – das unterstreicht deren Wichtigkeit und absolute Priorität in allen Geschäftsbereichen und -prozessen.

Basis: Compliance und Integrität

Für die Unternehmensführung ist es von zentraler Bedeutung, dass alle Entscheidungen mit geltendem Recht sowie internen Regeln und Werten in Einklang stehen. Die Grundlage hierfür bilden die Audi Verhaltensgrundsätze (Code of Conduct). Sie legen die wesentlichen Prinzipien fest, die für die tägliche Arbeit im Unternehmen gelten. Die Verhaltensgrundsätze sind konzernweit gültig und für alle verbindlich, unabhängig von der Hierarchieebene: Alle Beschäftigten sind verpflichtet, sich entsprechend diesen Leitlinien zu verhalten. Audi fühlt sich außerdem der UN-Konvention gegen Korruption verpflichtet und erfüllt weitgehend die Anforderungen aus dem Deutschen Corporate Governance Kodex.

Aber nicht nur die Einhaltung geltender Gesetze, Konventionen und betrieblicher Regelungen ist elementar, sondern auch Integrität – also das verantwortungsvolle unternehmerische Handeln, ausgerichtet an den gesellschaftlich

anerkannten und bei Audi verarbeiteten Werten und Prinzipien. 2019 hat das Audi Aufklärungs-Office vier zentral eingegangene Hinweise mit einem möglichen Verdacht auf einen Regelverstoß betreffend Korruption im Rahmen des Hinweisgebersystems erhalten, bei denen weitere Untersuchungsschritte eingeleitet wurden.

Bei zwei Fällen hat sich im Rahmen der Untersuchung der Verdacht bestätigt und es wurden entsprechend personelle Maßnahmen vorgenommen. Bei einem Fall hat sich der Verdacht nicht bestätigt, bei einem Hinweis

Themenrelevante Ziele der Agenda 2030



Der Fokus liegt auf dauerhaftem und nachhaltigem Wirtschaftswachstum.



Der Fokus liegt auf der nachhaltigen Nutzung aller natürlichen Ressourcen.



Ziel ist es, friedliche und inklusive Gesellschaften im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung zu fördern.

Wirksame Korruptionsbekämpfung

Die Bekämpfung von Korruption hat im Audi Konzern einen hohen Stellenwert. Die Abteilung Audi Compliance & Integrität trägt innerhalb unseres Unternehmens zur Korruptionsbekämpfung bei. Die Konzernfunktion unterstützte im Berichtsjahr 34 nationale und internationale Beteiligungsgesellschaften in Bezug auf das Compliance-Fokusthema Antikorruption bei Beratungsanfragen sowie der Implementierung von Richtlinien und Durchführung von Schulungen. Grundsätzlich werden all diejenigen Einheiten in diesen Prozess einbezogen, bei denen die AUDI AG eine Mehrheitsbeteiligung hält, die Managementverantwortung innehat oder die von besonderer Bedeutung sind.

Zur nachhaltigen Korruptionsprävention wurden der Umgang mit Zuwendungen und die Vermeidung von Interessenkonflikten und Korruption erstmals im Volkswagen Konzern einheitlich in einer Konzernrichtlinie geregelt. Diese überführte die AUDI AG in eine neue Unternehmensrichtlinie, welche die vorherige Richtlinie ersetzte.

Um Audi Mitarbeitende hinsichtlich relevanter Korruptionsthemen zu schulen, wurde 2016 ein interaktives Web-based Training für alle Geschäftsbereiche eingeführt. Durch praxisnahe, sich am Arbeitsalltag orientierende Situationen werden die Mitarbeitenden für korruptionsrelevante Sachverhalte sensibilisiert. Das Training ist für alle indirekten Beschäftigten sowie Führungskräfte der AUDI AG verpflichtend. Ende 2019 wurde dieses Training aktualisiert und um weitere Themen wie beispielsweise Spenden und Sponsoring erweitert.

Hinweisgebersystem für Regelverstöße: Audi Hinweisgebersystem und Ombudsmannsystem

Externer Meldekanal

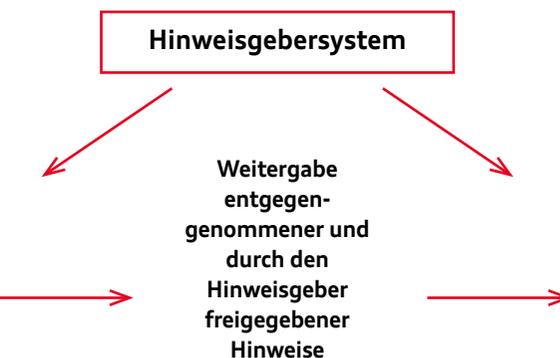
Das Ombudsmannsystem des Volkswagen Konzerns dient als externer Eingangskanal. Hierbei stehen zwei erfahrene externe Rechtsanwälte als neutrale Ombudsmänner zur Verfügung. Jeder Beschäftigte, Geschäftspartner oder externer Dritter kann sich an sie wenden, wenn er Hinweise auf Regelverstöße entdeckt. Alle Hinweise werden vertraulich behandelt und an das Audi Hinweisgebersystem weitergeleitet. Der Hinweisgeber kann dabei anonym bleiben. Die Ombudsmänner unterliegen der anwaltlichen Schweigepflicht. Dabei gelten unter anderem die folgenden Verfahrensgrundsätze:

Hinweisgeber werden geschützt und ihre Aussagen vertraulich behandelt. Ihre Identität wird, soweit sie dies wünschen und es gesetzlich möglich ist, nicht offengelegt. Sie sollen sich fair behandelt fühlen. Benachteiligungen, Einschüchterungen oder Anfeindungen gegenüber Hinweisgebern werden nicht geduldet.

Hinweisgeber, die aufgrund ihrer Meldung Benachteiligungen erfahren, können sich an das Audi Aufklärungs-Office wenden. Dieses nimmt den Fall auf, bewertet ihn entsprechend des Hinweisgeberprozesses und klärt ihn auf.

Betroffene hingegen müssen vor unrechten Verdächtigungen geschützt werden. Für sie gilt bis zum Beweis des Gegenteils stets die Unschuldsvermutung. Weiterhin haben sie das Recht auf Gehör und Beistand sowie das Recht, sich jederzeit während einer Untersuchung durch ein Mitglied der zuständigen Arbeitnehmervertretung oder einen Rechtsanwalt beraten und begleiten zu lassen. Dabei bleibt das Recht der AUDI AG unberührt, den Zeitplan für die Untersuchung festzulegen.

Kosten des Rechtsbeistandes trägt grundsätzlich der Betroffene. Im Rahmen der Untersuchung erhalten die Betroffenen die Möglichkeit,



Interner Meldekanal

Zur Etablierung einer auf Integrität basierenden Unternehmenskultur bedarf es auch der Wachsamkeit aller Beschäftigten sowie ihrer Bereitschaft, bei begründeten Verdachtsmomenten auf mögliche Regelverstöße hinzuweisen. Ein zentraler Baustein dazu ist das Audi Hinweisgebersystem („Whistleblower-System“). Es trägt dazu bei, Fehlverhalten – insbesondere schwere Regelverstöße – frühzeitig zu erkennen und abzustellen. Über interne und externe Anlaufstellen können Hinweise zu Verstößen gegen Gesetzesvorschriften und interne Regelverletzungen von Beschäftigten im Zusammenhang mit Audi gemeldet werden. Zentrale Anlaufstelle innerhalb des Unternehmens ist das Audi Aufklärungs-Office. 2019 gingen 694 Hinweise auf mögliche Regelverstöße ein. Im Vorjahreszeitraum waren es mit 215 Meldungen deutlich weniger.

zu den Vorwürfen Stellung zu nehmen. Die Stellungnahmen werden berücksichtigt. Wenn im Laufe der Untersuchung kein Regelverstoß festgestellt werden konnte, unterstützt das Aufklärungs-Office den Betroffenen dabei, sein Beschäftigungsumfeld zu informieren. Oberstes Ziel ist es dabei, die Reputation des Beschäftigten zu schützen.

Hinweise auf Regelverstöße werden vom Audi Aufklärungs-Office plausibilisiert, kategorisiert und bei Vorliegen eines Anfangsverdachts einer geeigneten Untersuchungsstelle im Unternehmen oder außerhalb des Unternehmens zur Aufklärung und Beendigung zugewiesen.

So ist das Hinweisgebersystem zu erreichen:

Persönlich
Audi Aufklärungs-Office
I/GC-C5
AUDI AG
85045 Ingolstadt

Postadresse
AUDI AG
Hinweisgebersystem
85045 Ingolstadt

E-Mail
whistleblower-office@audi.de

Hinweise können auch anonym abgegeben werden. Dabei wird die Identität des Hinweisgebers für Audi nicht kenntlich. Zur Abgabe anonymer Hinweise stehen folgende Kanäle zur Verfügung:

Online-Meldekanal
www.bkms-system.com/audi

Die 24/7-Hotline des Hinweisgebersystems des Volkswagen Konzerns:
+800 444 46300 (kostenfrei)
+49 5361 946300 (gebührenpflichtig, international erreichbar)

Ombudsleute (externe Rechtsanwälte)
www.ombudsleute-der-volkswagen-ag.de
www.ombudsmen-of-volkswagen.com

› konnte die Untersuchung im Berichtszeitraum nicht vollständig abgeschlossen werden.

Compliance-Organisation

Der Bereich „Integrität, Compliance, Risikomanagement“ stärkt das Bewusstsein für regelkonformes und aufrichtiges Verhalten bei der AUDI AG und ihren Tochtergesellschaften.

Die Compliance-Funktionen sorgen für die Vorbeugung systematischen Fehlverhaltens und die Vermeidung unternehmensbezogener Straftaten sowie Reputationsschäden. Sie stärken das compliance-konforme Verhalten des Vorstands, der Führungskräfte sowie der Mitarbeitenden und erfüllen in diesem Zusammenhang eine präventive und unabhängige Beratungsfunktion. Fokusthemen sind unter anderem Antikorruption, Geldwäscheprävention sowie Menschenrechte.

Um Führungskräfte und Mitarbeitende für Compliance-Themen und insbesondere den Code of Conduct (Audi Verhaltensgrundsätze), das Hinweisgebersystem (Seite 27) und Antikorruption (Seite 26) zu sensibilisieren, wurden im Jahr 2019 Kommunikations- und Trainingsmaßnahmen gemäß einem risikobasierten Ansatz entwickelt, durchgeführt und entsprechend dokumentiert (diese Seite).

Programme und Prozesse

Das bei Audi etablierte Compliance Management System (CMS) festigt die Grundsätze, Maßnahmen, Prozesse und Strukturen des Unternehmens zur dauerhaften Einhaltung der Gesetze und internen Vorschriften durch Organe, Mitarbeitende und unternehmensbezogen handelnde Dritte. Integraler Bestandteil des CMS ist das Integritätsmanagement, welches insbesondere zur langfristigen Sicherung von wertorientiertem Verhalten im Unternehmen beiträgt.

Die Compliance-Organisation steuert über das im Unternehmen implementierte CMS alle Compliance-Maßnahmen und -Prozesse, um die Einhaltung der Compliance-Anforderungen im Unternehmen sicherzustellen.

Innerhalb des Audi Konzerns wurden Compliance-Fokusthemen definiert, deren Beachtung wesentlich für den Schutz unserer Marken ist. Diese werden dauerhaft verfolgt und durch das jährlich aktualisierte Compliance-Programm umgesetzt.

Im Berichtsjahr 2019 wurde eine konzernweite Compliance-Risikoanalyse durchgeführt, um Risiken systematisch zu identifizieren. Zur Reduzierung der potenziellen Risiken wurden standardisierte Compliance-Maßnahmen entwickelt und ausgerollt, die Analyse wird zudem regelmäßig wiederholt. Die

Audi Beteiligungsgesellschaften werden bei Compliance-Aktivitäten im Rahmen eines Coaching-Modells beratend unterstützt.

Die Wirksamkeit des Compliance Management Systems wird regelmäßig überprüft und gegebenenfalls wird dieses weiterentwickelt. Ziel ist eine kontinuierliche Verbesserung aller Elemente des CMS. Hierzu werden Angemessenheit und Wirksamkeit der einzelnen Compliance-Maßnahmen systematisch bewertet. Gleiches gilt für die Wirksamkeit des Risikomanagement-Systems, die vom Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats kontrolliert wird.

Dieselthematik markiert Zäsur

Die Arbeit des Aufsichtsrats war auch 2019 maßgeblich von der Aufarbeitung der Dieselkrise geprägt. Aus diesem Grund hat sich der Aufsichtsrat mit dieser Thematik ausführlich beschäftigt. Er wurde vom Vorstand im abgelaufenen Geschäftsjahr kontinuierlich schriftlich und mündlich zur Dieselthematik auf dem aktuellen Stand gehalten. Weitere Informationen zu den Aufgaben und Themen des Aufsichtsrats finden Sie im [Audi Finanzbericht 2019](#) auf den Seiten 104 f.

Die Dieselthematik markiert bei Audi eine Zäsur. Gleichzeitig ist sie aber auch Auslöser für einen Wandel, der das Unterneh-

Schulungen zur Stärkung von Compliance und Integrität

Das Trainingsangebot hat sich in den vergangenen zwei Jahren mehr als verdoppelt – von elf Maßnahmen 2017 auf 27 Maßnahmen Ende 2019.

Besonderer Fokus lag 2019 auf der flächendeckenden, verpflichtenden Schulung des Vorstands und aller Mitarbeitenden der AUDI AG zum Thema Audi Verhaltensgrundsätze (Code of Conduct) sowie dem internationalen Rollout der Maßnahme an Audi Tochtergesellschaften. Zudem wurden risikobasiert weitere Schulungsverpflichtungen (zum Beispiel Prävention von Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung) gesetzt. Dies hat

die Teilnehmerzahlen an Compliance-Schulungen im Vergleich zu 2017 mehr als verdreifacht.

Für die Entwicklung von Trainingsmaßnahmen werden die konzernweit geltenden Trainingsstandards berücksichtigt. Zudem hat die Abteilung Compliance/Integrität zur Qualitätssicherung einen Konzeptentwicklungsprozess eingeführt, um neue Trainingsmaßnahmen weiter zu standardisieren. Weiterhin wurde ein risikobasiertes Trainings- und Kommunikationskonzept implementiert, das die Einführung von verpflichtenden Trainings bei Identifikation von Hochrisikogruppen vorsieht.

Auszug umgesetzter Maßnahmen in 2018/2019:

Präsenzschulung

- › Antikorruption für Vorstand und Topmanagement
- › Audi Verhaltensgrundsätze (Code of Conduct) für Vorstand
- › Hinweisgebersystem für Key Contact Points (Wichtige Kontaktstellen)
- › Fraud (Betrug)
- › Compliance Awareness (Compliance-Bewusstsein)
- › Umgang mit Amtsträgern
- › Workshop-Angebote zu Integrität

Web-based Training (WBT)

- › Audi Verhaltensgrundsätze (Code of Conduct)
- › Prävention von Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung
- › Integrität, Kultur & Compliance
- › Fremdvergaben
- › Fraud (Betrug)

› men stärkt und zukunftsfähig macht. Ein Wandel, der über Compliance weit hinausgeht, indem er Integrität, Verantwortung und gesellschaftlichen Mehrwert in den Mittelpunkt stellt. Die AUDI AG hat als Tochter der Volkswagen AG wegen der Dieseldemokratie die Mitgliedschaft im UN Global Compact zum 12. November 2015 vorübergehend niedergelegt. Unabhängig von der zeitweisen Niederlegung der Mitgliedschaft bekennt sich das Unternehmen zu den Prinzipien des UN Global Compact der Vereinten Nationen.

Auf seinem Weg aus der Dieseldemokratie erhält Audi auch Unterstützung durch Larry D. Thompson, den vom US-Justizministerium bestellten Monitor. Thompson und sein Team prüfen und bewerten die Einhaltung der Auflagen aus den Vergleichsvereinbarungen, die Anfang 2017 mit dem US-Justizministerium geschlossen wurden. Zusätzlich empfiehlt er neue Maßnahmen zur Stärkung der Compliance und Kontrollsysteme und prüft deren Umsetzung. Eine Zertifizierung durch den Monitor ist Voraussetzung für den Bestand der Vergleichsvereinbarungen mit dem US-Justizministerium.

Etwas Vergleichbares wie die Dieseldemokratie darf es bei Audi nicht mehr geben. Deshalb verpflichtet sich der gesamte Vor-

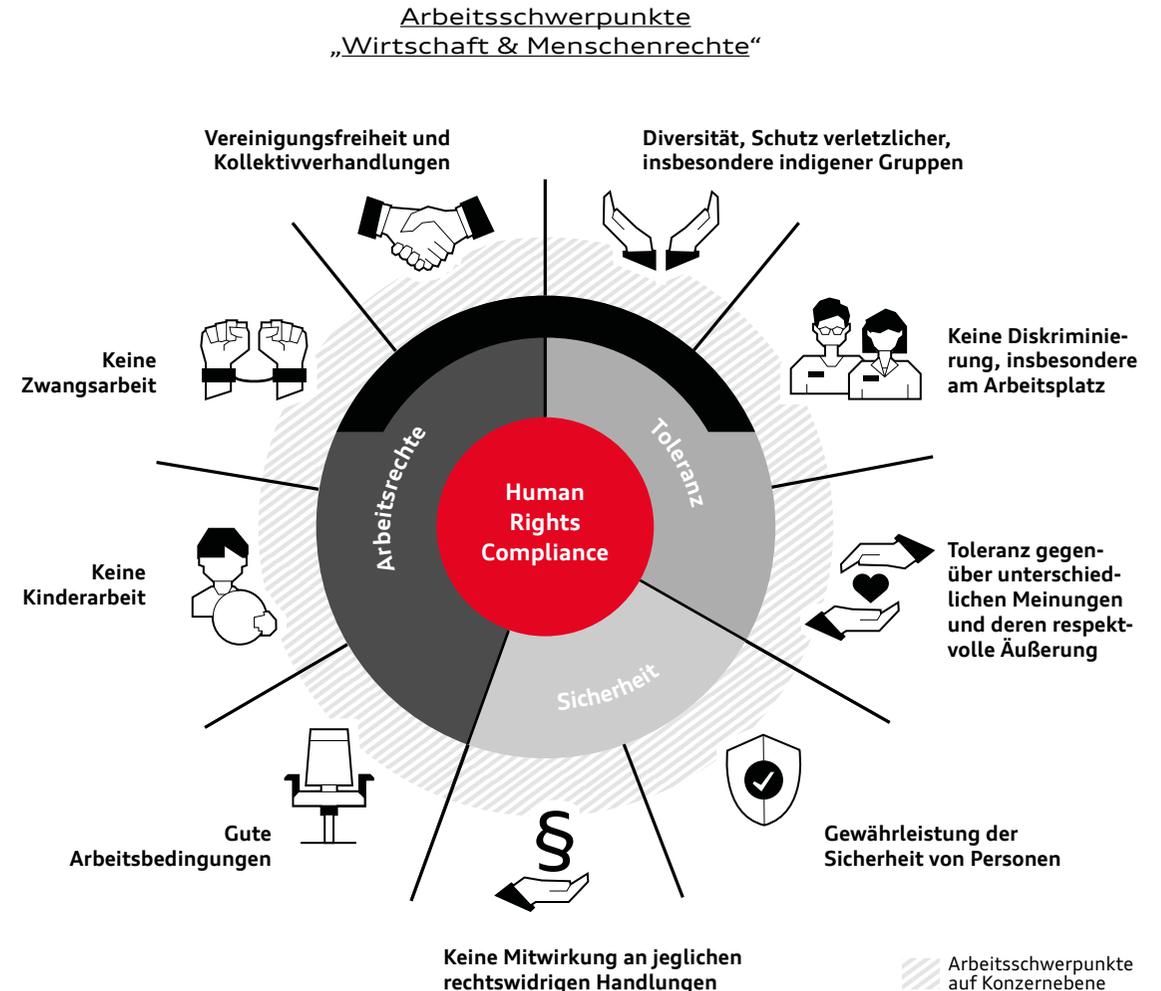
stand persönlich, die Anstrengungen der vergangenen Jahre hinsichtlich Ethik und Compliance fortzuführen, wenn das Monitoring beendet ist. Über den Fortschritt berichten die Vorstandsmitglieder im Aufsichtsrat.

Sensibilisierung der Mitarbeitenden

Von besonderer Bedeutung für eine integre Unternehmenskultur ist die Motivation und Aktivierung der Audi Belegschaft. Das Integritätsmanagement sorgt für eine hohe Sichtbarkeit des Themas durch kontinuierliche Kommunikation in den Mitarbeitermedien sowie in Dialogveranstaltungen.

Des Weiteren hat das Unternehmen im Berichtsjahr ein unternehmensweites Integritätsbotschafter-Netzwerk etabliert. Als Schnittstelle zum Integritätsmanagement helfen die Botschafter dabei, integrires Verhalten zielgruppenspezifisch in ihren Geschäftsbereichen zu vermitteln und sie bieten den Mitarbeitenden eine bereichsinterne Anlaufstelle bei Integritätsfragen. 2019 wurden über 50 Botschafter in Ingolstadt und Neckarsulm ausgewählt und entsprechend ihren Aufgaben befähigt.

Ziel ist es, die Mitarbeitenden nicht nur zu informieren, sondern zu den Themen auch entsprechend zu qualifizieren: Daher setzte die ›



Basis und Rückgrat des Nachhaltigkeitsmanagements bei Audi sind Selbstverpflichtungen und Grundsätze. Ausführliche Dokumente finden Sie hier.

› AUDI AG im Berichtszeitraum verstärkt auf Trainings.

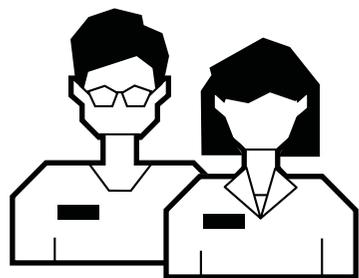
Verstärkter Fokus: Human Rights

Audi ist es wichtig, mögliche Risiken für Menschenrechtsverletzungen in seinen Geschäftsprozessen frühzeitig zu identifizieren und zu minimieren. Dabei orientiert sich Audi an internationalen Vorgaben und Standards, zu denen sich das Unternehmen bekennt. Das gilt sowohl für Prozesse innerhalb des Unternehmens als auch für die Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern und Lieferanten – also auf unterschiedlichen Stufen der Wertschöpfungs- und Lieferkette.

Relevante internationale Standards für das Themenfeld „Wirtschaft & Menschenrechte“ sind insbesondere die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen, kodifiziert im Internationalen Pakt über bürgerliche und politische Rechte und im Internationalen Pakt über wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte. Des Weiteren sind die Kernarbeitsnormen der International Labour Organization (ILO), die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte und die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen relevant.

Die Basis für die Ausgestaltung kooperativer, von sozialem Frieden

geprägter Arbeitsbeziehungen sind beispielsweise die mit dem Europäischen und Welt-Konzernbetriebsrat getroffenen Vereinbarungen des Volkswagen Konzerns (Sozialcharta). Sie bieten Mitarbeitenden Sicherheit im Hinblick auf ihre Arbeitnehmer- bzw. Menschenrechte. Dazu gehören im Kern das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen, auf Gleichheit der Vergütung sowie das Verbot von Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf. Auch im Code of Conduct für alle Beschäftigten des Unternehmens sowie im Code of Conduct für Geschäftspartner sind die Werte des Unternehmens festgeschrieben. Außerdem hat Audi eine Grundsatzerklärung zur Achtung und Einhaltung der Menschenrechte.



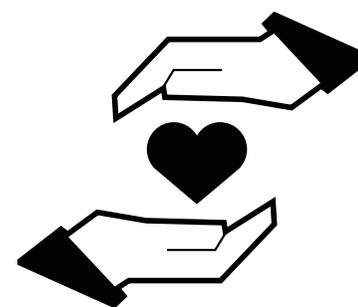
In den vergangenen Jahren zeichnet sich ein Trend in führenden Wirtschaftsnationen ab, das Themenfeld „Wirtschaft & Menschenrechte“ auch in nationalen Gesetzen zu regeln. Als globaler Konzern beachtet Audi auch solche nationalen Vorgaben, die internationale Standards konkretisieren. Beispielhaft für nationale Berichtspflichten ist der britische „UK Modern Slavery Act 2015“: Jährlich kommt Audi seiner Pflicht nach, Transparenz zu schaffen, und veröffentlicht ein entsprechendes Statement zu Maßnahmen im Bereich Menschenrechte auf der Unternehmenswebsite. In Deutschland unterstützt Audi den Nationalen Aktionsplan (NAP) „Wirtschaft und Menschenrechte“ der Bundesregierung, beispielsweise auch, indem das Unternehmen im Branchendialog Automobilindustrie gemeinsam mit anderen Anspruchsgruppen (Zivilgesellschaft, Unternehmen, Verbände usw.) an Lösungen arbeitet.

Zusammen mit dem Volkswagen Konzern arbeitet Audi daran, das Themenfeld strukturiert in sein bestehendes Compliance Management System zu integrieren. Der konzernübergreifende Arbeitskreis hat wesentliche Arbeitsschwerpunkte im Sinne der UN-Leitprinzipien, sogenannte „Salient Business & Human Rights Issues“ (Seite 29)

auf dem Gebiet „Wirtschaft und Menschenrechte“, festgelegt.

Hohe Compliance-Anforderungen

Im Rahmen des operativen Geschäfts arbeitet der Audi Konzern mit vielen Partnern zusammen. Das Unternehmen will sicherstellen, dass seine Geschäftspartner dieselben integren Geschäftspraktiken anwenden, die für den Volkswagen und Audi Konzern maßgeblich sind. Daher führt Audi Integritätsprüfungen für Geschäftspartner, wie Vertriebspartner und Lieferanten, durch: die sogenannte Business Partner Due Diligence (BPDD). Diese Prüfung erfolgt im Rahmen eines risikobasierten, transparenten und ordnungsgemäß dokumentierten



Prozesses. Der Konzern nutzt dabei ein spezielles BPDD-Instrument, mit dem risikobasiert geprüft wird, ob bestehende und potenzielle, neue, direkte Geschäftspartner integer sind und in ihrer Geschäftstätigkeit alle relevanten Gesetze, Bestimmungen und Vorschriften einhalten. Entspricht ein Geschäftspartner nicht unseren Compliance-Anforderungen, werden risikomitigierende Maßnahmen ergriffen. Diese können in Einzelfällen auch zu einer Beendigung der Geschäftsbeziehung führen.

Darüber hinaus wurde der Code of Conduct für Geschäftspartner überarbeitet, in dem die Konzernbereiche Compliance, Beschaffung und Vertrieb erstmals gemeinsam grundlegende Erwartungen an das unternehmerische und ethische Handeln ihrer Geschäftspartner formulieren, zum Beispiel zu den Themen Menschenrechte oder Korruptionsprävention.

Sicher unterwegs auf der Datenautobahn

Besitzer eines Audi erwarten digital vernetzte Fahrzeuge und Services. Und dabei verlassen sich die Kunden darauf, dass ihre persönlichen Daten jederzeit sicher sind – egal ob im Fahrzeug, in der Cloud oder auf den Servern von Audi.

Digitalisierung bietet große Chancen: sie ermöglicht nicht nur neue Services und nützliche Funktionen, sondern auch, dass Mobilität persönlicher und smarter wird. Um diese Lösungen zu entwickeln und Kundenwünsche noch besser zu verstehen, werden Daten und Informationen genutzt. Im Fokus dabei: der Grundsatz der Transparenz und Datensparsamkeit. Zudem ist es unser Verständnis von Premium, dass wir die Daten unserer Kunden schützen und Datensicherheit gleich von Beginn an und umfassend mitdenken.

Zukünftig wird es nicht darum gehen, möglichst viele Daten zu sammeln, sondern mit den Daten unseren Kunden den größtmöglichen Mehrwert zu bieten. Audi hat dies in den vergangenen Jahren mit unterschiedlichen Forschungs-

projekten und Konzeptfahrzeugen unter Beweis gestellt. So zum Beispiel mit „PIA“, dem persönlichen intelligenten Assistenten. Mit Methoden der künstlichen Intelligenz verknüpft „PIA“ unterschiedliche Daten miteinander – Sensordaten aus dem Auto und Wissen über den Fahrer, Staumeldungen, Verkehrsprognosen sowie Zusatzinformationen aus dem Internet. „PIA“ reagiert dabei unter anderem auf Spracheingaben, lernt laufend hinzu und kommuniziert dank maßgeschneiderter Algorithmen eigenständig und adaptiv mit dem Nutzer. Einen ähnlichen Ansatz verfolgt das Konzeptfahrzeug AI:ME. Es gibt einen Ausblick, wie das Auto der Zukunft zu einem ganz persönlichen Mobilitätspartner wird, bei dem die Systeme für den Nutzer mit- und vorausdenken

und dabei lernfähig sind. Dadurch agieren sie proaktiv und empathisch. Grundlage für dieses Erzeugen eines echten Mehrwerts ist es, den Nutzer und seine Bedürfnisse sowie beeinflussende Randbedingungen bestmöglich zu kennen.

Hohe Standards für Datenschutz

Das Projekt Audi Intelligence Experience wurde auf der Consumer Electronics Show 2020 präsentiert und vereint Funktionen aus diversen Forschungsprojekten. Es beschreibt dabei ein Zukunftsszenario des „empathischen Fahrzeugs“. Das Auto analysiert hier, welche Funktionen und Einstellungen sein Benutzer präferiert – sei es bei Sitzposition und -massage, bei den Medien, bei der Zielführung, beim Innenlicht und bei der Temperatur oder bei Düften für den Innenraum. Dabei kann es sich auch, wenn gewünscht, am Befinden des Benutzers orientieren. Dafür interpretiert es den Fahrstil oder auch Vitalfunktionen wie Hauttemperatur und Puls, die von Sensoren im Fahrzeug erfasst werden. Das macht deutlich, dass

große Datenmengen in Echtzeit erhoben und weiterverarbeitet werden. Der Überbegriff dafür lautet Digitalisierung.

Für Audi ist der gewissenhafte Umgang mit Daten Teil der unternehmerischen Verantwortung und in der Unternehmensrichtlinie Datenschutz verankert. Die jeweiligen staatlichen Gesetze zu personenbezogenen Daten, Datenschutz und Persönlichkeitsrechten werden von Audi ohne Einschränkungen befolgt. Dabei stehen Transparenz und Selbstbestimmung über der Verwendung von Daten im Vordergrund. Audi informiert den Kunden in geeigneter Weise über den Umgang mit seinen personenbezogenen Daten. Darunter fällt insbesondere, welche Daten erhoben und verarbeitet werden, welche Zwecke mit der Datennutzung verfolgt werden und ob bestimmte Daten an Dritte übermittelt werden. Transparenz beinhaltet auch, dem Kunden Auskunft darüber zu geben, welche personenbezogenen Daten über ihn bei Audi vorliegen. Für derartige Informationen gilt das Datengeheimnis. ➤

Themenrelevante Ziele der Agenda 2030

9 INDUSTRIE, INNOVATION UND INFRASTRUKTUR



Ziel ist es, eine widerstandsfähige Infrastruktur aufzubauen, inklusive und nachhaltige Industrialisierung zu fördern und Innovationen zu unterstützen.

12 NACHHALTIGE/R KONSUM UND PRODUKTION



Die Digitalisierung der Mobilität und von Fahrzeugen hilft dabei, den Wandel hin zu einer Wirtschafts- und Lebensweise zu bewältigen, die besser für den Planeten und jeden Einzelnen ist.

› Verschlüsselte Kommunikation

Der Schutz der Fahrzeug- und der Backend-Infrastruktur sowie die sichere Übertragung sind für Audi essenziell. Audi nutzt sowohl bei der Verbindung vom Auto als auch vom Smartphone zum Audi Backend-Verschlüsselungsverfahren wie sie beispielsweise auch beim Online-Banking verwendet werden. Auch die Speicherung der Daten auf den Audi Servern erfolgt verschlüsselt. Selbstverständlich ist, dass administrative Zugriffe nachvollziehbar dokumentiert werden.

Hohe Datensicherheit

Schon bei der Entwicklung von Produkten und Services hat Datensicherheit bei Audi eine hohe Priorität. Mit anerkannten und geprüften Mechanismen und Standards aus der Embedded Security schützt Audi sensible Daten. Bei der Entwicklung neuer Funktionen erweitert das Unternehmen die Security-Mechanismen, um den jeweils aktuellen Stand im Bereich Datenschutz zu erfüllen oder zu übertreffen. Aktuelle technische und organisatorische Maßnahmen gewährleisten die zugehörige Security im Auto.

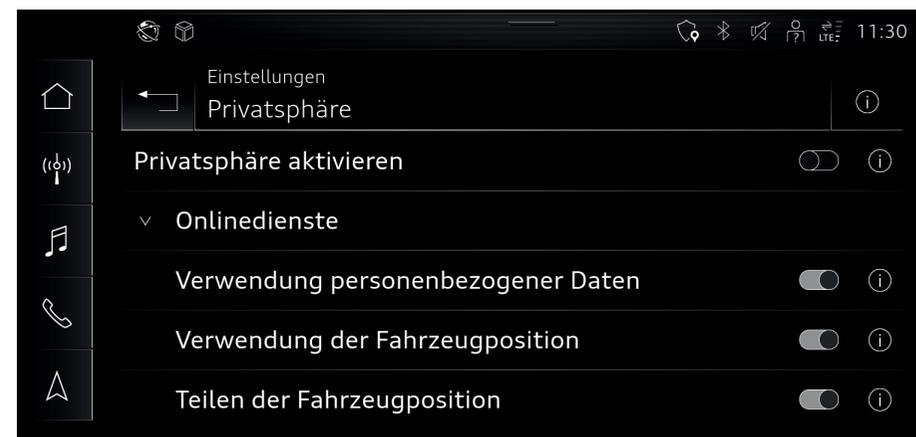
Wie auch im Vorjahr kam es 2019 zu keiner begründeten Beschwerde in Bezug auf die Verletzung des Schutzes von Kundendaten.

Mehr Infos zu Datenschutz und Datensicherheit finden Sie auf [Audi.de](https://www.audi.de)

Datenschutz, bitte!

„Mit unserem wachsenden Angebot an digitalen Services wächst auch unsere Verantwortung. Wir müssen mit unseren Kunden über Datennutzung und Datenschutz in einer Art kommunizieren, die klar verständlich ist“, erklärt Konstantin Willmann. Der Funktionsentwickler im Bereich Audi connect ist für die Umsetzung dieser Grundsätze in den Fahrzeugen verantwortlich. „Daher – und auch aufgrund der EU-Datenschutz-Grundverordnung (EU DSGVO) – haben wir für unsere Audi Modelle ein Menü mit Datenschutzeinstellungen entwickelt“, erläutert der Entwickler weiter. Für den Kunden bedeutet dies, dass er im Auto mit nur wenigen Klicks die „Privatsphäre-Einstellungen“ im MMI-Bedienmenü erreicht. Dort kann er anschließend zentral seine persönlichen Online-Dienste, basierend auf den von diesen verwendeten Daten, aktivieren oder deaktivieren sowie gezielt über Datensammeloptionen entscheiden.

Seit dem Modelljahr 2018 kann der Kunde im Fahrzeug einstellen, ob er einer Datenverarbeitung grundsätzlich zustimmt oder nicht. Seit dem Modelljahr 2020 kann der Kunde in fast allen neuen Audi Modellen diese Einstellung feingranularer vornehmen. In den Privatsphäre-Einstellungen des MMI kann der Kunde Online-Dienste deaktivieren, wenn er keine Erhebung und Verwendung seiner Daten wünscht. So kann er sich immer wieder neu entscheiden, ob er eine GPS-Position freigeben möchte (Verwendung der Fahrzeugposition), ob diese sogar anderen Nutzern angezeigt werden soll (Teilen der Fahrzeugposition) oder ob



Audi MMI: Mit wenigen Klicks treffen Kunden ihre Auswahl.

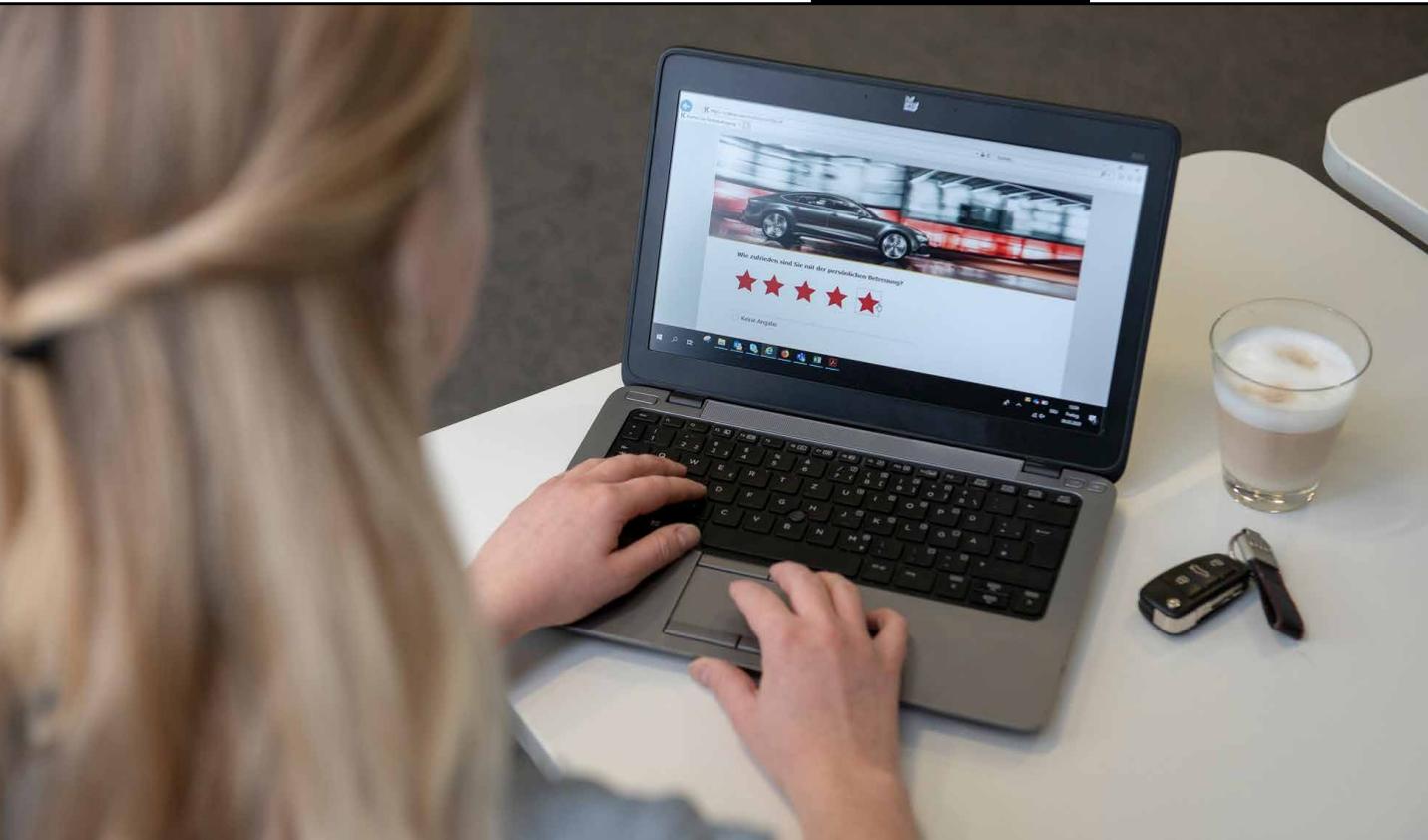
er gar keine Daten freigeben möchte (Privatsphäre aktivieren). Die Einstellungen im Fahrzeug kann jeder beliebige Nutzer eines Fahrzeugs für sich einstellen. Sicherheitsrelevante, vertraglich oder gesetzlich erforderliche Online-Funktionen – wie beispielsweise „Audi connect Notruf“ oder das „Audi connect Diebstahl Ortungssystem“ – sind von einer Deaktivierung durch die Privatsphäre-Einstellungen ausgeschlossen. Diese Dienste tauschen ausschließlich bei aktiver Nutzung/Beauftragung durch den Kunden die im vertraglich oder gesetzlichen Umfang geregelten Daten aus.

Einstellungen, die ein Nutzer im Fahrzeug vorgenommen hat, können nicht außerhalb des Fahrzeugs verändert werden, die Privatsphäre des Nutzers im Fahrzeug hat hier oberste Priorität. Der sogenannte „Hauptnutzer“ eines Audi kann zusätzlich

in allen Modellen ab Modelljahr 2019, welche über MMI mit Touchscreen verfügen, das Dienste-Portfolio seines Fahrzeugs* einschränken. Hierzu kann er im myAudi Web-Portal nahezu jeden einzelnen Dienst wahlweise deaktivieren. Diese Dienste sind dann für keinen Nutzer des Fahrzeugs mehr verfügbar und können auch nicht aus dem Auto reaktiviert werden.

Im myAudi Web-Portal sowie den Datenschutzhinweisen im Fahrzeug kann sich der Kunde auch zu jedem einzelnen Dienst informieren, welche Daten durch diesen verarbeitet werden.

* Welche Generation von MIB im Fahrzeug verbaut ist bzw. wie dort welche Dienste eingestellt und ausgewählt werden können, erfahren Besitzer in der Bedienungsanleitung ihres Fahrzeugs, über ihren Audi Partner oder die zentrale Audi Kundenbetreuung.



Audi definiert das Versprechen „Vorsprung durch Technik“ neu: Es geht nicht mehr nur um das technisch Mögliche, sondern darum, die Wünsche der Kunden in den Mittelpunkt zu stellen.

eine konsistente und nahtlose „Customer Journey“ vom klassischen Verkauf bis zur virtuellen Beratung erleben kann.

Dialog mit den Kunden

Voraussetzung hierfür ist es, viel stärker und von Anfang an mit Kunden in den Dialog zu treten, um deren Bedürfnisse für die Produkt- und Serviceentwicklung zu ermitteln und die jeweilige Zufriedenheit mit den wichtigsten Interaktionspunkten innerhalb der Customer Journey zu ermitteln und zu messen. So können zeitnah Optimierungsprozesse angestoßen werden; hierzu zählen unter anderem die Übergabe und Abholung des Fahrzeugs. Die Kernfrage lautet: Was will und braucht der Kunde wirklich – heute und morgen?

Um Menschen von Audi zu begeistern und diese zu loyalen Fans der Marke zu machen, muss das Unternehmen ihnen benutzerfreundliche Produkte und digitale Services bieten, die auf einfache Art und Weise ermöglichen, analog und digital mit Audi in Berührung zu kommen. Das können digitale Dienstleistungen wie die myAudi App sein, mit der bei Audi alle digitalen Lösungen über eine intuitive Oberfläche gebucht, verwaltet und genutzt werden können. Das können aber auch zentrale Servicestationen oder Händler sein, über die Kunden mit Audi interagieren. ➤

Kundenerfahrungen nutzen

Audi verfolgt bei der Entwicklung nachhaltiger Produkte und Services langfristige Beziehungen zu seinen Kunden. Dank einer markendifferenzierenden Customer Experience (CE) will das Unternehmen die Nummer eins beim Kundenerlebnis werden. Ein umfassendes CE-Management ist ein wichtiges Steuerungs- und Messinstrument für die Kundenzufriedenheit weltweit.

Das beste Kundenerlebnis wird zu einem immer wichtigeren Begeisterungs- und Differenzierungsmerkmal einer Marke und somit zu einem Hauptkriterium für die Kaufentscheidung. Daher ist es wichtig, neue Produkte und Services kundenzentriert, kundenrelevant und nachhaltig zu entwickeln.

Dafür gibt es bei Audi ein umfassendes Customer-Experience-Management als Steuerungsinstrument, damit der Kunde

› Wie sieht eine beispielhafte Kundenreise aus? Meist beginnt sie mit einem unverbindlichen Erstkontakt. Der potenzielle Kunde nimmt Audi als möglichen Anbieter von Mobilitätslösungen wahr und ist interessiert, wie das Unternehmen seine Mobilitätsbedürfnisse befriedigen kann. Online bietet Audi ihm auf der Webseite über die Mobilitätsbedarfsanalyse und den Konfigurator Beratung. Offline unterstützen Berater mit ihrer Expertise und digitalen Tools in den Autohäusern vor Ort den Kunden bei seiner Entscheidungsfindung. Im Anschluss kann sich der Kunde bei der myAudi App anmelden und bei Interesse online oder direkt bei den Audi Händlern vor Ort eine Testfahrt buchen.

Auch nach dem Kauf des Fahrzeugs berät und begleitet Audi seine Kunden individuell, setzt bei seinen Customer-Experience-Management-Maßnahmen an noch mehr Touchpoints auf Kundenkontakt und den Aufbau persönlicher Beziehungen. So erhält der Kunde während des Wartens auf die Auslieferung Informationen rund um seinen Auftrag und, falls erforderlich, Hinweise auf alternative Mobilitätslösungen. Natürlich pflegt Audi auch nach Auslieferung den Kontakt mit seinen Kunden, bietet intelligente Empfehlungen, Tutorials, Einladungen zu exklusiven Veranstaltungen, Original-Zubehör und individuelle, maßgeschneiderte Angebote neben dem klassischen Fahrzeugservice/Kundendienst.

Nachhaltige Kundenpflege

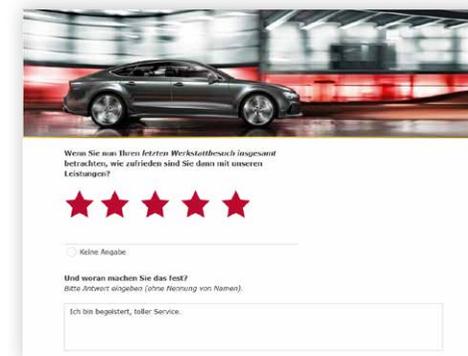
Im Sinne der Nachhaltigkeit und langfristigen Kundenbeziehungen setzt das Unternehmen im Rahmen seines Customer-Experience-Managements (CEM) auf Online-Befragungen und Bewertungstools als Steuerungsinstrument für die Kundenzufriedenheit. Der Kunde soll Audi ganz individuell erleben und mit dem Unternehmen über sein Erlebnis und seine Erfahrungen sprechen. Die Befragungen „CEM Verkauf“, „CEM Service“ und in einigen Märkten „CEM Gebrauchtwagen“ messen die Zufriedenheit der Kunden mit dem klassi-

schen Handel. In der „CEM Verkauf“-Befragung für Neuwagenkäufer und in der „CEM Gebrauchtwagen“-Befragung wird die Zufriedenheit des Käufers mit dem Verkaufsprozess über einen kurzen Online-Fragebogen ermittelt – je nach landesspezifischer Umsetzung 48 Stunden bis zwei Wochen nach Abholung des Fahrzeugs. Die „CEM Service“-Befragung folgt 48 Stunden nach einem Servicetermin zur aktuellen Werkstatt Erfahrung des Kunden. Vier Fragen können die Kunden jeweils zum entsprechenden Ereignis beantworten.

Derzeit nehmen an der Audi CEM-Studie 82 Märkte teil. Audi erhebt so jährlich rund eine Million Interviews, rund 15.000 User in den Betrieben mit 2.300 Logins pro Tag nutzen das CEM-Portal mit den aktuellen Kundenfeedbacks. Die Teilnahmequote liegt im Schnitt bei 30 Prozent, was aufzeigt, dass die Kunden durchaus sehr bereit sind, ihr Feedback an die Betriebe weiterzugeben. Zukünftig plant Audi, die CEM-Bewertungen auch auf Händler- und Vertriebsseiten zu veröffentlichen und somit einen zusätzlichen Mehrwert für die Kunden zu erbringen.

Ab 2020 wurde in die CEM-Befragung zum Abschluss eine neue Frage zur Zufriedenheit mit dem Produkt integriert. In rund 80 Prozent aller CEM-Interviews geben die Befragten ein zusätzliches freiwilliges Feedback zum Produkt ab. Diese „Product Reviews“ sind eine wertvolle Quelle für die Produktverantwortlichen bei Audi. Ergänzt wird die Zufriedenheitsmessung außerhalb des CEM mit den Bewertungen aus den App-Portalen zu den digitalen Angeboten.

Alle Zufriedenheitsmessungen basieren auf den in Online-Befragungen sehr häufig eingesetzten „5-Star-Ratings“. Dieser einheitliche Ansatz ist die Basis, um weiterhin Premium-Services zu liefern und sich so konsequent auf die Zukunft der Mobilität auszurichten, von der gleichermaßen Kunde, Händler und Audi profitieren.



Audi hört zu! Kundenpflege mit Strategie

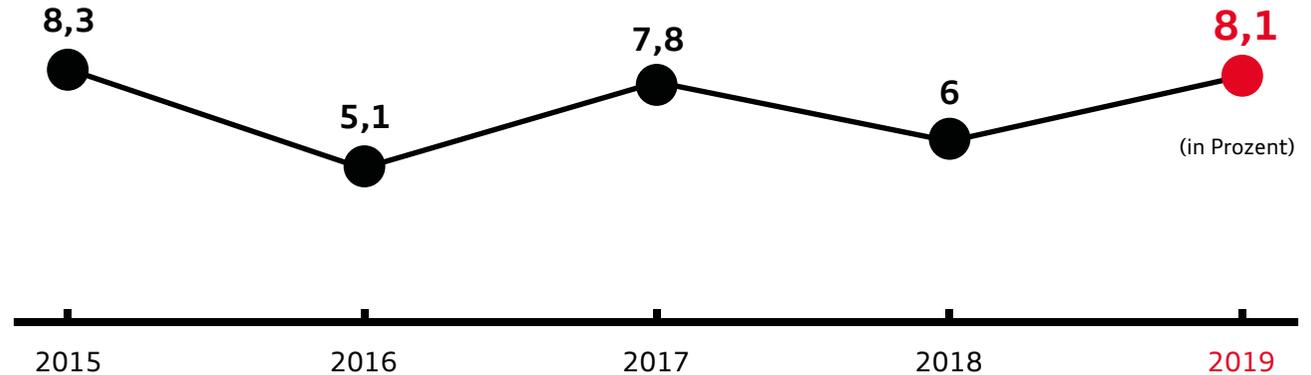
Audi hat das Ziel, führender Anbieter nachhaltiger Premium-Mobilität zu werden. Die Bedürfnisse von Kunden liegen dabei im Fokus der Aufmerksamkeit des Unternehmens. Um Kunden zu begeistern und erfolgreich zu sein, muss ein Unternehmen diese nicht nur verstehen, sondern die Zukunft noch intensiver gemeinsam mit den Kunden gestalten. Deshalb legt Audi einen großen Schwerpunkt auf nachhaltige und digitale Produkte und Services.

Im Sinne aller Stakeholder

Der Audi Konzern möchte nicht nur die eigene Wettbewerbsfähigkeit langfristig sichern, sondern auch wertorientiert und zukunftsfähig im Sinne aller Stakeholder handeln. Dabei sind konzernweite Risiko- und Compliance-Managementsysteme Leitlinien für die wirtschaftliche Stabilität des Unternehmens – gerade in Zeiten von Transformationsprozessen wie der Digitalisierung und der Dekarbonisierung.

Im Zuge einer verantwortungsvollen und wertorientierten Unternehmensführung steht profitables, nachhaltiges Wachstum im Vordergrund. Ein Wachstum, das nicht am Volumen gemessen wird, sondern an den Kennzahlen Operative Umsatzrendite und Kapitalrendite nach CO₂. Audi versteht Nachhaltigkeit ganzheitlich – das Unternehmen berücksichtigt bei seinen wirtschaftlichen Entscheidungen immer auch ökologische und gesellschaftliche Aspekte, um die langfristige Wettbewerbsfähigkeit abzusichern und damit die Verantwortung als Teil der Gesellschaft wahrzunehmen.

Der Audi Konzern investiert in Zukunftstechnologien. Im Fokus stehen etwa Investitionen im Bereich der Digitalisierung oder alternativer Antriebstechnologien. So halten wir für die Jahre 2020 bis 2024 insgesamt rund 37 Milliarden Euro für Forschungs- und Entwicklungsleistungen sowie Sachinvestitionen vor. Dabei spiegelt die aktuelle Planung eine deutliche Verbesserung der Investitions- und Kostendisziplin sowie eine starke Priorisierung von Investitionen in die Elektromobilität wider – von den rund 37 Milliarden Euro fließen zwölf Milliarden Euro in die Elektromobilität. Zusätzlich



Operative Umsatzrendite 2019 ^[100]

Sie zeigt das Verhältnis von Operativem Ergebnis zu Umsatz und steht für die Profitabilität. Die Operative Umsatzrendite von 8,1 Prozent bedeutet, dass Audi mit jedem umgesetzten Euro ein Operatives Ergebnis von rund acht Cent erwirtschaftet hat.

entwickelt Audi das weltweite Produktionsnetzwerk unter Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten weiter.

Nachhaltig Wirtschaften dank ESG

Zur wirtschaftlichen Stabilität des Unternehmens tragen auch die Aspekte Environment, Social und Governance (ESG) bei, die sich inzwischen im Kapitalmarkt zunehmend etabliert haben. Investoren haben erkannt, dass wirtschaftlicher Erfolg und nachhaltiges Engagement sich nicht widersprechen, sondern sich ergänzen.

ESG ist somit ein konkreter Ausdruck des Paradigmenwechsels, der in Wirtschaft und Gesellschaft derzeit stattfindet. Es bedeutet eine Symbiose, bei der es nicht um kurzfristigen Erfolg, sondern um ein langfristiges und gesundes Miteinander geht, von dem beide Seiten – also Unternehmen und Gesellschaft – profitieren. Eine Berücksichtigung der ESG-Aspekte ist nicht

nur aktives Risikomanagement, sondern die Basis für langfristigen wirtschaftlichen Erfolg – vor allem in der aktuellen Zeit, in der sich das gesellschaftliche Wertesystem nachhaltig verändert. Etablierte Geschäftsmodelle werden abgelöst. Neue nachhaltige Produkte sorgen für Wachstum. Unternehmen, die nach ESG-Aspekten geführt werden, wirtschaften erfolgreicher und sichern sich wertvolle Marktanteile.

Wie massiv die Auswirkungen der ESG-Leistung auf den Unternehmenswert sein können, das kann Audi aus eigener Erfahrung beurteilen: Die Dieselkrise hat das Unternehmen in vielerlei Hinsicht belastet. Und allen Mitarbeitenden ist klar: So etwas wie die Dieselkrise darf es im Unternehmen nie mehr geben.

Anspruchsvolles Geschäftsjahr

Die Kapitalrendite (Return on Investment, kurz RoI) bildet den Wirkungsgrad der Geschäftstätigkeit ab – dabei wird

55.680 Mio. EUR

Umsatzerlöse 2019 ^[100]

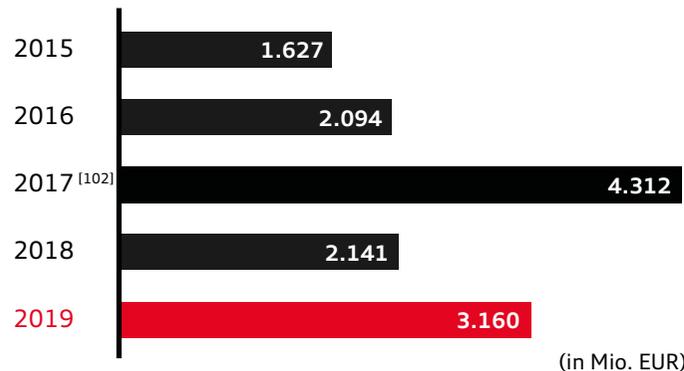
Hier erfasst sind alle Erlöse, die der Audi Konzern im vergangenen Geschäftsjahr erwirtschaftet hat. Dies sind vor allem Erlöse aus dem Vertrieb von Fahrzeugen, Motoren und Originalteilen.

› den Wirkungsgrad der Geschäftstätigkeit ab – dabei wird das eingesetzte Kapital hinsichtlich seiner periodenbezogenen Verzinsung bewertet. Die Kapitalrendite berücksichtigt bereits Maßnahmen zur CO₂-Compliance und kann somit auch als Kapitalrendite nach CO₂ verstanden werden.

Während Audi 2019 ein anspruchsvolles Geschäftsjahr mit hohen operativen Belastungen bewältigt, treibt der Premium-Anbieter seinen Umbau voran und zielt langfristig auf eine deutliche Steigerung des Unternehmenswertes. Die Vier Ringe werden sich dazu strikt auf kundenorientierte Innovationen fokussieren, ihr Geschäftsmodell profitabel weiterentwickeln und Synergien innerhalb des Volkswagen Konzerns sowie in externen Partnerschaften realisieren.

Geschäftsmodell Elektromobilität

Für einen guten Mix aus Rendite und CO₂-Bilanz muss das Produktportfolio passen. 2025 werden E-Autos wie der e-tron etwa 40 Prozent der weltweiten Audi Modelle ausmachen. Deswegen ist es sinnvoll, dass das Portfolio der Marke 2025 rund 30 elektrifizierte Modelle zählt, darunter rund 20 vollelektrische. Das Geschäftsmodell Elektromobilität birgt zwar Risiken, bietet aber auch zahlreiche Chancen. Die Elektrifizierung der Fahrzeugflotte ist ein Muss, um die CO₂-Flottenemissionen zu reduzieren. Bei diesem langfristigen Wandel hin zur Elektromobilität kann das sogenannte klassische



Netto-Cashflow ^[100]

Cashflow bedeutet auf Deutsch „Geldfluss“. Das ist die Summe aller Ein- und Auszahlungen, die innerhalb der operativen Geschäftstätigkeit von Audi anfallen. Die Kennzahl ist Beleg für die Finanzkraft – und veranschaulicht damit die wirtschaftliche Gesundheit des Unternehmens.

Geschäftsmodell – also der Verkauf von Premium-Automobilen mit Verbrennungsmotor – das neue Geschäftsmodell finanziell mittragen. Deshalb setzt Audi aktuell sowohl auf die Verbrennertechnik als auch auf E-Mobilität. Ökonomie, Ökologie und Gesellschaftliches brauchen eine gesunde Balance, da ansonsten das Risiko wirtschaftlicher Instabilität droht.

Der zukünftige finanzielle Erfolg wird unterstützt durch zwei Programme. Erstens: Der Audi Transformationsplan (ATP). Er zielt bis 2022 auf die schnell wirkenden Aspekte der Veränderung. Der ATP ist im Geschäftsjahr 2018 erfolgreich angelaufen und soll in fünf Jahren (2018-2022) rund 15 Milliarden Euro für Zukunftsprojekte freispielen.

Schon jetzt sind konkrete Maßnahmen für 80 Prozent davon identifiziert. Zweitens: „Audi.Zukunft“. Dieses Programm hat

4.509 Mio. EUR

Operatives Ergebnis 2019

Das ist das Ergebnis, das Audi nach Abzug von Herstellungs-, Vertriebs- und allgemeinen Verwaltungskosten unter Berücksichtigung des sonstigen betrieblichen Ergebnisses erzielt hat. Das operative Ergebnis ist Berechnungsgrundlage für die Audi Ergebnisbeteiligung.

12,7 Prozent

Kapitalrendite ^[100]

Ob sich eine Investition gelohnt hat, zeigt die Kapitalrendite (RoI, Return-on-Investment). Die Kennziffer beschreibt das prozentuale Verhältnis zwischen dem Operativen Ergebnis nach Steuern und dem investierten Kapital des Unternehmens.

das Ziel, das Unternehmen bis 2029 strukturell fit und wettbewerbsfähig zu machen. Aus dieser Vereinbarung resultiert ein kumulierter Ergebniseffekt von rund sechs Milliarden Euro bis 2029. Mit beiden Programmen sind die Weichen dafür gestellt, dass Audi mittelfristig wieder eine Operative Umsatzrendite im strategischen Zielkorridor zwischen neun und elf Prozent erreicht.

Chancen erkennen, Risiken bewerten

Als global agierender Automobilkonzern bewegt sich Audi stets in einem dynamischen Umfeld und steht fortlaufend unterschiedlichsten Chancen und Risiken gegenüber. Für das Unternehmen steht dabei ein konstruktiver und transparenter Umgang mit Chancen und Risiken im Mittelpunkt einer guten Unternehmensführung. Ein wirksames Risikomanagementsystem und Internes Kontrollsystem (RMS/IKS) ›

Three Lines of Defense



› dient – neben der Erfüllung gesetzlicher Anforderungen – insbesondere der Absicherung der unternehmerischen Ziele und der langfristigen Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit. Das Risikomanagementsystem basiert auf dem international anerkannten Standard des Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO). Dabei setzt Audi auf ein System aus zentralem und operativem Risikomanagement. Bei der systemischen Ausgestaltung der Risikomanagementarchitektur folgt Audi dem sogenannten „Three Lines of Defense“-Modell (siehe Grafik) mit klarer Aufgaben- und Funktionstrennung.

Das Risikomanagementsystem hat hierbei die Aufgabe, potenzielle Risiken zu identifizieren, zu minimieren und falls möglich zu vermeiden. Um dies sicherzustellen, werden jährlich im Rahmen des „Governance, Risk & Compliance“-Prozesses (GRC-Prozess) die für den Audi Konzern

latent vorhandenen und wiederkehrenden Risiken aus der Geschäftstätigkeit inklusive der getroffenen Gegenmaßnahmen und Kontrollaktivitäten erfasst. Dabei werden auch Risiken, wie zum Beispiel eine mögliche nicht ausreichende Verankerung von Nachhaltigkeitsaspekten in Produkten und Prozessen oder mögliche Risiken aus Extremwetterlagen berücksichtigt.

Der jährliche GRC-Prozess ist um einen weiteren Regelprozess, den Risikoquartalsprozess, ergänzt. Ziel ist es, die kurzfristigen, operativen Risiken über alle Geschäftsbereiche und Produktionsgesellschaften zu erfassen, zu bewerten und fortlaufend zu überwachen.

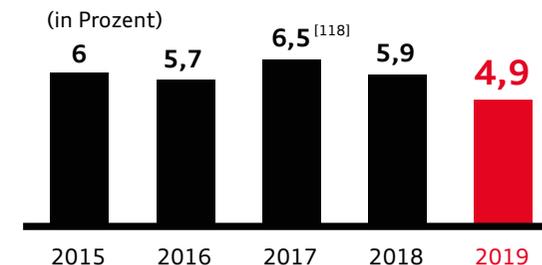
Darüber hinaus entwickelt die AUDI AG das Risikomanagement- und Interne Kontrollsystem beständig weiter. Derzeit erfolgt ein Ausbau sowohl des Internen Kontrollsystems

7,9% Forschungs- und Entwicklungs-kostenquote 2019

Sie gibt an, wie viel prozentual vom Umsatz in Forschung und Entwicklung investiert wird.

Sachinvestitionsquote 2019 ^{[100] [101]}

Investitionen in Sachanlagen, als Finanzinvestitionen gehaltene Immobilien und sonstige immaterielle Vermögenswerte gemäß Kapitalflussrechnung im Verhältnis zu den Umsatzerlösen.



tems im Volkswagen Konzernverbund als auch des Business Continuity Management Systems.

Um aus eingetretenen Risiken zu lernen und einen erneuten Risikoeintritt zu vermeiden, wurde in 2019 ein Konzept zu einem systematischen Ursachenanalyse- und Lessons-Learned-Prozess aufgesetzt.

Zu den weiteren Aufgaben des zentralen Risikomanagements bei Audi zählen die Durchführung und Weiterentwicklung von Risikomanagementinstrumenten, Schulungen und interaktiven Trainings sowie die Beratung der operativen Einheiten.

Weitere Finanzkennzahlen können Sie im Anhang nachlesen. **Detaillierte Informationen** zu den Auswirkungen und dem aktuellen Stand der Aufklärung der Dieselkrise sowie zu umgesetzten Maßnahmen finden Sie im **Audi Finanzbericht 2019** auf Seite 104 f.



Wer wir sind und wie wir sein wollen

Wie sich die Mitarbeitenden eines Unternehmens verhalten und welchen Regeln sie dabei folgen, ist in der Unternehmenskultur verankert. Werte und Normen verraten viel über die Identität. Wertschätzung, Offenheit, Verantwortung und Integrität sind die Unternehmenswerte von Audi.

Diese Werte verdeutlichen: Der Audi Konzern setzt auf Teamarbeit, wagt Neues und lebt dabei Vielfalt. Darüber hinaus setzt sich Audi als Ziel, ein Unternehmen zu sein, das Verantwortung trägt – für die Umwelt und die Gesellschaft. Fehler sollen nicht verschwiegen, sondern angesprochen werden – besonders nach der Dieselkrise ist dies allen ein Anliegen. Nur so ist Verbesserung und ständiger Fortschritt möglich. Die Unternehmenskultur muss weiterentwickelt und gelebt werden.

Warum Wandel wichtig ist

Um den Blick für andere und neue Führungsprinzipien zu öffnen und die Notwendigkeit eines Kulturwandels in der Arbeitswelt zu verstehen, organisierte Audi im Oktober 2018 im Rahmen des Projekts „KulturZeit“ eine Talkrunde zum Kinofilm „Die stille Revolution“, der ein Umdenken in der Wirtschaft dokumentiert. Veranschaulicht wird der Wandel an dem Beispiel der Hotelkette Upstalsboom. Als zweiter Teil der Talkreihe „BE INSPIRED“ hatten Besucher des Audi Forums Neckarsulm nicht nur die Chance, den Film anzusehen, sondern auch im Anschluss mit Talkgästen wie etwa dem Regisseur der Dokumentation, Kristian Gründling, in Kontakt zu treten. Das Ziel: auf neue Ideen kommen und Impulse für den Alltag setzen.



Szene aus dem Film
„Die stille Revolution“.
Der Kinofilm dokumen-
tiert den Kulturwandel
in der Arbeitswelt.

› Wie Kultur im Alltag funktioniert

Damit im Berufsalltag bei Audi die Unternehmenskultur konsequent gelebt wird, dienen der Kodex der Zusammenarbeit und die Volkswagen Konzerngrundsätze als Leitplanken. Diese Grundsätze beschreiben die Art und Weise, wie die Marken des Volkswagen Konzerns arbeiten wollen. Es ist ein Fundament, das alle 600.000 Mitarbeitenden verbindet. Gleichzeitig ist es aber auch ein Versprechen an Kunden, Aktionäre und Geschäftspartner. Im Mittelpunkt stehen dabei die Merkmale „Aufrichtig“, „Unkompliziert“, „Vorbehaltlos“, „Auf Augenhöhe“, „Füreinander“ und „Vertrauen“.

Seit 2013 setzt sich Audi intensiv mit dem eigenen Führungsverhalten auseinander und hat unter Beteiligung von Führungskräften, Mitarbeitenden und Betriebsrat das Audi Führungsleitbild entwickelt. Dieses wurde schrittweise in die Personalinstrumente implementiert. Im Rahmen einer Workshop-Reihe haben sich Teilnehmende intensiv mit den zehn Leitsätzen beschäftigt. Nachdem im Jahr 2016 das neue Führungsleitbild in allen Geschäftsbereichen sowie an den internationalen Standorten verankert wurde, hat Audi seit 2017 eine Organisationseinheit zur Führungs- und Zusammenbaukultur etabliert. Auch an diesen Leitsätzen sollen sich Mitarbeitende orientieren.



Konkrete Maßnahmen für erfolgreiche Zusammenarbeit

Niemand ist perfekt. Damit dieses Verständnis Teil der Kultur wird, braucht es Vorreiter, die offen und ehrlich über Dinge sprechen, die nicht gut gelaufen sind. Genau dafür organisierte Audi eine Veranstaltungsreihe: „try.fail.learn“ soll Mitarbeitende darin bestärken, den Mut zu haben, Neues zu wagen, das Risiko auf sich zu nehmen, auch mal zu scheitern und nach einem Fehler wieder aufzustehen, zu reflektieren und daraus zu lernen. Die Teilnehmer sprechen über ihre eigenen Geschichten des Scheiterns, wie sie damit umgegangen sind und welche Chancen sich daraus ergaben.

Ein solcher Austausch zwischen den Mitarbeitenden fordert flache Hierarchien. Erst müssen Distanzen abgebaut werden, bevor man voneinander lernen kann. Das sogenannte „Role Model Program 2.0“ prägte 2019. Es beinhaltet ein ganzes Maßnahmenpaket, sodass Audi Manager mit Führungsfunktion gemeinsam mit ihren Mitarbeitenden die Unternehmenskultur verbessern. Beispielsweise lernen sie in „A Week in the Life of“ die Aufgaben eines Managers besser kennen: Was genau macht ein Vorstand eigentlich? Und wie sieht eine typische Arbeitswoche für ihn aus? Beim Format „Blind Date“ tauschen sich zufällige Lunch-Partner beim Mittagessen aus. Auch der „Kulturkatalog“, eine Crowdstorming-Initiative von Mitarbeitenden für Mitarbeitende, fördert den Austausch. Im Katalog werden Ideen über eine neue Form der Zusammenarbeit gesammelt und geteilt.



Klare Werte, klarer Kurs

Grundlage der Audi Unternehmenskultur ist das Prinzip der Partizipation der Beschäftigten. So organisieren sich an allen Audi Standorten und in den Tochterfirmen weltweit die Belegschaften in freien Gewerkschaften und Arbeitnehmervertretungen. Im Aufsichtsrat der AUDI AG nehmen die gewählten Vertreter der Arbeitnehmer ihre Aufgaben wahr, wie die Überwachung der Geschäftsführung, die Genehmigung wichtiger unternehmerischer Vorgänge sowie die Bestellung der Mitglieder des Vorstands.

Der Audi Betriebsrat gestaltet die Zukunft bei Audi aktiv mit. So werden alle Betriebsvereinbarungen gemeinsam mit der Arbeitnehmervertretung der AUDI AG getroffen. Diese wacht zudem darüber, dass die zugunsten der Arbeitnehmer geltenden Gesetze, Verordnungen, Unfallverhütungsvorschriften,

Tarifverträge und Betriebsvereinbarungen eingehalten werden. Bei den quartalsweise stattfindenden Betriebsversammlungen werden die Beschäftigten über die Tätigkeiten des Betriebsrats und die aktuelle Situation des Unternehmens informiert.

In der AUDI AG existieren zudem gewählte Jugend- und Auszubildendenvertretungen sowie Schwerbehindertenvertretungen, die sich speziell der Belange der von ihnen repräsentierten Beschäftigtengruppen annehmen.

Zentrale Themen im Berichtszeitraum waren – neben den im Kapitel „Mitarbeiter & Gesellschaft“ beschriebenen Projekten zur Gestaltung der digitalen Transformation sowie Mitbestimmungs- und Unternehmenskultur bei Audi – die Verringerung der gesundheitlichen und insbesondere der psychischen Belastungen und Risiken am

Arbeitsplatz, die Steigerung der Aufenthaltsqualität im Unternehmen (Büroraumgestaltung, ergonomische Maßnahmen in der Produktion) sowie im besonderen Maße die Verhandlungen zur Grundsatzvereinbarung „Audi.Zukunft“. Neben der Anpassung der Produktionskapazitäten für Ingolstadt und Neckarsulm wurden hier Vereinbarungen zum sozialverträglichen Stellenabbau entlang des demografischen Faktors, zur Entwicklung und Produktion innovativer und umweltfreundlicher Premium-Fahrzeuge, zur Erweiterung von Mitbestimmungsrechten bei der Fertigungs-, Dienstleistungs- und Entwicklungstiefe im Unternehmen und zur gemeinsamen Erarbeitung von Masterplänen für die nachhaltige und strategische Entwicklung der heimischen Werke durch Unternehmensleitung und Arbeitnehmervertretung getroffen.



Stimmungsbarometer

Wie ist die Stimmung in der Belegschaft? Zur Mitwirkung der Arbeitnehmer gehört für Audi auch die regelmäßige Mitarbeiterbefragung. Beschäftigte haben so die Möglichkeit, anonym zu verschiedenen Aspekten Stellung zu nehmen und auf potenzielle Verbesserungen hinzuweisen.

Im Jahr 2019 beteiligten sich 40.886 Mitarbeitende (2018: 42.173) am Stimmungsbarometer der AUDI AG. Die Ergebnisse werden in den einzelnen Organisationseinheiten vorgestellt und mit den Mitarbeitenden diskutiert.

Wirtschaften und Integrität

Das Audi Nachhaltigkeitsprogramm verbindet strategische Ziele im Bereich Nachhaltigkeit mit konkreten Maßnahmen. Es gliedert sich in die vier Kernthemen „Wirtschaften und Integrität“, „Produkte und Services“, „Wertschöpfung und Produktion“ sowie „Mitarbeiter und Gesellschaft“.

Ziel	Maßnahme	Termin	Abgleich SDGs
9 bis 11 Prozent Operative Umsatzrendite bis spätestens 2025	Umsetzung des Audi Transformationsplans und der Audi Strategie	Kontinuierliche Weiterentwicklung	
21 Prozent Kapitalrendite (Return on Investment – RoI) bis spätestens 2025	Umsetzung des Audi Transformationsplans und der Audi Strategie	Kontinuierliche Weiterentwicklung	
5,0 bis 6,0 Prozent Forschungs- und Entwicklungskostenquote bis spätestens 2025 ^[6]	Umsetzung des Audi Transformationsplans und der Audi Strategie	Kontinuierliche Weiterentwicklung	
5,0 bis 6,0 Prozent Sachinvestitionsquote bis spätestens 2025 ^[7]	Umsetzung des Audi Transformationsplans und der Audi Strategie	Kontinuierliche Weiterentwicklung	
Selbstfinanzierung der Transformation zum Anbieter nachhaltiger, individueller Premium-Mobilität	Umsetzung des Audi Transformationsplans und der Audi Strategie	Kontinuierliche Weiterentwicklung	
15 Mrd. EUR Maßnahmenpotenzial durch den Audi Transformationsplan 2018–2022	Bereits aufgelegte Programme mit Projektmanagement-Office (PMO) und Arbeitspaketen des Vorstands. Flankierend kontinuierliche Steuerung	2022	
Stärkung der konzernweiten Compliance und Integrität	Umsetzung des konzernweiten Compliance- und Integritätsprogramms Together4Integrity in allen Gesellschaften bis zum Jahr 2025	2025	
	Begleitende Kommunikationskampagne Together4Integrity	2025	
Globaler Schutz von und der verantwortungsvolle Umgang mit personenbezogenen Daten	Definition von weltweit geltenden Grundsätzen der Datenverarbeitung	2020	
	Aufbau einer Datenschutzorganisation in der Audi Markengruppe	2020	
	Verbindliche Maßnahmen in der Audi Markengruppe, z. B. Führen eines Verfahrensverzeichnis, interne Meldeprozesse bei Datenschutzverstößen, Gewährleistung von Betroffenenrechten oder Etablierung eines angemessenen Risikomanagements	Kontinuierliche Weiterentwicklung	



**Welche Technologie
ist wirklich nachhaltig?**



Aus allen Perspektiven: Maximilian Purfürst, Kristin Blum, Thomas Schenk und Mathias Baumann (v. l.) analysieren einen Unfall.

Sicher ist sicher

Die AARU Verkehrsunfallforschung (Audi Accident Research Unit) leistet wichtige Arbeit für die Vermeidung von Unfällen. Ihre Erkenntnisse sorgen für mehr Sicherheit im Straßenverkehr. Ein Besuch vor Ort.

Der Audi A5 nähert sich der Kreuzung. Das Stoppschild fordert zum Anhalten auf – aber der Audi wird nicht langsamer. Er fährt ungebremst in die Kreuzung ein. Die Fahrerin des Audi A1 auf der Vorfahrtstraße hat keine Chance, sie kann nicht mehr rechtzeitig anhalten. Sie versucht noch auszuweichen, aber die Kollision ist nicht mehr zu vermeiden.

Dieser Unfall* ist schon einige Wochen her, aber in der virtuellen Welt findet er wieder und wieder statt – aus vielen verschiedenen Blickwinkeln: Aus der Vogelperspektive, aus Sicht der beiden beteiligten Fahrzeuglenker. Die 3-D-Animation der Unfallrekonstruktion wird mehrfach wiederholt mit dem Ziel, dass alle Zuschauer im Raum einen genauen Eindruck vom Hergang machen können. Rund 20 Experten aus unterschiedlichen Fachrichtungen sitzen an diesem Freitag im November 2019 in einem Besprechungsraum der Technischen Entwicklung in Ingolstadt. Die AARU, die Audi Accident Research Unit, hat zur interdisziplinären Fallbesprechung geladen. Neben Mitarbeitenden von Audi aus den Bereichen Produktanalyse, Datenanalyse, Fahrerassistenzsysteme und aus der Fachabteilung Fahrzeugsicherheit sind auch Mitarbeitende des Kooperationspartners vom Universitätsklinikum Regensburg dabei. Sie alle arbeiten dafür, dass durch die Erkenntnisse über Unfallhergänge Mobilität insgesamt sowie Autos insbesondere sicherer werden. ➤

* Das Szenario dieses Unfalls wurde verändert, um die Persönlichkeitsrechte der Unfallbeteiligten zu schützen.

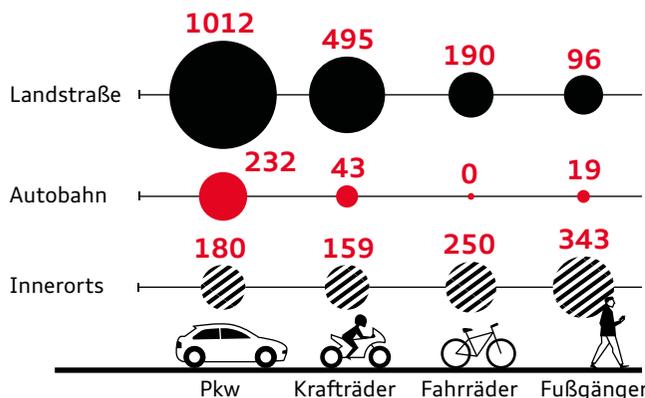
➤ Das Team um Psychologin Karen Tschech hatte einige Wochen zuvor die beiden Unfallbeteiligten interviewt. Ihr Ziel dabei war es, die psychologischen Aspekte des Unfalls zu beleuchten: War Ablenkung im Spiel? Wie kam es aus der Sicht aller Betroffenen zum Unfall? Um Antworten auf diese Fragen zu erhalten, müssen die Beteiligten natürlich mit einer Befragung einverstanden sein. Die Bereitschaft dazu ist nicht selbstverständlich – wenn die Unfallbeteiligten allerdings hören, dass ihr Fall eventuell zur Vermeidung ähnlicher Unfälle beiträgt, steigt die Zustimmung zu solchen Interviews.

24 Stunden – 7 Tage die Woche
Im Falle eines Unfalls muss es oft

schnell gehen. Deshalb bekommt das Team die Unfallemeldungen von sämtlichen Polizeidienststellen in Bayern, die die Unfallforscher unterstützen, über die AARU-Hotline gemeldet. Diese ist zu Bürozeiten von der Teamassistentin der AARU und nachts vom Diensthabenden des Teams Medizin besetzt. So ein Anruf der Polizei kann 24 Stunden am Tag und an sieben Tagen der Woche eintreffen.

Wichtig bei der Unfallanalyse ist auch der Blickwinkel der Mediziner. Dr. Katharina Angerpointner arbeitet an der Uniklinik Regensburg in der Unfallchirurgie. Dort versorgt sie Verletzte nach Unfällen. Für die Unfallforschung wird sie zur Analytikerin – und sie ist gut vorbereitet:

Getötete im Straßenverkehr nach ausgewählter Verkehrsbeteiligungsart und Ortslage, 2018



Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis), 2019

Themenrelevante Ziele der Agenda 2030



Ziel ist es, ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters zu gewährleisten und ihr Wohlergehen zu fördern. Eine Vision, auf die auch die Ergebnisse der Unfallforschung bei Audi einzahlen.

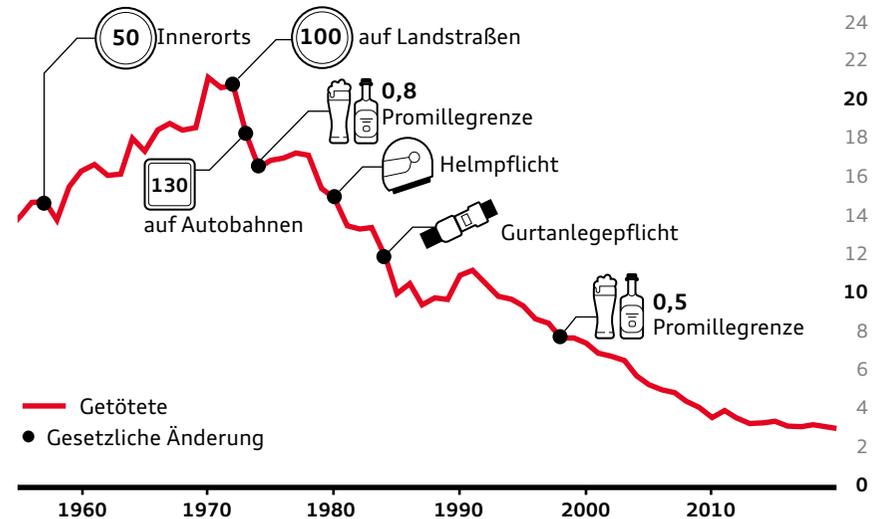
9 INDUSTRIE, INNOVATION UND INFRASTRUKTUR



Zu einer widerstandsfähigen Infrastruktur gehören Verkehrsmittel, die umweltfreundliche Mobilität ermöglichen. Selbstredend: Alle Verkehrsmittel sollten natürlich eine sichere Fortbewegung ermöglichen.

Entwicklung der im Straßenverkehr Getöteten (in Tausend)

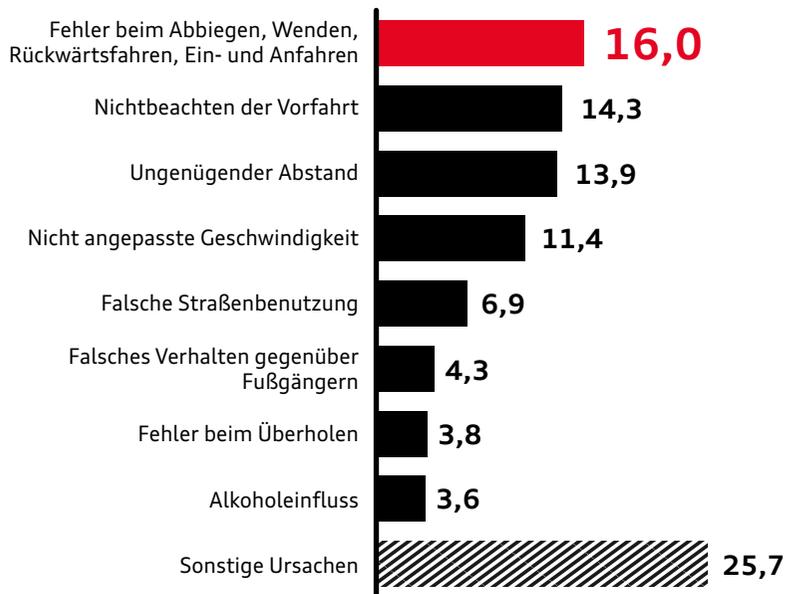
Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis), 2020



Mit ihrem Team analysierte sie die Verletzungen der Beteiligten und erklärt den Technikern von Audi, an welchen Körperteilen die Insassen Kontakt mit dem Interieur hatten und welche Verletzungen dadurch verursacht wurden. Für die Entwickler ist dies ein wertvolles und wichtiges Feedback. Haben alle passiven Sicherheitssysteme funktioniert wie gefordert? Was könnte man noch verbessern? Alle Erkenntnisse wandern in die Entwicklung – und machen so die nächste Generation von Audi Modellen noch sicherer. Mediziner, Psychologen und Techniker: Sie alle sitzen an einem

Tisch. Bevor sie die Unfälle regelrecht sezieren können, ist nicht nur Vorarbeit von den Psychologen und Medizinern notwendig. Die AARU bereitet das Unfallgeschehen im Vorfeld akribisch auf. Am Unfallort wird oft auch mithilfe einer Drohne eine Vielzahl an Fotos geschossen, aus denen eine Datenwolke der Location entsteht. Anhand dieser Daten, der genauen Analyse der Unfallfahrzeuge und der Polizeiprotokolle lässt sich dann während der Besprechung der Unfall virtuell bis in kleinste Details nachvollziehen. Nun kommt Kristin Blum ins Spiel. Sie arbeitet an der Entwicklung ➤

Fehlverhalten der Fahrer bei Unfällen mit Personenschaden im Straßenverkehr 2018 in Prozent



Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis), 2019

» prädiktiver (vorausschauender) Sicherheitsfunktionen. Die Fahrzeugtechnikerin analysiert Unfälle nach den technischen Kriterien der bereits vorhandenen, aber auch der sich noch in der Entwicklung befindlichen Sicherheitssysteme in den Modellen von Audi. Beim Crash des Audi A5 mit dem Audi A1 sucht sie eine Antwort auf die Frage: Hätte ein Assistenzsystem den Unfall verhindern können oder zumindest die Unfallfolgen für die Insassen

minimiert? Beide Fahrzeuge hatten kein Notbremsssystem auf querende Fahrzeuge an Bord – hätte ein solches die Kollision vermeiden können? Und wie hätte die Intelligenz der Funktion programmiert werden müssen, um das herannahende Fahrzeug als Unfallrisiko einzustufen, den Fahrer zu warnen und den Audi abzubremsen?

Eine große Hilfe bei der Simulation von Unfällen ist für Kristin Blum der EDR, der „Event Data Recorder“.

Einsatzfahrzeug der AARU Verkehrsunfallforschung



Dieser zeichnet die letzten fünf Sekunden vor der Auslösung des Airbags auf. Bei dem analysierten Unfall betrug die Ausgangsgeschwindigkeit circa 50 Stundenkilometer.

Kristin Blum errechnet aus allen verfügbaren Daten, dass ein Notbremsassistent auf Querverkehr aus Sicht beider Autos diesen Unfall mit hoher Wahrscheinlichkeit tatsächlich hätte verhindern können.

Analyse der Rettungskette

Ein weiterer Unfall wird besprochen. Dieser Fall interessiert die Techniker von Audi aus einem Grund ganz besonders: Ein Audi A3 Sportback e-tron* wurde beim Aufprall stark beschädigt. Interessant ist bei verunfallten Hochvoltfahrzeugen vor allem, ob diese sich etwa anders verhalten als konventionelle Fahrzeuge und ob die Rettungskette anders abläuft. Dieser Fall zeigt: Die Arbeit der AARU endet nicht bei

der reinen Analyse des Zusammenstoßes. „Auch die Rettungs- und Bergungsmaßnahmen nach dem eigentlichen Unfall stehen im Fokus. Wichtig gerade bei Hochvoltfahrzeugen. Denn die Bergungs- und Rettungskräfte sollten den Umgang mit Elektrofahrzeugen kennen, um sich selbst nicht zu gefährden. Und auch dabei hilft Audi.“

In über 20 Jahren wurden von der AARU in Summe knapp 1.500 Unfälle untersucht und ausgewertet. Thomas Schenk ist lange dabei – ein echter Profi, was die Ermittlungsarbeit im Feld angeht. Und eines ist für ihn ganz klar: Das von der AARU erarbeitete Feedback hilft, die allgemeine Verkehrssicherheit zu steigern – sowohl für Insassen in einem Audi als auch für alle Beteiligten rundherum. Dadurch leistet die AARU einen wichtigen Beitrag – dafür, dass es für alle Verkehrsteilnehmer sicherer wird, von A nach B zu kommen.

Crashtests mit der Kraft des Wassers

In Norwegen haben Audi und Volkswagen jüngst ein klimaneutral betriebenes Rechenzentrum in der Nähe von Oslo bezogen, das zu 100 Prozent mit Strom aus Wasserkraft betrieben wird. Ende 2019 laufen hier circa 2.800 Server, langfristig werden es maximal rund 5.600 sein.

Die Rechenkraft mit bis zu 2.750 Kilowatt Leistung nutzen Fahrzeugentwickler für rechenintensive Projekte, zum Beispiel für virtuelle Windkanalproben oder simulierte Crashtests.

Die Ersparnis pro Jahr? Mit der Anlage in Rjukan lassen sich im Vergleich zu einem konventionell betriebenen Rechenzentrum mehr als 5.800 Tonnen CO₂ pro Jahr einsparen.



* Audi A3 Sportback e-tron: Kraftstoffverbrauch kombiniert: 2,0–1,9 l/100 km; Stromverbrauch kombiniert: 12,7–12,2 kWh/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert: 46–43 g/km

Letzte Kontrolle neuer Audi e-tron* und Audi e-tron Sportback* im Werk Brüssel

Antriebsstark ✓

Audi treibt die Elektromobilität in ihrer ganzen Bandbreite voran. So bietet die Marke reine Elektroautos an und engagiert sich für den Ausbau der Ladeinfrastruktur. Zudem tragen Plug-in-Hybride dazu bei, dass auch Verbrennungsmotoren elektrifiziert werden, mit Mild-Hybriden leistet Audi einen Beitrag für mehr Effizienz. Die wichtigsten Eckpunkte und Projekte der Antriebsstrategie aus 2019.

„Unleash the beauty of sustainable mobility – die schönste Form nachhaltiger Mobilität“: Um dieses Ziel zu erreichen, stellt sich Audi breit auf. Denn fest steht: Es wird in der nahen Zukunft nicht den einen Antrieb geben. Audi arbeitet neben der Elektromobilität an weiteren Varianten potenziell klimaneutralen Autofahrens und treibt auch die Optimierung konventioneller Antriebe weiter voran, um Mobilität umweltschonender zu gestalten.

Bis 2025 plant Audi rund 30 elektrifizierte Modelle vorzustellen, das entspräche circa 30-40 Prozent der weltweiten Auslieferungen.



Neueste Entwicklung in Sachen e-tron

Der Audi e-tron* und e-tron Sportback* zeigen, dass Audi schon mit seinen ersten reinen Elektroautos überzeugt. Der e-tron holte 2019 die Auszeichnung „Goldenes Lenkrad“ in der Kategorie „Großer SUV“ (C-SUV). Er setzte sich dabei als BEV (Battery Electric Vehicle) gegen die Konkurrenz mit Verbrennungsmotor durch. Damit ist der vollelektrische e-tron der neue Benchmark bei den C-SUVs. Weitere e-tron Modelle folgen 2020 und in den darauffolgenden Jahren.

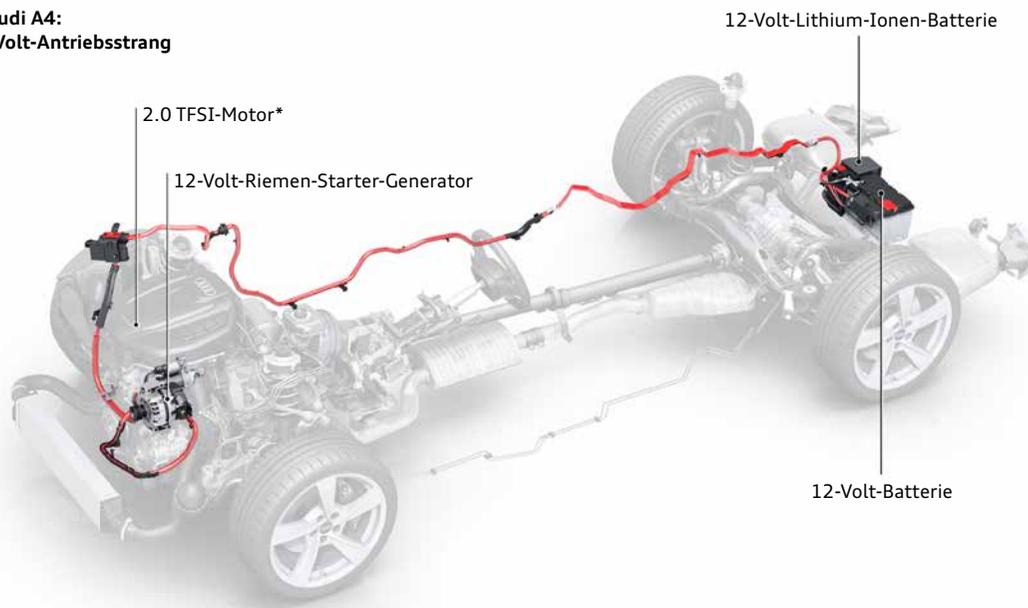
Neueste Entwicklung in Sachen Hybrid

Plug-in-Hybride sind im Elektromodus bereits heute ideal für lokal emissionsfreies Fahren auf der Kurzstrecke, zum Beispiel in städtischen Gebieten, bieten aber gleichzeitig auch die volle Langstreckentauglichkeit durch effiziente Verbrennungsmotoren. Dabei legt Audi den Fokus bei der Hybridisierung seiner Modelle auf ottomotorische Antriebe. Gerade bei Plug-in-Hybriden wird zukünftig der Nutzungsschwerpunkt noch stärker im

elektrischen Betriebsmodus liegen, der Verbrennungsmotor wird in den meisten Fällen nur selten für die Überbrückung von längeren Strecken genutzt. Entwicklungen im Rahmen der Baukastenstrategie innerhalb des Volkswagen Konzerns ermöglichen es Audi, auch beim Hybridantrieb geeignete Antriebslösungen für verschiedene Anforderungen anbieten zu können. Dies gilt für Plug-in-Hybride in unterschiedlichen Leistungsklassen.

* Audi e-tron: Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km: 24,3–21,0 (NEFZ); 26,6–22,4 (WLTP), CO₂-Emission kombiniert in g/km: 0
Audi e-tron Sportback: Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km: 23,9–20,6 (NEFZ); 26,3–21,6 (WLTP), CO₂-Emissionen kombiniert in g/km: 0

Elektrifizierter Audi A4:
Mild-Hybrid-12-Volt-Antriebsstrang



Fortschritte bei konventionellen Motoren

Bis 2025 plant Audi alle Kernbaureihen zu elektrifizieren. Um das Ziel zu erreichen, werden Maßnahmen und Technikmodule, die den Verbrauch der Verbrennungsmotoren sowie die CO₂-Emissionen senken, zum sogenannten Modularen E-Antriebs-Baukasten gebündelt. Die Verantwortlichen der jeweiligen Baureihen bewerten diese Technikmodule und setzen sie nach Bewertung um.

So werden Effizienztechnologien im Rahmen von Produktüberarbeitungen und Modellwechsellern sukzessive in die Modellreihen

integriert. Ein gutes, aktuelles Beispiel ist das Mild-Hybrid-System. Es gewinnt beim Verzögern Energie zurück. So lässt sich Kraftstoff einsparen und CO₂-Emissionen können gesenkt werden. Das geschieht über die integrierte Lithium-Ionen-Batterie, die große Anteile der Bremsenergie speichern kann. Die zurückgewonnene Energie wird zur Unterstützung des Verbrennungsmotors in ungünstigen Lastbereichen genutzt.

Die Erfolge im Bereich der konventionellen Motorenentwicklung geben Audi recht. So erhielt Audi

2019 für den 2.0 TFSI den „International Engine of the Year“-Award in der Kategorie von 150 bis 250 PS. In der Begründung der Jury hieß es, der Vierzylinder sei „einer der flexibelsten und vielseitigsten Motoren, die jemals entwickelt wurden – mit einem Wort: ein Alleskönner.“ Er kommt nicht nur als reiner Benzinmotor zum Einsatz, sondern auch als Plug-in-Hybrid-Antrieb und für den Betrieb in Audi g-tron Modellen.

Derzeit treibt der 2.0 TFSI bei Audi zahlreiche Modelle aus verschiedenen Baureihen an. 2019

Themenrelevante Ziele der Agenda 2030

9 INDUSTRIE, INNOVATION UND INFRASTRUKTUR



Es geht darum, eine widerstandsfähige Infrastruktur aufzubauen, inklusive und nachhaltige Industrialisierung zu fördern und Innovationen zu unterstützen.

12 NACHHALTIGE/R KONSUM UND PRODUKTION



Der Wandel hin zu einer Wirtschafts- und Lebensweise, die die natürlichen Grenzen unseres Planeten respektiert, gelingt dann, wenn der Mensch seine Konsumgewohnheiten und Produktionstechniken umstellt.

13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ



Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels müssen umgehend ergriffen werden. Auch lokales Engagement ist gefordert.

kam der Q5 als Plug-in-Hybrid-Variante dazu. Zudem steckt er in g-tron Modellen der Mittelklasse.

Der Dieselmotor bleibt auch zukünftig ein wichtiger Baustein im Antriebs-Baukasten von Audi. Das Unternehmen arbeitet daran, die Schadstoffemissionen weiter zu senken. Dabei konzentriert sich Audi auf die Effizienz und Performance als Kerneigenschaften des Diesels und den Einsatz im Mittel- bis Oberklasse-Segment.

* Audi A4 2.0 TFSI: Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 6,0-5,7 (NEFZ); 7,4-6,5 (WLTP); CO₂-Emissionen kombiniert in g/km: 136-128 (NEFZ); 168-148 g/km (WLTP)

Neueste Entwicklungen in Sachen h-tron

Die Brennstoffzellentechnologie (h-tron) stand im Berichtsjahr 2019 gegenüber dem E-Antrieb weniger im Fokus. Brennstoffzellenfahrzeuge sieht Audi als eine Sonderform des elektrischen Antriebs – und beide Antriebsarten (e-tron und h-tron) haben technisch gesehen Parallelen und

ergänzen sich. Erste Technikträger der neuesten h-tron Generation starten in die Erprobungsphase.

Als eine Option für die Zukunft wird ein Plug-in-Hybrid mit Brennstoffzelle gesehen, durch den emissionsarme Mobilität und die Möglichkeit, lange Strecken zurückzulegen, kombiniert wird.

Ladeinfrastruktur & Ionity

Elektromobilität hat nur dann eine Chance sich durchzusetzen, wenn das Netz an Ladesäulen für E-Autos dicht genug ist. Um den Kunden die Reichweitenangst zu nehmen, errichtet Audi gemeinsam mit dem Joint Venture Ionity ein leistungsstarkes Schnellladenetzwerk.

Zum Jahresende 2019 waren 130 Stationen entlang von Hauptverkehrsachsen und Autobahnen in Betrieb. Das Ziel für 2020 liegt bei europaweit 400 E-Tankstellen. Das System verwendet den offenen europäischen Ladestandard Combined Charging System (CCS). Der e-tron kann dort mit 150 kW laden, damit ist er in knapp 30 Minuten bereit für die nächste Langstreckenetape. Ionity verfolgt das Ziel, so viel regenerativ erzeugte Energie wie möglich zu verwenden und arbeitet gezielt mit lokalen Energieversorgern zusammen. Mit dem Audi e-tron Charging Service ermöglicht der Audi Konzern zudem grenzüberschreitendes Laden mit nur einer Karte. 24 europäische Länder mit über 145.000 Ladepunkten sind bereits Teil des Netzwerks.

Schnellladestation
von Ionity: Audi e-tron
Charging Service



Strom von der Volkswagen Marke „Elli“

Sinnvoll und konsequent nachhaltig wird Elektromobilität erst dann, wenn auch der Strom nachhaltig erzeugt worden ist. 2020 soll es auch eine Einsteiger-Wallbox geben, mit der Kunden zu Hause zu 100 Prozent emissionsfreien Strom laden können. Diese wird in Kooperation mit dem konzern-eigenen Stromanbieter Elli (Electric Life) angeboten.

Kraftstoffe aus erneuerbaren Quellen

Bei verschiedenen Herstellern entstehen neue Verfahren zur Herstellung von Kraftstoffen aus erneuerbaren Quellen (bio-basiert oder Power-to-X). Diese Entwicklung verfolgt Audi sehr aufmerksam und untersucht die Verträglichkeit dieser Kraftstoffe mit heutigen und kommenden Motoren.

Flottenemissionen

Die durchschnittlichen CO₂-Emissionen der im Jahr 2018 neu zugelassenen Audi Neufahrzeuge in der Europäischen Union erreichten gemäß offizieller Prüfung der Europäischen Kommission 129 g/km. Auf Basis vorläufiger Berechnungen werden für das Jahr 2019 durchschnittliche CO₂-Emissionen der in der Europäischen Union neu zugelassenen Audi Fahrzeuge von circa 131 g/km prognostiziert.

Der Flottenverbrauch in China (FBU) betrug im Jahr 2019 5,9 l/100 km (2018: 7,5l/100 km).

Die erfolgreiche Einführung des vollelektrischen Audi e-tron konnte die durch Angebot und Nachfrage bedingten Verschiebungen im Modellportfolio nicht vollständig kompensieren. Ein gesunkener Diesel-Mix in Verbindung mit einem höheren SUV-Anteil führte zur Erhöhung der CO₂-Emissionen im Geschäftsjahr 2019.

Im Jahr 2020 prognostiziert Audi eine deutliche Reduktion der Flottenemissionen. Hauptgrund wird hierfür das deutlich größere geplante Angebot von voll-elektrischen Modellen und PHEVs sein, aber auch der neue A3 soll seinen Beitrag zur CO₂-Reduktion leisten.

* Audi e-tron: Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km: 24,3–21,0 (NEFZ); 26,6–22,4 (WLTP), CO₂-Emission kombiniert in g/km: 0

Ganzheitlich durchdacht

Konsequent vom Anfang bis zum Ende denken: In der Ökobilanz eines Fahrzeugs erkennt man, wo Belastungen für die Umwelt entstehen. Die Analyse hilft Audi, auf dem Weg zur CO₂-neutralen Mobilität durch Maßnahmen schnell voranzukommen.

Beurteilt heute die Öffentlichkeit Autos in puncto Nachhaltigkeit stark anhand ihres Kraftstoffverbrauchs, hat Audi nicht nur die CO₂-Emissionen beim Fahren im Blick. Um Vorbild in Sachen Umwelt zu sein, arbeitet das Unternehmen an dem Ziel, allen Menschen Mobilität zu bieten, die die Natur möglichst wenig belastet – deshalb arbeitet Audi daran, dass seine Produkte und Services über alle Bereiche der Wert-

schöpfungskette und über den gesamten Lebenszyklus eines Fahrzeugs hinweg möglichst umweltschonend sind.

Ökologischer Reifenabdruck

Audi hat sich zum Ziel gesetzt, die Umweltauswirkungen im gesamten Lebenszyklus zu reduzieren. Um dies sachgerecht bewerten zu können, erstellt das Unternehmen zum Produktionsstart eines neuen Fahrzeugmodells eine Umweltbilanz. Experten nennen diese auch Ökobilanz oder Produktlebenszyklus-Analyse, auf Englisch Life Cycle Assessment (LCA). Dies ist eine gemäß der internationalen Normenreihe ISO 14040 ff. genormte, systematische Analyse der Umweltwirkungen eines Produkts während des gesamten Lebensweges.

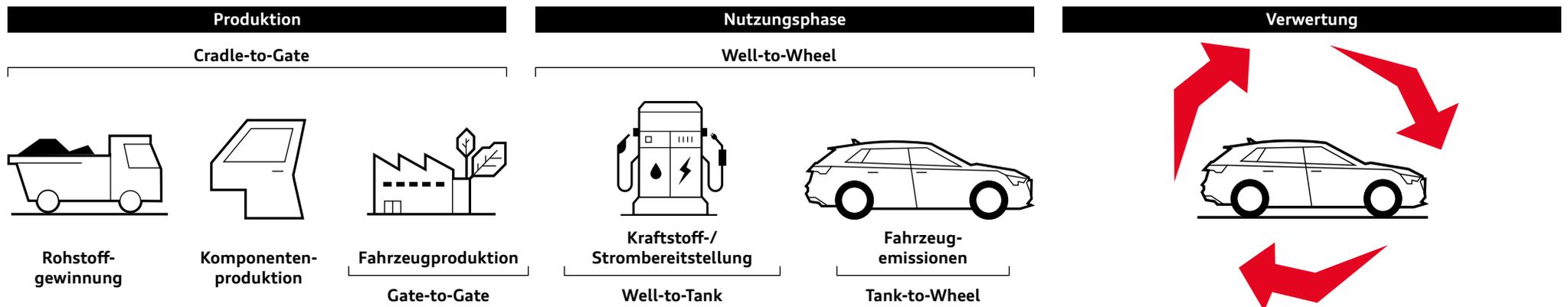
Der Lebenszyklus erfasst dabei alle Belastungen, die von den benötigten Rohstoffen über die Logistik bis hin zur Produktion, vom ersten bis zum letzten Kilometer auf der Straße, von der Abmeldung bis zum Recycling auftreten.

Von der Wiege bis zur Bahre

Um die Umweltbilanz über den gesamten Lebenszyklus hinweg zu analysieren, werden die Lebensphasen des Autos in drei Bereiche unterteilt: Produktion, Nutzungsphase und Verwertung (siehe Infografik). Die Produktion hat drei Unterkategorien, für die Daten erfasst werden: Rohstoffgewinnung, Komponenten- und Fahrzeugproduktion. Die Nutzungsphase unterteilt sich in Kraftstoff-/Strombereitstellung und

Das Leben eines Autos

Von der Wiege bis zur Bahre („cradle to grave“): Bei der Analyse des Lebenszyklus eines Automobils (LCA, Life Cycle Assessment) unterscheiden Experten drei Phasen:



› Fahrzeugemissionen. Am Ende des Fahrzeuglebens steht das Recycling. Dieses ist für viele verwendete Rohstoffe der Anfang eines neuen Produktlebens – ob im Auto oder in anderen Produkten (Seite 62).

Komplexe und aufwendige Analyse

Doch wie entsteht eine Umweltbilanz? Moderne Fahrzeuge bestehen aus 3.000 bis 5.000 Bauteilen – und jedes Bauteil wird anhand der Stückliste und der Materialdaten von den LCA-Experten bei Audi analysiert. Das bedeutet, dass alle zur Herstellung notwendigen Arbeitsschritte und die Umweltbelastungen erfasst werden. So entsteht eine große Datenbank, auf die für die Erstellung der Umweltbilanz zurückgegriffen wird. Ein Blick in diese Datenbank macht schnell klar, wie komplex die Analyse selbst bei einfachen Bauteilen ist: So wird zum Beispiel bei einem Reifen auch der zur Herstellung benötigte Stromverbrauch erfasst. Dabei macht es einen großen Unterschied, mit welchem Strommix der Reifen am Herstellungsort produziert wurde.

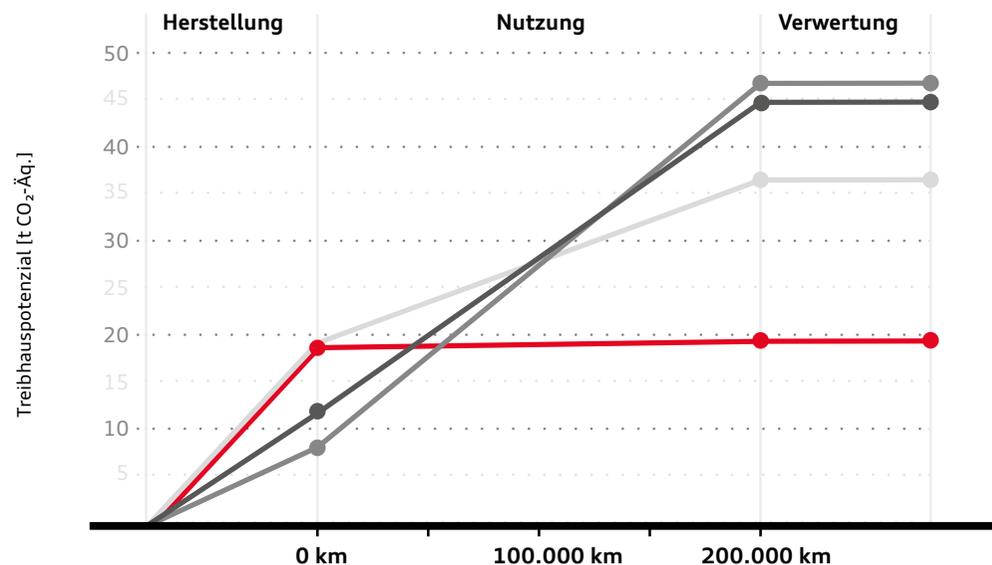
Am Ende aller Berechnungen mit circa 40.000 Prozessschritten entsteht das LCA-Modell, das Fahrzeuge untereinander vergleichbar macht und die Frage beantwortet: Belastet das neue Modell die Umwelt weniger als der Vorgänger?

Optimierungsbedarf schnell erkennen

Eine Ökobilanz macht nicht nur bei konventionell angetriebenen Fahrzeugen, sondern auch bei Elektroautos schnell deutlich, wo Optimierungspotenziale bestehen. Und wenn Audi weiß, wo die „Hot Spots“ – so nennen Experten die Bauteile oder Prozesse mit besonders hohen Belastungen für die Umwelt – liegen, dann fällt es leichter, Handlungsprioritäten zu setzen. So ist zum Beispiel die Erkenntnis, dass die produktionsbedingte Umweltbelastung enorm sinkt, wenn bei

Vergleich der CO₂-Bilanzen

Die CO₂-Emissionen bei der Herstellung eines Audi e-tron sind zwar doppelt so hoch wie die bei der Herstellung eines vergleichbaren Fahrzeugs mit Verbrennungsmotor, jedoch amortisieren sie sich nach circa der Hälfte der Laufleistung.



Legende

- Audi e-tron 55 quattro* efficiency 265 kW (MJ2019) Strom aus regenerativen Quellen
- Audi e-tron 55 quattro* efficiency 265 kW (MJ2019) EU-Strommix
- Audi Q5 2.0 TFSI* quattro tiptronic 169 kW (MJ2016) (NEFZ)
- Audi Q7 3.0 TDI* quattro tiptronic 200 kW (MJ2016) (NEFZ)

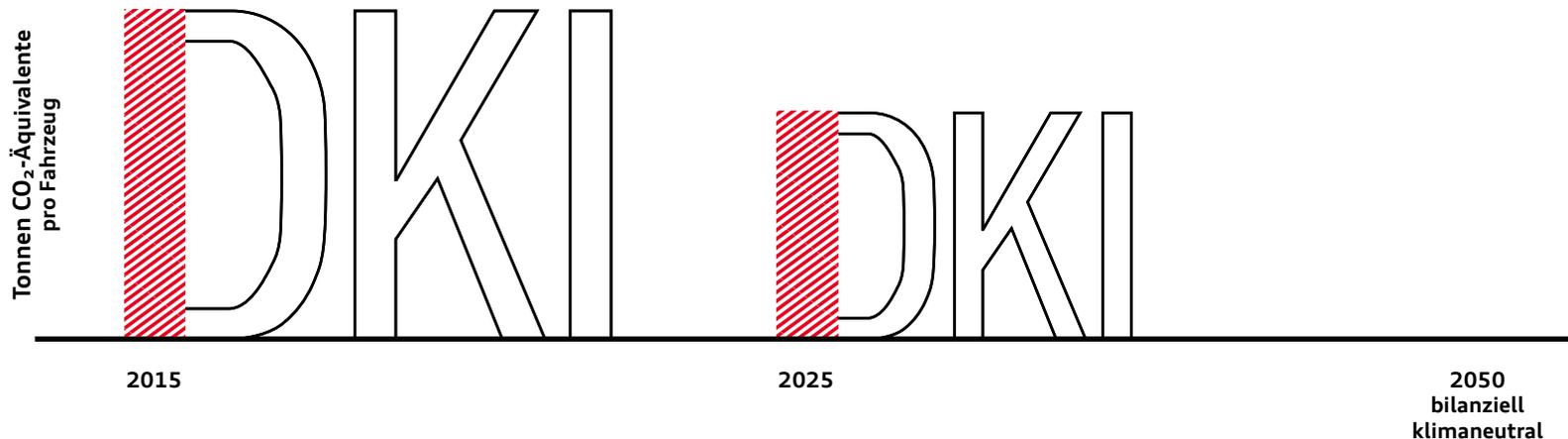
der Herstellung der Batterien konsequent Grünstrom benutzt wird, ein Ergebnis der Life-Cycle-Analysen. Auch für das komplexe Feld Recycling macht sich Audi stark und überlässt es nicht fremden Firmen. Ganz im Sinne des Life-Cycle-Prinzips geht das Leben von Fahrzeugbestandteilen nach der Nutzung weiter. In jedem Audi stecken viele wertvolle Rohstoffe, die – clever aufbereitet – erneut genutzt werden können. Kreislaufwirtschaft ist das Ziel. Damit das gelingt, muss schon bei der Entwicklung eines neuen Fahrzeugs das spätere Recycling berücksichtigt werden.

Marktführerschaft bei nachhaltiger Mobilität

Die Wirksamkeit aller Maßnahmen zur CO₂-Reduzierung spiegelt sich in der Lebenszyklus-Analyse eines Fahrzeugs wider, aber nicht nur dort: Sie fließt auch in den sogenannten DKI mit ein. Die Abkürzung DKI steht für „Dekarbonisierungsindex“. Dieser hat konzernweit eine wichtige Bedeutung, denn es ist ein Key-Performance-Indikator der Strategie „Together 2025“ – der Vision des Volkswagen Konzerns, weltweit führender Anbieter nachhaltiger Mobilität zu werden (Seite 15).

* Audi e-tron: Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km: 24,3–21,0 (NEFZ); 26,6–22,4 (WLTP), CO₂-Emission kombiniert in g/km: 0 Audi Q5 2.0 TFSI (Modelljahr 2016) und Audi Q7 3.0 TDI (Modelljahr 2016): Fahrzeuge werden nicht mehr zum Verkauf angeboten. Die Werte für Kraftstoff-/Stromverbräuche und CO₂-Emissionen aktueller Modelle finden Sie auf Seite 110.

Volkswagen Konzern: DKI-Ziele



Auf dem Weg zur CO₂-neutralen Mobilität ist der Dekarbonisierungs-Index „DKI“ allen Marken des Volkswagen Konzerns eine Hilfe. Er misst die Wirksamkeit aller Maßnahmen des Volkswagen Konzerns zur CO₂-Reduzierung. Gemessen an 2015 soll der DKI bis 2025 konzernweit um 30 Prozent schrumpfen.* 2050 will der Volkswagen Konzern bilanziell klimaneutral sein.

Dekarbonisierung als große Aufgabe

Wer umweltfreundlich unterwegs sein will, braucht mehr als ein Auto, das wenig verbraucht. Nachhaltige Mobilität ist komplex und bedeutet weit mehr als das. Deshalb ist das Schlüsselwort in der Nachhaltigkeitsstrategie „Dekarbonisierung“.

Der Terminus bezeichnet wörtlich die Reduzierung von Carbon, dem Synonym für Kohlenstoff. Präzise gemeint ist damit die Umstellung auf eine Wirtschaftsweise, die den

Ausstoß von klimawirksamen Emissionen (gemessen in Kohlendioxidäquivalenten, kurz CO₂-Äquivalente) nachhaltig reduziert. Langfristiges Ziel ist die Schaffung einer CO₂-neutralen Welt, zu der auch Audi seinen Teil beitragen will. Schließlich bekennt sich der Konzern zu den Zielen des Pariser Klimaabkommens und leistet seinen Beitrag, die globale Erwärmung auf weniger als zwei Grad Celsius zu begrenzen. Audi verfolgt die Vision, Anbieter CO₂-neutraler Premium-Mobilität zu sein, und will bis 2050 unternehmensweit bilanziell klimaneutral werden.

Der Konzern hat ein Instrument geschaffen, um die Fortschritte auf diesem Weg für sich selbst messbar zu machen: den Dekarbonisierungs-Index „DKI“. Er ist die Konzernkennzahl, mit der alle CO₂-Reduktionsmaßnahmen über den gesamten Lebenszyklus hinweg zusammengefasst und ausgewertet werden. Er bezieht die gesamte Wertschöpfungskette mit ein – von der Gewinnung der Rohstoffe (Herstellung, Lieferkette) und der Produktion (Herstellung, Volkswagen Konzern) über die Kraftstoff- und Strombereitstellung und die Fahremissionen (Nutzungsphase) bis zum Recycling (Verwertung).

* Im Vergleich zum Referenzjahr 2015 und entlang des gesamten Produktlebenszyklus

Einer für alle – alle für einen

Es ist das zukünftige Kraftzentrum für Software im Volkswagen Konzern: Die Car.Software-Organisation. Ab 2020 bündelt die neue, eigenständige Geschäftseinheit alle Beteiligungen und Tochterunternehmen im Konzern, die Software für den Einsatz im Fahrzeug und für die digitalen Ökosysteme entwickeln.

Profitieren soll vor allem einer: der Kunde – weil Audi mehr Ressourcen hat, sich auf kundennahe Funktionen zu konzentrieren. In einem ersten Schritt sollen damit rund 3.000 Digitalexperten aus den Beteiligungen und Tochterunternehmen zusammenarbeiten.

Die Car.Software-Organisation wird ihre Basis in der Audi Electronics Venture GmbH haben, weitere deutsche Standorte befinden sich unter anderem in Berlin, Bochum, im Raum Ingolstadt, im Raum Stuttgart und in Wolfsburg. Internationale Standorte der Software-Organisation sind unter anderem in Seattle und Peking.

Kompetenzen bündeln

Der Anteil der Software in Autos steigt rasant, stellt einen immer größeren Anteil an der Wertschöpfung dar und hat große Auswirkungen auf die Leistung der Fahrzeuge. Zudem steigt der Aufwand für die Software-Entwicklungen stetig. Zwei Drittel der Kosten werden für die Entwicklung von „Basis-Funktionen“ verwendet, die alle Marken benötigen. Der Aufwand für „direkt erlebbare Kundenfunktionen“, die markenprägend sind, beträgt hingegen nur ein Drittel. Daher soll der Plattform- und Modulgedanke weiter geschärft werden – künftig soll eine einheitliche Softwareplattform für alle Marken und in allen Märkten zum Einsatz kommen. Bis 2025 will der Volkswagen Konzern den Eigenanteil der Software-Entwicklung für den Einsatz im Fahrzeug auf über 60

Prozent (heute: unter zehn Prozent) steigern. Die Car.Software-Organisation spielt hierbei die zentrale Rolle.

Die Organisation entwickelt markenübergreifend Software in den fünf Domänen „Connected Car & Device Platform“, „Intelligent Body & Cockpit“, „Automated Driving“, „Vehicle Motion & Energy“ und „Digital Business & Mobility Services“. Ziel ist es, eine konzernweit einheitliche Software-Architektur zu etablieren und bislang parallele Entwicklungspfade in den Marken zusammenzuführen. Die klaren Vorteile für Audi: Synergien werden geschaffen und Skaleneffekte erzielt. Das bedeutet, die Kosten der Software pro Fahrzeug aller Marken werden gesenkt. Darüber hinaus machen die gebündelten Kompetenzen den gesamten Konzern zukunftsorientierter und wettbewerbsfähiger. Sprich: richtig fit in Sachen Digitalisierung und Zukunftstechnologien.

Audi connect – neue Funktionen in 2019

Viele neue und erweiterte connect-Funktionen für vernetzte Fahrzeuge zeigen die Innovationskraft der AUDI AG im Berichtsjahr 2019. Auch die Internationalisierung wird hier schnell sichtbar.

* Rollout auf den Bestand / ** ECE: In ausgewählten Regionen innerhalb Europas

Audi im Web – ganz persönlich

Keine Zeit für eine Reise zu Audi? Kein Problem! Kunden, die bequem von zu Hause am Puls der Produktionswelt der Vier Ringe sein möchten und die Standorte und Highlights online live und interaktiv erleben wollen, haben genau dazu die Möglichkeit: Dank des 2019 gestarteten Services AudiStream.

Livestream

Mit dem Online-Angebot kann man mit Guides auf eine virtuelle Reise durch ausgesuchte

Produktionsstandorte gehen und Werke live erleben. Von der Teileproduktion bis hin zu Qualitätstests erhalten Besucher von AudiStream exklusive Einblicke in den Fertigungsprozess.

Doch damit nicht genug: Auch Abteilungen wie das Audi Design geben bei AudiStream spannende Einblicke in ihre Arbeit und erklären dem Zuschauer: „Was macht einen Audi zum Audi?“

www.audi.stream

Audi connect Funktion

Audi connect Remote & Control / Notruf & Service*

Digitaler Assistent* (Amazon Alexa)

Ampelinfo Online in ausgewählten Städten

Online Navigationskarten-Update

Märkte

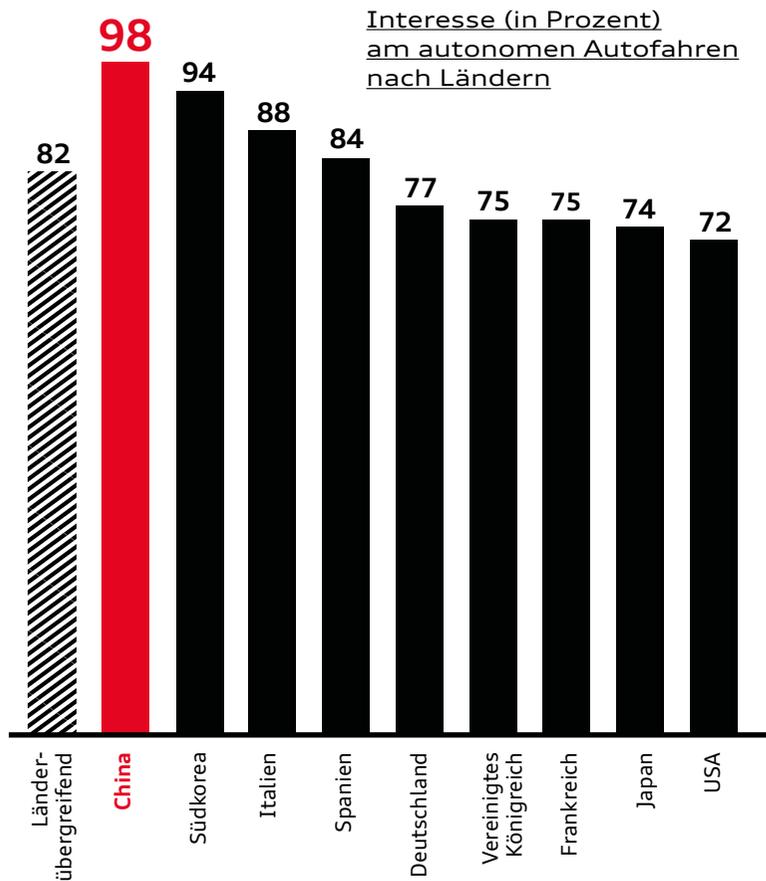
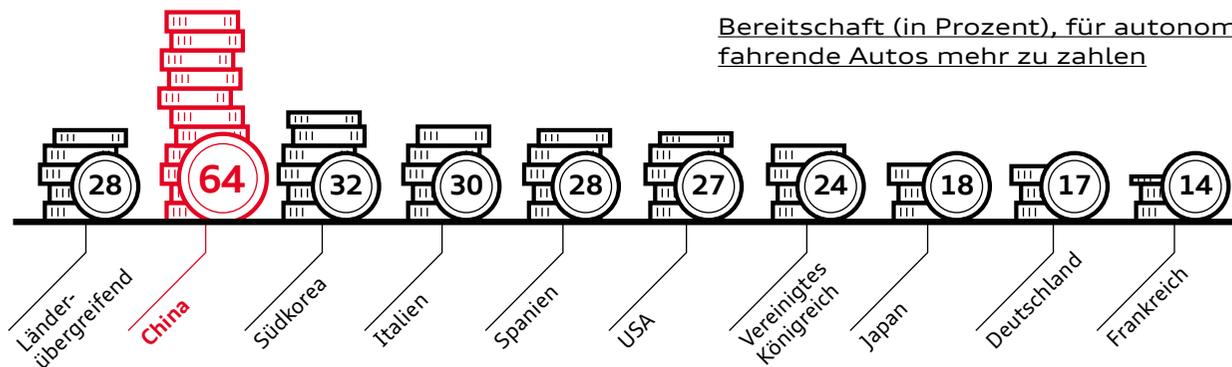
Weitere Länder innerhalb ECE**
Internationalisierung: USA, CAN, MEX, JP, KOR, SGP, MYS, TWN, HKG, AUS, NZL

ECE**

ECE**, USA, CAN

CHN

Sind Sie bereit, loszulassen?



Auf dem Gebiet der Assistenzsysteme, die Fahrer unterstützen, ist Audi eine treibende Kraft – doch wie denkt die Mehrheit über Technologiesprünge beim automatisierten Fahren? Eine Studie von Audi bringt Klarheit.

Sind Sie beunruhigt, wenn der Pilot in einem Flugzeug den Autopiloten einschaltet? Was sich in der Luftfahrt und im Schienenverkehr längst etabliert hat, wird in ferner Zukunft auch im Automobilverkehr Alltag sein: hochautomatisiertes Fahren. Doch sind die Menschen bereit, das Lenkrad loszulassen? Mit einer groß angelegten Online-Studie erforschte Audi die Bereitschaft von 21.000 Menschen

aus neun Ländern auf drei Kontinenten. Und viele der Ergebnisse überraschen selbst Insider. „The Pulse of Autonomous Driving“, so der Titel der Studie, hat zudem fünf Profile unterschiedlicher Nutzer (siehe nächste Seite) des autonomen Fahrens definiert. „Die Studie ist mehr als eine willkommene Ergänzung unserer Kenntnisse über das Phänomen autonomes Fahren“, sagt Dr. Luciano Floridi, Professor für Philosophie und Informationsethik, Leiter des Labors für digitale Ethik an der Universität Oxford. Luciano Floridi ist Mitglied des wissenschaftlichen Netzwerks der Initiative „&Audi“, in deren Rahmen die Studie entstanden ist. „Die Studie ist ein

notwendiger Schritt für jegliche politische und gesetzgeberische Entscheidung und für jede Forschungs- und Entwicklungsstrategie sowie Unternehmensstrategie, die proaktiv und fundiert zur Gestaltung einer besseren Welt beitragen will“, sagt Floridi. Schließlich ist autonomes Fahren ein Thema, das oft hitzig diskutiert wird. Sich in ein Auto zu setzen, das die Insassen selbstständig ans Ziel bringt? Einigen macht das Angst, für andere klingt es nach der ultimativen Vision freier Mobilität. Fest steht: Audi arbeitet schon seit Jahren an der Technologie automatisiert fahrender Autos. Wie diese in Zukunft funktionieren und aussehen könnten, das

› zeigen eindrucksvoll der Audi AI:ME und der Audi AI:CON. Sie gehören zur Familie der Konzept-Automobile, die 2017 gestartet ist – jedes der Visionsfahrzeuge ist speziell auf seinen klar definierten Einsatzbereich zugeschnitten: Der Audi AI:CON verbindet exklusiven Raumkomfort mit einem gehobenen technischen Anspruch für Passagiere auf der Langstrecke. Der Audi AI:ME ist eine autonom fahrende, vollvernetzte „Well-being“-Lounge für die Megacities von morgen.

Große Neugier – wenig Wissen

Die Studie „The Pulse of Autonomous Driving“ fand heraus, dass es große Vorfreude, aber auch Bedenken gegenüber selbstfahrenden Autos gibt. Auf der einen Seite besteht länderübergreifend großes Interesse (82 Prozent) und hohe Neugier (62 Prozent) am autonomen Fahren. Die Befragten sehen in der neuen Technologie Potenzial für Individuum und Gesellschaft – vom leichteren Zugang zu Mobilität (76 Prozent) über mehr Komfort (72 Prozent) bis hin zu mehr Sicherheit (59 Prozent). Über die Hälfte der Befragten würde autonomes Fahren gerne testen. Auf der anderen Seite stehen jedoch auch klare Bedenken, allen voran die Sorge vor dem Kontrollverlust (70 Prozent) und technisch unvermeidbaren Restrisiken (66 Prozent).

41 Prozent der Befragten stehen der Technologie misstrauisch gegenüber und etwa ein Drittel ist ängstlich (38 Prozent). Gering erscheint bei alledem das Wissen über autonomes Fahren: Nur acht Prozent geben an, das Thema erklären zu können.

Spannend sind auch die Unterschiede zwischen den untersuchten Ländern, welche die Studie mit dem Human-Readiness-Index (HRI) vergleichbar macht. Der HRI verdichtet Wissen, Interesse, Emotionen und Nutzungsbereitschaft in Hinblick auf selbstfahrende Autos zu einem numerischen Indikator zwischen -10 und +10 und gibt Aufschluss darüber, wie die Einstellung zum autonomen Fahren mit der Soziodemografie zusammenhängt. Die Ergebnisse zeigen: Je jünger die Befragten und je höher ihr Bildungsgrad und Einkommen, desto positiver die Einstellung zum autonomen Fahren. Mit einem HRI von +5,1 liegen die Chinesen im Ranking vorn, Deutsche und Franzosen sind mit einem HRI von -0,7 vergleichsweise zurückhaltend.

Mehr Informationen zur Studie „The Pulse of Autonomous Driving“ gibt es unter www.audi.com/pulse-of-autonomous-driving

Studie „The Pulse of Autonomous Driving“: Welche Nutzertypen selbstfahrender Autos gibt es?

Der misstrauische Selbstfahrer greift lieber selbst zum Lenkrad und bewahrt gern das Bestehende. Autonomes Fahren würde er höchstens nutzen, wenn es vollumfänglich etabliert ist. Als Sicherheitsfan steht er Unbekanntem grundsätzlich kritisch gegenüber – dies gilt auch für neue Technologien.

HRI -8,4 | 14 Prozent der Befragten

Der statusorientierte Trendsetter kann mit einem selbstfahrenden Auto seinen progressiven Lebensstil zeigen – was ihn begeistert. Auf der Suche nach Spannung und Abenteuer kommen ihm neue Technologien gerade recht. Er ist überzeugt: Wenn sich namhafte Hersteller um die Entwicklung kümmern, wird sich die Technologie des autonomen Fahrens durchsetzen.

HRI +3,3 | 16 Prozent der Befragten

Der sicherheitsorientierte Zögerer steht dem autonomen Fahren eher zurückhaltend gegenüber. Autos misst er im Allgemeinen nur eine geringe Bedeutung bei. Sicherheit ist für ihn zentral, Abenteuer sucht er weniger. Seiner Ansicht nach sollten autonom fahrende Autos vor einer Zulassung zunächst über Jahre getestet werden.

HRI -2,8 | 24 Prozent der Befragten

Der technikaffine Passagier möchte am besten schon heute in selbstfahrende Autos steigen, er ist angstfrei und vertraut Technik. Er erhofft sich leichteren Zugang zu Mobilität, mehr Komfort und allen voran mehr Sicherheit auf den Straßen.

HRI +8,4 | 16 Prozent der Befragten

Der aufgeschlossene Kopilot betrachtet automatisiertes Fahren grundsätzlich positiv, will aber noch stets die Möglichkeit haben, einzugreifen. Er sieht die Vorteile der Technologie und wünscht sich Initiativen von Wirtschaft, Wissenschaft und Politik, um die Autos sicher auf die Straße zu bringen. Zudem verspricht er sich von der Technologie mehr Sicherheit.

HRI +1,3 | 30 Prozent der Befragten



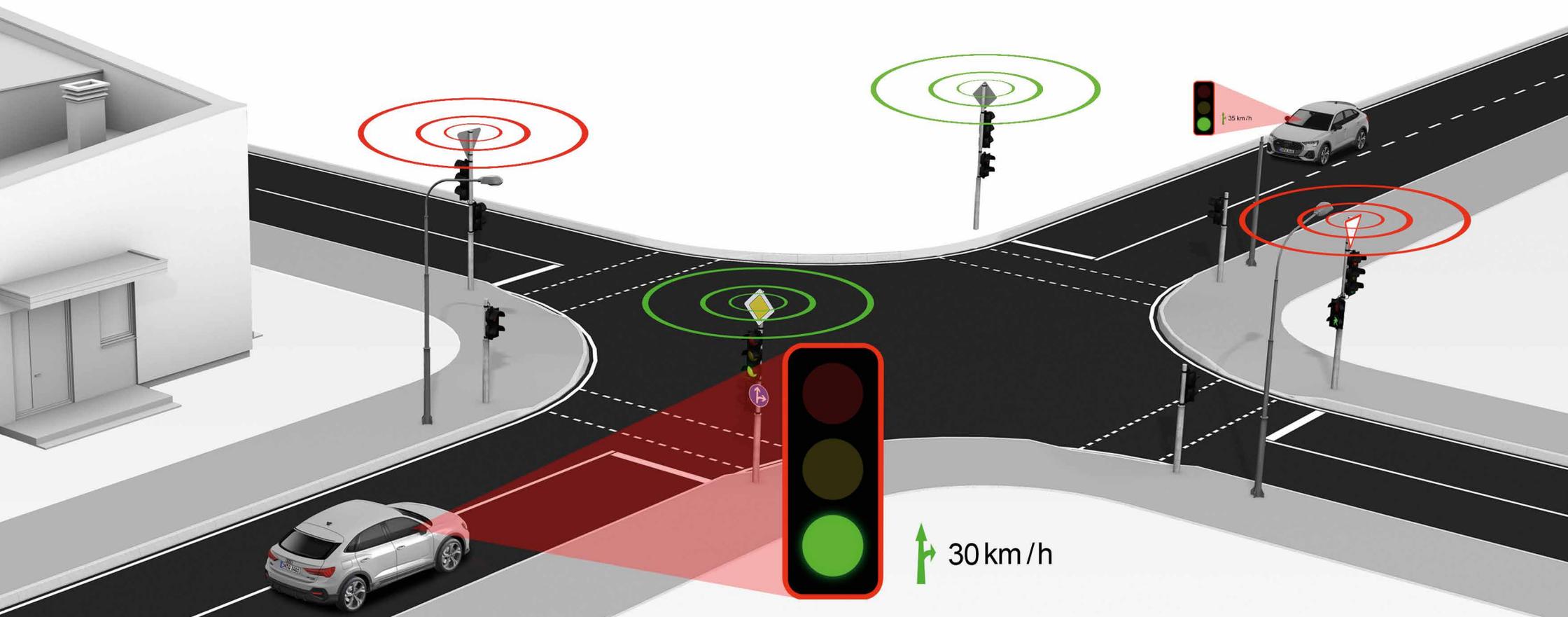
Grün, grün, grün sind alle meine Ampeln

Auf der grünen Welle durch die Stadt gleiten? An dieser Vision arbeitet Audi gemeinsam mit Städten auf der ganzen Welt. Zum Beispiel mit dem Dienst Audi Ampelinformation. Der Vehicle-to-Infrastructure-Dienst (V2I) erhöht Effizienz, Komfort und Sicherheit im Verkehr.

Rückblick, Juli 2019: In Ingolstadt arbeitet das Unternehmen zusammen mit dem Amt für Verkehrsmanagement und Geoinformation daran, den Verkehrsfluss mit digitalen Tools zu optimieren. Wie? Indem Ampeln und Fahrzeuge direkt miteinander kommunizieren. Dafür vernetzt Audi viele seiner Fahrzeuge mit der Infrastruktur. Schon nach wenigen Mona-

ten sind von 160 Ampeln im Ingolstädter Stadtgebiet bereits 94 in den V2I-Service integriert. Bis 2022 sollen die restlichen Kreuzungen hinzukommen, um dank des Services auf der grünen Welle durch ganz Ingolstadt zu fahren und so – im Idealfall – ohne auch nur einen Stopp das Ziel zu erreichen.

Audi Ampelinformation teilt sich in zwei Funktionen: „Green Light Optimized Speed Advisory“ (GLOSA) und „Time-to-Green“. GLOSA errechnet die optimale Geschwindigkeit für eine „grüne Welle“. Lässt sich ein Stopp an einer roten Ampel nicht vermeiden, zählt ein Countdown die Sekunden bis zur nächsten Grünphase (Time-to-Green). >





Im Cockpit sieht der Fahrer nicht nur das aktuelle Tempolimit, sondern auch, wie schnell er fahren muss, um die grüne Ampel zu erreichen.

heit im Verkehr erhöhen und einen vorausschauenden, ökonomischen Fahrstil fördern“, sagt Andre Hainzmaier, Leiter Entwicklung Apps, Connected Services und Smart City.

Doch das ist nicht alles: Im Gegenzug erhält das Verkehrsmanagement anonymisierte Daten von Audi. Verkehrsplaner sehen dann zum Beispiel, wenn Autos an einer bestimmten Kreuzung ungewöhnlich viele Stopps einlegen oder die durchschnittliche Wartezeit vergleichsweise hoch ist. So lassen sich Ampeln effizienter schalten, der Verkehr fließt besser. „Ingolstadt ist die erste Stadt in Europa, in der wir unsere Serienmodelle mit den Ampeln vernetzen. Das zeigt, wie konsequent die Stadt in digitale Verkehrsinfrastruktur investiert und wie wichtig eine enge Partnerschaft ist. Der Dienst soll dazu beitragen, den Verkehrsfluss zu verbessern, damit alle Ingolstädter profitieren“, sagt Achim Heinfing, Werkleiter des Audi Standorts Ingolstadt.

Langfristig soll der Verkehr in allen Städten profitieren, weltweit. „Ampelinformation“ ließe sich in Zukunft beispielsweise mit intelligenter Navigation koppeln. So könnten „grüne Wellen“ in die optimale Routenführung einfließen. Auch ist denkbar, dass Audi e-tron Modelle beim Ausrollen an der roten Ampel verstärkt die Bremsenergie zum Laden der Batterie nutzen. Und natürlich wäre es sinnvoll, wenn vernetzte Ampeln situativ auf das aktuelle Verkehrsaufkommen reagieren könnten. Schon in naher Zukunft könnten dann junge Autofahrer fragen: „Was war eigentlich noch mal Stop-and-Go?“

› Schon 2020 will Audi weitere europäische Städte in den intelligenten Service integrieren. So wie schon in den USA: Der V2I-Dienst feierte 2016 in Las Vegas Premiere. Heute ist der Service an über 10.000 Kreuzungen in Nordamerika verfügbar, darunter gut 2.000 in Manhattan/New York City und über 1.600 rund um die US-Hauptstadt Washington D.C. Audi ist zudem der erste Hersteller weltweit, der seine Serienmodelle mit Ampeln in Städten vernetzt.

So funktioniert es: Audi und der Projektpartner Traffic Technology Services (TTS) haben einen komplexen Analyse-Algorithmus entwickelt, der aus drei Quellen genaue Prognosen errechnet: Dem jeweiligen Steuerprogramm der Signalanlage; den Echtzeitdaten vom Verkehrsrechner, einer Kombina-

tion aus Belegungskameras, Detektorschleifen in der Straße, Bus- oder Tram-Anmeldungen und Fußgängerdrückern sowie historischen Daten. Dabei verbessert sich der Prognose-Algorithmus kontinuierlich und lernt beispielsweise, wie sich das Verkehrsaufkommen morgens im Berufsverkehr verändert, oder mittags, wenn Kindergärten und Schulen schließen.

Der Fahrer bekommt die Informationen in seinem Audi virtual cockpit oder dem Head-up-Display angezeigt und weiß dadurch, wann die nächste Ampel auf Grün umstellt. So kann er schon früh den Fuß vom Gas nehmen – was sich positiv auf Kraftstoffverbrauch, CO₂-Ausstoß und nicht zuletzt das Stresslevel des Fahrers auswirkt. „Mit Audi Ampelinformation wollen wir den Komfort für den Fahrer verbessern, die Sicher-

Voraussetzungen für „Audi Ampelinformation“

Modelle: Audi e-tron, A4, A5, A6, A7, A8, Q3, Q7 und Q8, die ab Mitte 2019 produziert wurden (Modelljahr 2020)

Ausstattungspaket: „Audi connect Navigation & Infotainment“ & „kamerabasierte Verkehrszeichenerkennung“

Produkte und Services (Tabelle 1 von 4)

Das Audi Nachhaltigkeitsprogramm verbindet strategische Ziele im Bereich Nachhaltigkeit mit konkreten Maßnahmen. Es gliedert sich in die vier Kernthemen „Wirtschaften und Integrität“, „Produkte und Services“, „Wertschöpfung und Produktion“ sowie „Mitarbeiter und Gesellschaft“.

Ziel	Maßnahme	Termin	Abgleich SDGs
Reduzierung der CO ₂ -Emissionen der Audi EU-Neuwagenflotte um 27 Prozent (Basisjahr 2012)	Verbrauchsreduzierung durch den Einsatz von Technologien aus dem Modularen Effizienzbaukasten	2020	 
Reduzierung der Umweltauswirkungen im gesamten Lebenszyklus gegenüber dem Vorgängermodell	Erstellung produktbezogener Umweltbilanzen für neue Fahrzeugmodelle; Validierung und Zertifizierung der Umweltbilanzen; Veröffentlichung der Daten	Kontinuierliche Weiterentwicklung	  
Deutliche Senkung des Kraftstoffverbrauchs in jedem neuen Fahrzeug gegenüber dem Vorgängermodell	Umstellung von 70 Prozent der verkauften Neufahrzeuge mit Verbrennungsmotor auf Mild-Hybridisierung oder Plug-in-Hybridisierung ^[8]	2022	 
Erweiterung des Angebots elektrifizierter Antriebskonzepte	Ausweitung des Angebots von Plug-in-Hybriden auf sieben Audi Modelle	2020	 
	Angebot von mindestens einem Plug-in-Hybriden in jedem Kernsegment ab Kompaktklasse (Audi A3) ^[9]	2023	 
	40 Prozent der Audi Neufahrzeuge verfügen über einen elektrifizierten Antrieb (Angebot von mindestens einem batterieelektrischen Fahrzeug pro Kernsegment)	2025	 
	Erweiterung Produktportfolio auf fünf Elektroautos	2020	 

Produkte und Services (Tabelle 2 von 4)

Ziel	Maßnahme	Termin	Abgleich SDGs
Verfügbarkeit von Ladesystemen für das private Laden zur Markteinführung des ersten vollelektrischen Serienmodells von Audi	Wettbewerbsfähiges Ladeangebot für elektrifizierte Audi Modelle für das Laden zu Hause bereitstellen, u. a.: – Ladeequipment – Intelligente Ladefunktionen, z. B. fotovoltaik-optimiertes Laden – Kooperationen für Heimenenergiemanagementsysteme (HEMS) – Innovative Technologien	2020 ^[10]	
	Weiterentwicklung des Ladeangebots für elektrifizierte Audi Modelle in Hinblick auf intelligente Integration von E-Fahrzeugen in Energienetze, um netzdienliches Verhalten des Fahrzeugs zu ermöglichen; u. a. Pilotierung von Diensten zur Vernetzung des Fahrzeugs mit den Energienetzen	2020	
Sicherstellung der Verfügbarkeit von Schnellladeinfrastruktur entlang der Langstreckenverkehrsachsen in Europa und den USA zur Förderung der Langstreckentauglichkeit von Elektrofahrzeugen	Infrastrukturausbau in Kooperation mit Partnern, z. B. Ionity Joint Venture in Europa und Electrify America in den USA, als Anschubleistung für Elektrofahrzeuge	2022	
Erweiterung der Ladeinfrastruktur an den Audi Standorten	Aufbau und Betrieb standortübergreifender Ladeinfrastruktur an Audi Standorten zum Start of Production (SOP) Audi e-tron; weiterer bedarfsgerechter Ausbau für Prozesse im Werk sowie Versorgung der Dienstwagen und Mitarbeiter-Leasingfahrzeuge in Höhe von 10 Prozent elektrifizierter Parkplätze bis Mitte 2022 ^[11]	2022 ^[12]	
Ressourcenschonung durch neue Recyclingkonzepte zum Schließen von Materialkreisläufen	Entwicklung eines Recyclingverfahrens für Zellen von Traktionsbatterien	2019 (abgeschlossen)	

Produkte und Services (Tabelle 3 von 4)

Ziel	Maßnahme	Termin	Abgleich SDGs
Globaler Schutz von und der verantwortungsvolle Umgang mit personenbezogenen Daten	Verfeinerung der Ablauforganisation zur Absicherung von Privacy by Design, Privacy by Default	Kontinuierliche Weiterentwicklung	
Erweiterung des Angebots um Brennstoffzellen-Antriebskonzepte unter der Dachmarke Audi h-tron	Weiterentwicklung der Brennstoffzellentechnologie, Einführung einer Kleinserie mit Brennstoffzellen in den Markt ^[13]	2022	
	Ausrollen der Brennstoffzellentechnologie über die Konzernmarken	2026 ^[14]	
Bereitstellen von CO ₂ -neutralen Energieträgern aus regenerativen Energiequellen zur Reduzierung der Treibhausgasemissionen	Förderung der Entwicklung synthetischer Flüssigkraftstoffe, gemeinsam mit geeigneten Partnern. Zusätzlicher Fokus auf Technology Readiness der Produkte innerhalb der AUDI AG ^[17]	Kontinuierliche Weiterentwicklung	
	Markteinführung Audi e-fuels und Audi e-power zusätzlich zu Audi e-gas	2019 ^[15]	
	Ausbau der strategischen Partnerschaften und Kooperationsverträge hinsichtlich der Forschung und Entwicklung regenerativer Energien	Kontinuierliche Weiterentwicklung	
	Integration einer CO ₂ -Capturing-Anlage (CO ₂ -Gewinnung aus der Luft) in eine Power-to-Gas- oder Power-to-Liquid-Anlage	2021 ^[16]	

Produkte und Services (Tabelle 4 von 4)

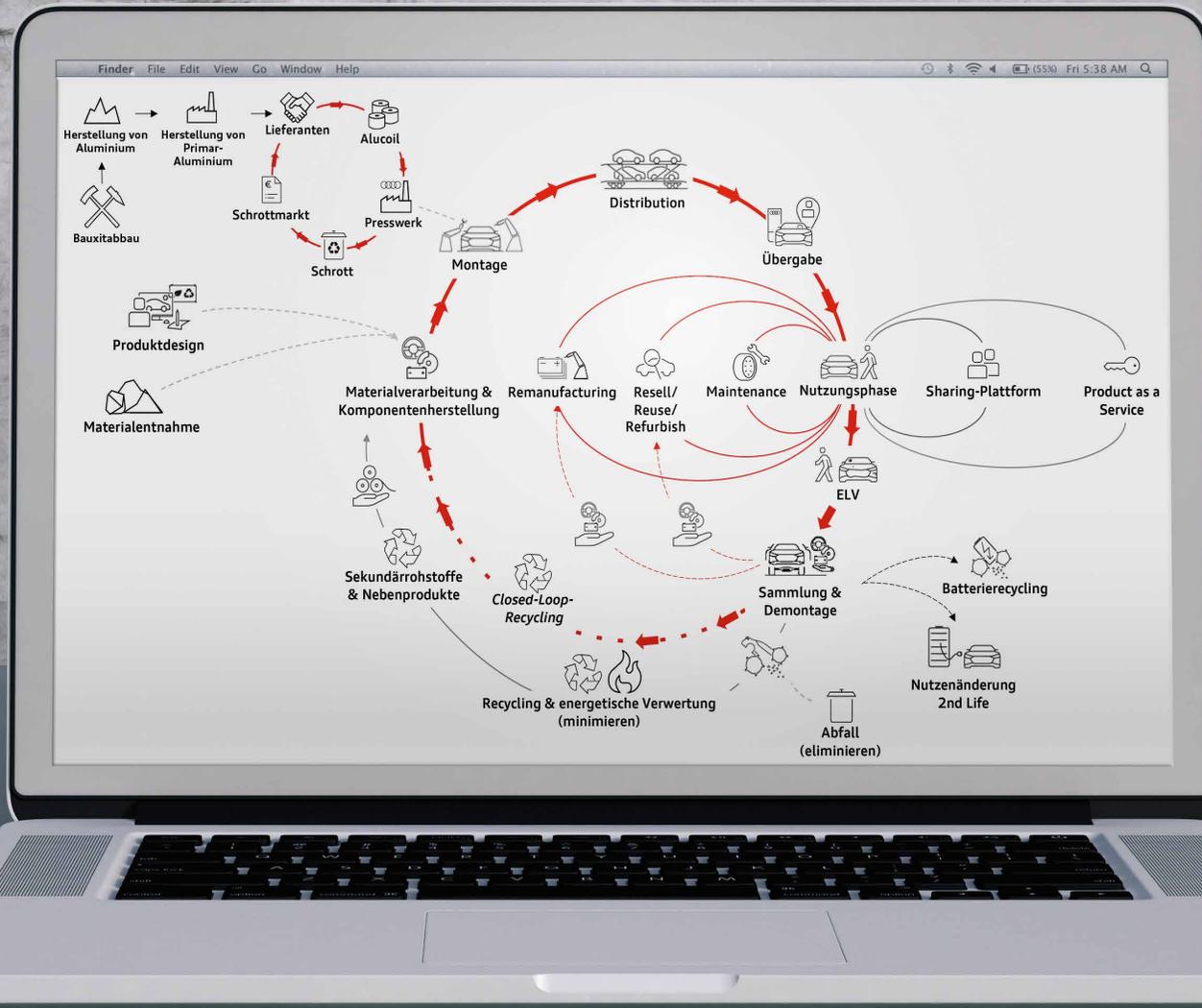
Ziel	Maßnahme	Termin	Abgleich SDGs
Verantwortung für die Sicherheit von Kunden und Verkehrspartnern	Angebot von vorausschauenden Assistenz- und Sicherheitssystemen	Kontinuierliche Weiterentwicklung	 
Erhöhung der Verkehrssicherheit	Weiterentwicklung von Technologien hin zum assistierten/automatisierten Fahren	2025	 
Entwicklung eines attraktiven Mobilitätsportfolios	Entwicklung neuer Geschäftsmodelle	2022	 



Ist eine saubere Industrie
überhaupt möglich?

Audi schließt Kreise

Reduce, reuse, recycle, rethink: Audi verfolgt die Vision einer ganzheitlichen Kreislaufwirtschaft. Kann das gelingen? 2019 erforschte Audi vielversprechende Ansätze – und stellte fest: Die Richtung stimmt.



Nicht ein geschlossener Kreis, sondern viele entlang der gesamten Wertschöpfungskette des Automobils: Experten bei Audi identifizieren und analysieren Potenziale und Herausforderungen der Circular Economy.

Wenn Dennis Christian Meinen von seiner Arbeit berichtet, bekommen Zuhörer schnell das Gefühl, er arbeite an der Quadratur eines Kreises. „Eine der zentralen Herausforderungen in diesem Jahrhundert ist die Entkopplung des Wirtschaftswachstums von einem übermäßigen Ressourcenverbrauch – bei gleichzeitiger Steigerung der durchschnittlichen Lebensqualität und der Senkung der Emissionen.“ Und ehe man den Experten für Circular Economy (kurz CE) fragen kann, ergänzt er mit einem Lächeln: „Ja, die Frage, wie eine Circular Economy implementiert werden kann, bewegt Wirtschaftsexperten auf der ganzen Welt. Und mich hat es auch schon die ein oder andere Nacht gekostet. Aber das ist es wert – es geht ja darum, dass wir bei Audi zukunftsfähige Geschäftsmodelle finden, von deren Realisierung am Ende alle Stakeholder profitieren.“

Hilfe in Form von guten, neuen Ideen ist dringend notwendig.

Denn die Fakten zeigen schon seit Langem, dass etwas aus dem Gleichgewicht geraten ist. Seit 1971 verbraucht die Weltbevölkerung aufgrund vorherrschender Konsum- und Verhaltensmuster nachwachsende Rohstoffe schneller, als sie von der Erde und ihren Ökosystemen pro Jahr regeneriert und reproduziert werden können.

Kreisläufe schließen

Das Problem: Ein Wirtschaftssystem, das auf Wachstum und der kontinuierlichen und sogar steigenden Förderung von Primärrohstoffen basiert, kann auf einem Planeten mit begrenzten Ressourcen nicht nachhaltig sein. Eine Lösung der Problematik unter der Prämisse, den Lebensstandard nicht wesentlich abzusenken und in Entwicklungsländern weiterhin ein wirtschaftliches Wachstum und einhergehend verbesserte soziale Bedingungen zu ermöglichen, besteht aus Sicht von Audi im Schließen von Kreisläufen. Der Paradigmenwechsel weg vom linearen Wirtschaftssystem bietet dabei

sowohl aus ökonomischer als auch aus ökologischer und gesellschaftlicher Sicht Potenziale.

„Die Audi Nachhaltigkeitsstrategie bewertet und verfolgt vielfältige Ansätze für eine Implementierung von Kreisläufen in die automobilen Wertschöpfungskette: angefangen bei der Entwicklung und Materialbeschaffung, über die Herstellung bis zur Vermarktung von Produkten, der Nutzung und deren Verwertung“, sagt Dennis Christian Meinen. „2019 haben wir vor allem dafür genutzt, das Thema CE ganzheitlich zu analysieren und nächste Schritte vorzubereiten.“ Kann sich der Aufwand rechnen? Auch das ist ein unter Wirtschaftsexperten häufig diskutiertes Thema. Zahlreiche Diskussionen betonen das große wirtschaftliche Potenzial von Zirkularität. Für den EU-Wirtschaftsraum werden laut der Ellen MacArthur Foundation Nettoeinsparungen von über 600 Milliarden US-Dollar durch Maßnahmen wie ökologisches Produktdesign, Abfallvermeidung oder Weiterverwendung

Themenrelevante Ziele der Agenda 2030

12 NACHHALTIGE/R KONSUM UND PRODUKTION



Der Wandel hin zu einer Wirtschafts- und Lebensweise, die die natürlichen Grenzen unseres Planeten respektiert, kann nur gelingen, wenn wir unsere Konsumgewohnheiten und Produktionstechniken umstellen.

13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ



Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels müssen umgehend ergriffen werden. Dies setzt auch die Einhaltung von Verträgen, internationale Kooperation sowie lokales Engagement in voraus.

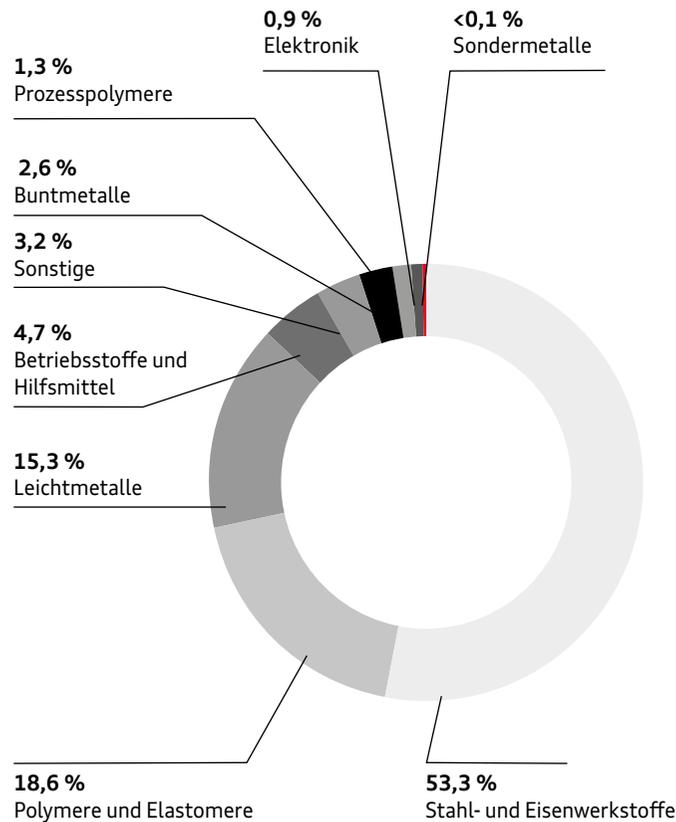
Linearwirtschaft

Das heutige Geschäftsmodell von Automobilherstellern – ebenso wie das von Unternehmen aus anderen Branchen – basiert in Hinblick auf Wertschöpfung und Handlungsrahmen im Kern auf dem Prinzip eines linearen Wirtschaftsmodells. Fahrzeuge werden entwickelt und produziert, gehen an den Kunden über und werden am Ende der Nutzungsphase entsorgt. Für die Verwertung und die Entsorgung haben sich in der Vergangenheit in der Regel eigenständige Wirtschaftszweige entwickelt.

Neue Kraft aus alten Zellen

Das Batterie-Recycling ist für Audi ein wesentlicher Bestandteil nachhaltiger Elektromobilität. Audi hat im Berichtsjahr 2019 eine strategische Forschungs-kooperation beim Batterie-Recycling erfolgreich weitergeführt. Das Ergebnis: Mehr als 90 Prozent des Kobalts und Nickels aus den Hochvoltbatterien des Audi e-tron lassen sich wiedergewinnen. Daher startet das Unternehmen nun eine weitere Phase und erprobt einen geschlossenen Kreislauf für Kobalt und Nickel: Gemeinsam wollen Audi und ein Partner die aus dem Batterie-Recycling wiedergewonnenen Rohstoffe in neuen Batteriezellen einsetzen. Für den Umgang mit gebrauchten Hochvoltbatterien entwickeln Audi und Volkswagen vielfältige weitere Konzepte. Wenn eine Batterie über Jahre hinweg einen bestimmten Prozentsatz ihrer Ladekapazität eingebüßt hat, kann sie zum Beispiel außerhalb eines Pkw weiter genutzt werden. Unter den vielen Verwendungsmöglichkeiten, die Audi diesbezüglich im Blick hat, erprobte das Unternehmen im Berichtsjahr 2019 u. a. den Einsatz in Gabelstaplern und Zugmaschinen im Stammwerk Ingolstadt und die Verwendung der Batterien als stationären Energiespeicher auf dem EUREF-Campus Berlin.

Menge der von Audi verarbeiteten Rohstoffe in Fahrzeugen in 2019: 2.855.162 t



Anteile der verarbeiteten Rohstoffe in Fahrzeugen von Audi, Darstellung auf Basis eigener Analysen

› prognostiziert – bei einer gleichzeitigen Reduzierung der Treibhausgasemissionen. Das ist aber nur möglich, wenn wirklich alle Maßnahmen umgesetzt werden.

Recyclingquote im Blick

Zum gesellschaftlich wichtigen Thema Recycling gibt es klare Gesetze: Die deutsche Altfahrzeug-Verordnung schreibt beispielsweise seit 2015 vor, dass mindestens 95 Gewichtsprozent bezogen auf das Fahrzeugleergewicht aller pro Jahr überlassenen Altfahrzeuge wieder verwendet bzw. verwertet werden.

Im Prinzip ist bei einem schrottreifen Fahrzeug kein (Bau-) Teil nutzlos. Durch die Steigerung des Umweltbewusstseins bei vielen Verbrauchern – das sich unter anderem auf den Anstieg öffentlicher Debatten zum Thema Nachhaltigkeit zurückführen lässt – haben auch die Themen Recycling und Wiederverwendung an Wichtigkeit gewonnen. Auf diesen Feldern hat Audi bereits einige Erfolgsprojekte vorzuweisen, etwa den „Aluminium Closed Loop“ in der Produktion (Seite 65) oder die industrielle Aufbereitung von Gebrauchtteilen in Originalteilequalität.

Darüber hinaus engagiert sich Audi u. a. in der „Global Battery Alliance“. Ziel: die Etablierung einer

nachhaltigen Wertschöpfungskette für Batterien, beginnend beim Rohstoffabbau bis hin zum nachhaltigen Recycling.

Ganzheitliche Geschäftsmodelle

Um alle Potenziale der CE zu verstehen, analysierte Audi im Berichtsjahr 2019 alle denkbaren CE-Geschäftsmodelle entlang des gesamten Lebenszyklus des Fahrzeuges aus gesellschaftlichen, ökologischen und ökonomischen Blickwinkeln. Auf Basis der Erkenntnisse werden aktuell zum Beispiel Szenarien diskutiert, wie das klassische Geschäftsmodell im Sinne der CE schon bald erweitert werden kann – mit einem Benefit für alle Beteiligten.

Dennis Christian Meinen: „Die durchgehende direkte Produktverantwortung entlang des gesamten Produktlebenszyklus ist eine Grundvoraussetzung, damit alle möglichen Potenziale im Sinne der Nachhaltigkeit genutzt werden.“ Durch die Sicherstellung der Umweltverträglichkeit der Produkte kann zudem die positive Reputation des Unternehmens gesteigert werden. „Das tolle an CE aus meiner Sicht ist zudem: Sie ist Innovationstreiber und hat das Potenzial, die Umsetzung weiterer Initiativen zu fördern.“



Mit dem „Aluminium Closed Loop“ leistet Audi einen Beitrag für mehr Ressourcenschonung.

Gemeinsam stärker

Als großes Industrieunternehmen ist sich Audi seiner Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt bewusst – und nutzt seinen Impact, um dieser Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette gerecht zu werden. Zum Beispiel durch die Wahrung der Nachhaltigkeitsstandards in der Lieferkette.

Was bedeutet konsequent nachhaltig, wenn es um Nachhaltigkeitsstandards in der Lieferkette geht? „Wir übernehmen Verantwortung für den Fußabdruck, den wir in und mit unserer Lieferkette hinterlassen. Unser Ziel ist es, dass das Unternehmen einen negativen Impact vermeidet und einen positiven dort generiert, wo es möglich ist“, erklärt Marco Philippi, Leiter Strategie Beschaffung bei den Vier Ringen. „Deshalb arbeitet Audi daran, die CO₂-Bilanz seiner Fahrzeuge zu verbessern, noch bevor diese den ersten Kilometer auf der Straße zurücklegen.“

CO₂-Emissionen verringern

Die Reduktion von CO₂-Emissionen in der Lieferkette zählt zu den Handlungsfeldern in der Unternehmensstrategie und sie ist eine anspruchsvolle Aufgabe: Die Lieferkette ist global weit verzweigt, einem stetigen Wandel unterworfen und hochkomplex aufgrund der zahlreichen Verarbeitungsschritte und Materialien. Zudem ist die

kurzfristige Einflussnahme oft nicht möglich, schließlich sind Zulieferer eigenständige Unternehmen, haben eigene Entscheidungshoheit und Interessen. Audi hat zudem nur Geschäftsbeziehungen mit direkten Lieferanten, also in der Regel nur eine direkte Einflussnahme auf den sogenannten 1st-Tier. Ein Großteil der Emissionen entsteht vorwiegend aber nicht bei den direkten Lieferanten, sondern tiefer in der Lieferkette, in Abhängigkeit des Materials und der Energieintensität der Verarbeitungsstufe.

Alle ziehen an einem Strang

„Als Beschaffung sind wir in 152 Ländern der Welt aktiv. Wir sind zentrale Schnittstelle zwischen der AUDI AG und mehr als 16.000 Lieferanten“, erklärt Marco Philippi. „Als Beschaffung und zusammen mit unseren Partnern haben wir folglich einen enormen Einfluss, den wir positiv nutzen wollen.“ Der Volkswagen Konzern verursacht mit seinem Personenkraftwagen-Portfolio ein Prozent der globalen, vom

Menschen verursachten CO₂-Emissionen. Um die Emissionen in der Herstellungsphase des Autolebens effektiv zu reduzieren, setzt die Beschaffung unter anderem auf das „Audi CO₂-Programm“. Eine junge Herausforderung: Die konsequente Elektrifizierung der Fahrzeugflotte führt dazu, dass ein großer prozentualer Anteil der CO₂-Emissionen, die während eines Autolebens entstehen, in der Lieferkette und der Produktion auftreten. „Wir kalkulieren, dass dies aufgrund der Elektrifizierung im Jahr 2025 fast ein Viertel aller CO₂-Emissionen ausmachen wird“, so Philippi.

Große Einsparpotenziale

Leichtbau mit Aluminium ist seit Jahrzehnten eine der großen Stärken von Audi. Das Unternehmen hat eine besondere Expertise im Umgang mit dem Werkstoff, was sich sowohl im Fahrzeug als auch in der Herstellung der Komponenten beweist. An Nachhaltigkeit wird dabei in unterschiedlichen Prozessschritten gedacht. Die



› Werkstoffe Stahl und Aluminium – deren Herstellung besonders energieintensiv ist – standen im Berichtsjahr 2019 im Fokus des „Audi CO₂-Programms“ in der Lieferkette. In über 30 Workshops mit Zulieferern entstanden mehr als 50 Maßnahmen, die zusammen ein Einsparpotenzial von 1,2 Tonnen CO₂ pro Auto aufzeigen. Insgesamt konnten im Berichtsjahr 2019 durch die Aktivitäten in der Lieferkette bei Audi in Summe mehr als 300.000 Tonnen CO₂ bilanziell eingespart werden.

Wie effektiv die enge Zusammenarbeit für mehr Nachhaltigkeit in der Lieferkette sein kann, beweist Audi am Standort Neckarsulm. „Um noch weniger Primäraluminium in der Herstellung zu verwenden, hat Audi schon vor drei Jahren den Aluminium Closed Loop ins Leben gerufen. Dieser stellt sicher, dass hochwertiger Aluschrott nicht gewinnbringend am Schrottmarkt verkauft, sondern wieder in den Materialkreislauf eingespeist wird. Die Wiederverwertungsquote liegt bei annähernd 100 Prozent“, erklärt Johanna Klewitz, Teamlead Nachhaltigkeit in der Lieferkette bei Audi. „Dadurch wird der Energieaufwand bei der Erzeugung im Vergleich zu Primäraluminium um bis zu 95 Prozent verringert.“ Wie das funktioniert? Der Verschnitt an Aluminiumblechteilen aus dem Presswerk in Neckarsulm wird direkt an den Lieferanten zurückgeliefert. Dieser kann den Schrott recyceln und für die Herstellung von neu-

em Material verwenden, das Audi anschließend wieder im Presswerk einsetzt. Der Aluminium Closed Loop leistet einen bedeutenden Beitrag zu mehr Ressourcenschonung – und er beweist, wie gut Kreislaufwirtschaft funktionieren kann. Im Berichtsjahr 2019 hat Audi allein auf diese Weise mehr als 150.000 Tonnen CO₂ bilanziell eingespart. Seit Januar 2020 ist auch das Werk in Ingolstadt an den Aluminium-Closed-Loop-Prozess angebunden, 2021 soll Győr folgen.

Mitarbeit in Initiativen

Die Arbeit in der tieferen Lieferkette und über vertragliche Beziehungen hinaus fordert von Audi weitergehendes Engagement. Dieses erreicht das Unternehmen auch über seine Mitarbeit in Initiativen. In Sachen Aluminium ist dies zum Beispiel die Aluminium Stewardship Initiative (ASI). Die ASI hat einen globalen Standard für den Umgang mit Aluminium entwickelt, der entlang der Wertschöpfungskette umweltbezogene und soziale Kriterien festlegt. 2018 hat Audi als erster Automobilhersteller das „Performance Standard“-Zertifikat der ASI für einen verantwortungsbewussten Umgang mit Aluminium im Zusammenhang mit dem Batteriegehäuse des Audi e-tron* erhalten.

Mehr zur Nachhaltigkeit in der Lieferkette und dem Lieferantenmanagement des Gesamtkonzerns lesen Sie im Volkswagen Nachhaltigkeitsbericht.

Themenrelevante Ziele der Agenda 2030

3 GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN



Ziel ist es, ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters zu gewährleisten und ihr Wohlergehen zu fördern.

8 MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM



Eine nachhaltige Wirtschaftsentwicklung bringt gesellschaftliche, ökologische und wirtschaftliche Entwicklungsziele in Einklang und schafft menschenwürdige Arbeit für alle.

10 WENIGER UNGLEICHHEITEN



Vor dem Hintergrund einer wachsenden gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Ungleichheit trägt die Förderung der Chancengleichheit zu nachhaltigem Wirtschaftswachstum bei und stärkt den sozialen Zusammenhalt.

12 NACHHALTIGE/R KONSUM UND PRODUKTION



Der Wandel hin zu einer Wirtschafts- und Lebensweise, die die natürlichen Grenzen unseres Planeten respektiert, kann nur gelingen, wenn wir unsere Konsumgewohnheiten und Produktionstechniken umstellen.

13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ



Es geht darum, umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen zu ergreifen. Effektiver Klimaschutz kann nur bei entsprechend hohem Engagement gelingen.

17 PARTNERSCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE



„Niemanden zurücklassen“ ist das Hauptprinzip der Agenda 2030. Regierungen, die Zivilgesellschaft und Unternehmen müssen gemeinsam an der Umsetzung der Nachhaltigkeitsagenda arbeiten.

Einbindung von Lieferanten

Entlang der gesamten Wertschöpfungskette bindet der Konzern auch seine Lieferanten in die Verantwortung für die Umweltauswirkungen seiner Fahrzeuge ein. Daher ist der Volkswagen Konzern bereits seit 2015 im Carbon Disclosure Project (CDP) Supply Chain Program (SCP) aktiv und hat dort auch für das Berichtsjahr erneut eine Bewertung von A- erhalten, die einem Leadership-Status entspricht. 2019 erweiterte der Konzern die Anzahl der Lieferanten deutlich auf über 280 Lieferanten, die im Rahmen des SCP zu Klima- und Wasserverantwortung befragt wurden. Das entspricht über 79 Prozent des produktionsrelevanten Einkaufsvolumens (ohne Dienstleistungen, ohne VW Brasilien, Scania und die Joint Ventures in China). Dabei beziffern die Lieferanten ihre unternehmensweiten Emissionssenkungen insgesamt auf 8,05 Millionen Tonnen CO₂ gegenüber dem Vorjahr. Den Anteil erneuerbarer elektrischer Energie bezifferten die Lieferanten auf 23 Prozent. Seit 2016 integriert das CDP Science Based Targets (SBT) in den Fragebogen. 34 Prozent der antwortenden Lieferanten haben sich SBTs gesetzt oder beabsichtigen, sich solche zu setzen.

* Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km: 24,3–21,0 (NEFZ); 26,6–22,4 (WLTP)
CO₂-Emission kombiniert in g/km: 0

Audi Lieferanten leben Nachhaltigkeit

Bei Audi spielt Nachhaltigkeit in allen Unternehmensbereichen eine große Rolle. Um die Verantwortung ganzheitlich wahrzunehmen, werden auch die Partner mit ins Boot geholt. Hier setzt das sogenannte Sustainability-Rating (S-Rating) mit konkreten Maßnahmen an.

Mehr Nachhaltigkeit und Verantwortung

„Unser Ziel ist es, gemeinsam mit unseren Lieferanten in einer partnerschaftlichen Beziehung den Weg zu mehr Nachhaltigkeit und Verantwortung zu beschreiten“, sagt Johanna Klewitz, Teamlead Nachhaltigkeit in der Lieferkette bei Audi. „Schon 2017 hat Audi daher ein Nachhaltigkeitsrating eingeführt. Seit 1. Juli 2019 ist dieses S-Rating Pflicht im Volkswagen Konzern. Durch das Rating ist Nachhaltigkeit ein verbindliches Vergabekriterium für Lieferanten, die Produktionsmaterial liefern, sowie für relevante Lieferanten in der Allgemeinen Beschaffung. Es steht im Vergabeprozess auf einer Stufe mit den Kriterien Kosten, Qualität, technologische Kompetenz und Logistik. Johanna Klewitz: „Wir sind davon überzeugt, dass unsere Lieferanten eine Schlüsselrolle für den Erfolg des Konzerns in Sachen Nachhaltigkeit spielen. Wir wollen aus diesem Grund nur mit Partnern zusammenarbeiten, die unsere Werte teilen! Gemeinsam mit unseren direkten Geschäftspartnern fordern wir diese Werte auch tiefer in der Lieferkette ein.“

Das Nachhaltigkeitsrating und seine Wirkung

Ein für die Automobilbranche standardisierter Selbstauskunftsfragebogen (SAQ) gibt Audi Auskunft über nachhaltiges Handeln in den Bereichen Soziales, Umwelt und Unternehmensethik der jeweiligen Lieferanten. Im Jahr 2019 haben insgesamt 12.646 Lieferanten dem Volkswagen Konzern so bereits Auskunft erteilt.

Bei Bedarf führt der Konzern zusätzlich einen Compliance-Check durch. Ist der SAQ nicht zufriedenstellend, überprüft ein unabhängiger Nachhaltigkeitsassessor die Unternehmen vor Ort – unter anderem im Hinblick auf ressourcenschonende Produktion und Arbeitssicherheit. Für den Volkswagen Konzern war er im Jahr 2019 1.331-mal im Einsatz. Anschließend wird nachgehalten, ob die vom Nachhaltigkeitsassessor festgestellten Mängel auch tatsächlich behoben werden. Am Ende eines S-Rating-Prozesses heißt es dann entweder „vergabefähig“ oder „nicht vergabefähig“. Grauzonen gibt es nicht. Für die Vergabe eines Auftrags ist somit nicht nur der Preis entscheidend.

Audi setzt hohe Standards bei Themen wie Unternehmensethik, Nachhaltigkeit und Umweltschutz. Dies erwartet Audi auch von seinen Lieferanten. Um partnerschaftlich zusammenzuarbeiten, müssen beide Seiten dieselben Werte und Ansprüche teilen. Integritäts- und soziale Aspekte wie die Verhinderung von Korruption und eine sichere und gesunde Arbeitsumgebung sind nur ein paar Beispiele. Auch die Vermeidung und fachgerechte Entsorgung von Abfällen gehören dazu. Die Betriebe müssen hierzu offizielle Richtlinien erstellen, sie im Unternehmen verankern und an die Mitarbeitenden kommunizieren, damit sie auch gelebt werden.

Zusammen, nicht gegeneinander

Das vorrangige Ziel ist es nicht, mit dem S-Rating Lieferanten auszuschließen, sondern vielmehr diejenigen, die noch keine zufriedenstellende Performance vorweisen können, dahingehend zu befähigen. Nur so sind positive Auswirkungen auf Mensch und Umwelt zu erreichen. In diesem Sinne hat jeder Lieferant die Möglichkeit, sich nach Durchführung von Ver-

besserungsmaßnahmen einer erneuten Bewertung zu unterziehen.

Das S-Rating hilft Audi, der Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft besser gerecht zu werden. Auf diese Bewertung hat die Marke mit den Vier Ringen seine Geschäftspartner sowie die Mannschaft seit Langem mit Informationen sowie in Veranstaltungen und Workshops vorbereitet. Das Web-based-Training zum Thema S-Rating absolvierten im Berichtsjahr 99,9 Prozent aller Audi Beschaffer.

Die Nachhaltigkeitsselbstauskunft verlangt unter anderem Richtlinien und Managementsysteme, die die unternehmerische Praxis unserer Geschäftspartner regeln. Damit daraus keine bürokratischen Hindernisse entstehen, hat Audi im Berichtsjahr erstmalig „Sustainability Talks“ für Unternehmen mit 50 bis maximal 500 Beschäftigte angeboten. In Workshops zeigten externe Spezialisten den Teilnehmern Best-Practice-Ansätze auf, die ihnen dabei helfen, ordentliche Nachhaltigkeitsrichtlinien zu erstellen. 55 Prozent der geschulten Lieferanten konnten sich nach Teilnahme an den „Sustainability Talks“ im S-Rating verbessern.

Impact durch Reichweite und Relevanz

Aktuell arbeitet Audi zur Vermeidung von Dopplungen und für eine breitere Abdeckung der Lieferkette gemeinsam mit OEMs (Original Equipment Manufacturer, zu Deutsch: Originalteilehersteller) und Zulieferern in einer Arbeitsgruppe des Verbands der Automobilindustrie (VDA) an einem gemeinsamen Standard für Vor-Ort-Checks. Geplant ist, dass sich Zulieferer ab 2020 nur noch einmal auditieren lassen müssen; die Ergebnisse können im Anschluss mit allen beteiligten Geschäftspartnern über eine zentrale Plattform geteilt werden.

Ad-hoc-Prozess

Ein weiterer Aspekt des nachhaltigen Lieferkettenmanagements ist der gemanagte Umgang mit Ad-hoc-Nachrichten. Diese sind plötzlich auftretende Verdachtsmomente eines etwaigen Verstoßes gegen unsere Nachhaltigkeitsanforderungen. Der Prozess des Ad-hoc-Fallmanagements wurde im Berichtsjahr weiter überarbeitet und systematisiert.

Die Verstöße, die zur Eröffnung eines Ad-hoc-Falls führen, können beispielsweise durch Hinweise Dritter oder Beschäftigter in den Lieferantenbetrieben gemeldet werden. In einem solchen Fall übernimmt das zuständige Ad-hoc-Expertenteam der jeweiligen Marke oder Region nach Plausibilisierung durch den Konzern die Koordination der Umsetzung eines Maßnahmenkatalogs und wird vom Konzern-Ad-hoc-Expertenteam unterstützt.

Stellt Audi in einem solchen Fall bei Lieferanten oder Sublieferanten die mangelhafte Erfüllung von Nachhaltigkeitsanforderungen fest, fordert das Unternehmen den Lieferanten zu einer schriftlichen Stellungnahme auf Grundlage eines standardisierten Berichts auf.

Im Berichtszeitraum wurden im Volkswagen Konzern neben 27 Ad-hoc-Fällen, die vom Bereich Beschaffung bearbeitet wurden, auch von der Konzernrevision Maßnahmen mit Lieferanten vereinbart. Dies betraf Lieferanten, bei denen aufgrund von Hinweisen oder Prüfungen ein nicht regel- beziehungsweise vertragskonformes Verhalten festgestellt wurde. Insgesamt wurden aufgrund der Aktivitäten der Beschaffung und der Revision die Zusammenarbeit mit 17 Lieferanten beendet beziehungsweise Neuvergaben blockiert.

Mehr zum Umgang mit Ad-hoc-Fällen und weitere Kennzahlen zum Thema lesen Sie im Volkswagen Nachhaltigkeitsbericht.

In der Pflicht

Verantwortung lebt Audi nicht nur in der Beziehung mit seinen direkten Geschäftspartnern. Der Anspruch des Unternehmens ist es, diese Verantwortung gemeinsam mit seinen Partnern entlang der gesamten Lieferkette zu etablieren.

Klare Regeln bei Geschäften mit Partnern

Nachhaltigkeitsanforderungen in der Lieferkette sind in den „Anforderungen des Volkswagen Konzerns zur Nachhaltigkeit in den Beziehungen zu Geschäftspartnern“ ([Code of Conduct für Geschäftspartner](#)) verankert. Sie basieren unter anderem auf den OECD-Leitsätzen für multinationale Unternehmen, den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte und den einschlägigen Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO). Grundlage des Code of Conduct sind jedoch nicht nur internationale Standards, sondern auch Ziele, Regeln und Richtlinien des Volkswagen Konzerns. Der Code of Conduct beschreibt die Ziele und Grundlagen der Kooperation mit Partnern sowie den Anwendungs- und Geltungsbereich der Regelungen. Ferner sind die verschiedenen Meldeoptionen und Anlaufstellen bei Fehlverhalten verankert.

Sorgfaltspflicht für Menschenrechte

Die Achtung und Wahrung der Menschenrechte hat für Audi höchste Priorität. Dabei orientiert sich das Unternehmen an internationalen Vorgaben, engagiert sich in verschiedenen Initiativen und macht sich so gemeinsam mit anderen Partnern für die Einhaltung von Menschenrechten und Umweltaforderungen in der Lieferkette stark.

Den Anforderungen eines risikobasierten Ansatzes folgend, konzentriert Audi seine Maßnahmen auf die Lieferketten, die Analysen zufolge mit besonders hohen Risiken für negative Auswirkungen einhergehen. Zu den großen Herausforderungen der Elektromobilität gehört dabei die nachhaltige Gewinnung der benötigten Rohstoffe.

Doch was bedeutet das in der Praxis und wie funktioniert es? „Das Thema hat viele Facetten“, erklärt Marco Philippi. „Unser Anspruch ist es, nur Rohstoffe zu verwenden, die unter menschenwürdigen, nachhaltigen Bedingungen abgebaut wurden. Wenn wir uns überlegen, dass in einem Audi durchschnittlich rund 1.600 Kilogramm an unterschiedlichen Rohstoffen stecken, wird deutlich, dass wir hinsichtlich Nachhaltigkeit eine große Herausforderung haben.“ Die Lieferketten bei Audi können lang und verzweigt sein.

Einige Rohstoffe durchlaufen neun Stufen, bevor sie in direkten Kontakt mit dem Konzern kommen. Marco Philippi: „Eine Vertragsbeziehung haben wir in der Regel nur mit dem direkten Lieferanten. Das macht es äußerst schwierig, für jede Stufe die Einhaltung aller Umwelt- und Sozialstandards sicherzustellen. Hinzu kommt, dass sich Lieferketten häufig verändern: Unternehmen scheiden aus, andere Anbieter übernehmen ihren Platz. Dadurch ist es extrem schwierig, jederzeit ein aktuelles Bild der kompletten Lieferkette zu haben.“ Audi hat daher einen sogenannten Hot-Spot-Ansatz gewählt, um seiner Sorgfaltspflicht in der Rohstofflieferkette nachzukommen.

Verantwortungsvoller Rohstoffeinkauf

Der aktuell relevanteste Schwerpunkt (Hot-Spot) betrifft die Batterierohstoffe, insbesondere Kobalt. In enger Abstimmung mit den Batteriezelllieferanten verfolgt der Volkswagen Konzern das Ziel, vom Abbau der Mine bis zur Herstellung des fertigen Produkts die Nachvollziehbarkeit in der Lieferkette herzustellen.

Handlungsleitend für die Gestaltung eines verantwortungsvollen Rohstoffeinkaufs sind die Anforderungen der „OECD Due Diligence Guidance for Responsible Supply Chains of Minerals from Conflict-Affected and High-Risk Areas“. Diese enthalten Leitlinien zu Management-Ansätzen, zur Risiko-Identifizierung und -prävention, zur Überprüfung von Schmelzen sowie zu Kommunikations- und Reporting-Instrumenten.

Die Arbeit in der tieferen Lieferkette und über vertragliche Beziehungen hinaus fordert von Audi weitergehende Anstrengungen, beispielsweise über das Engagement in industrieweiten Initiativen. Audi ist seit 2017 aktives Mitglied der Global Battery Alliance. Diese befasst sich mit dem Schutz von Menschenrechten, mit sozialen Standards beim Abbau von Batterierohstoffen und erarbeitet Lösungen für die Wiederverwendung von Lithium-Ionen-Batterien. Mittelfristig ist zudem geplant, die Nachhaltigkeitsperformance der Bergwerke in der Lieferkette zu prüfen. Daher ist Volkswagen Anfang 2019 dem CERA Projekt (Certification of Raw Materials) beigetreten, das sich der Entwicklung eines solchen Standards verschrieben hat und diesen an ausgewählten Rohstoffen testen wird.

Mit neuen Technologien die Nachhaltigkeit der Lieferketten verbessern

Der Anspruch der AUDI AG ist es, die Transparenz und Rückverfolgbarkeit in den Lieferketten auch durch den Einsatz neuer Technologien weiter zu erhöhen. Aus diesem Grund pilotiert der Konzern unter anderem den Einsatz der Blockchain-Technologie in den globalen und komplexen Zulieferketten. Diese ermöglicht es, beispielsweise einen besseren Einblick in die Herkunft von Kobalt, das in Lithium-Ionen-Batterien für Elektrofahrzeuge verwendet wird, zu erhalten. Auch andere Mineralien, die für die Fahrzeugproduktion genutzt werden, können so nachverfolgt werden. Um nachhaltige Mobilität zu ermöglichen, ist verantwortungsvolle Rohstoffbeschaffung elementar. Die Pilotprojekte sind der Anfang einer umfassenden Entwicklung für mehr Transparenz und Sicherheit in der Lieferkette.

Mehr zu den Themen Rohstoff und Engagement lesen Sie im Volkswagen Nachhaltigkeitsbericht.

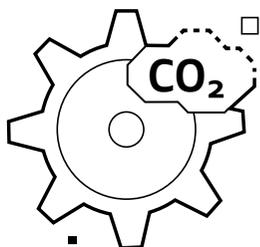
MISSION:ZERO

Ressourcenknappheit, Umweltverschmutzung und Klimawandel gehören zu den großen Herausforderungen der Gegenwart. Mit dem Umweltprogramm „Mission:Zero“ leistet Audi einen nachhaltigen Beitrag zur Unternehmensstrategie „konsequent Audi“.

Die vier Handlungsfelder und deren Ziele

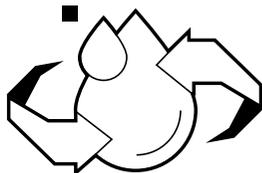
1 Dekarbonisierung

Bilanziell CO₂-neutrale Audi Standorte bis 2025



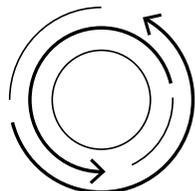
2 Wassernutzung

Geschlossene Wasserkreisläufe und abwasserfreie Produktionsstätten



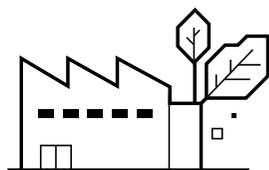
3 Ressourceneffizienz

Kreislaufwirtschaft und ein effektiver und effizienter Einsatz von Rohstoffen



4 Biodiversität

Projekte zum Schutz und Erhalt biologischer Vielfalt an allen Audi Standorten



Auf dem Weg zur konsequent nachhaltigen Produktion

Für das Unternehmen ist klar: Wirtschaftlicher Erfolg und Umweltschutz gehören untrennbar zusammen. Im Fokus von „Mission:Zero“ stehen deshalb die vier Handlungsfelder Dekarbonisierung, Wassernutzung, Ressourceneffizienz sowie Biodiversität. Leitbild sind die Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (SDGs) sowie das Umweltleitbild des Volkswagen Konzerns.

Für die ökologische Transformation der weltweiten Audi Standorte, der Produktion und der Logistik bedeutet dies: Audi wandelt sich vom Automobilhersteller zum Anbieter CO₂-neutraler Premium-Mobilität. Bis 2025 sind alle Audi Standorte bilanziell CO₂-neutral. Angesichts zunehmender Wasserknappheit und einer abnehmenden Trinkwasserqualität in industrialisierten Regionen setzt Audi zudem auf effiziente Prozesse und Wasserkreisläufe in seinen Produktionsstätten.

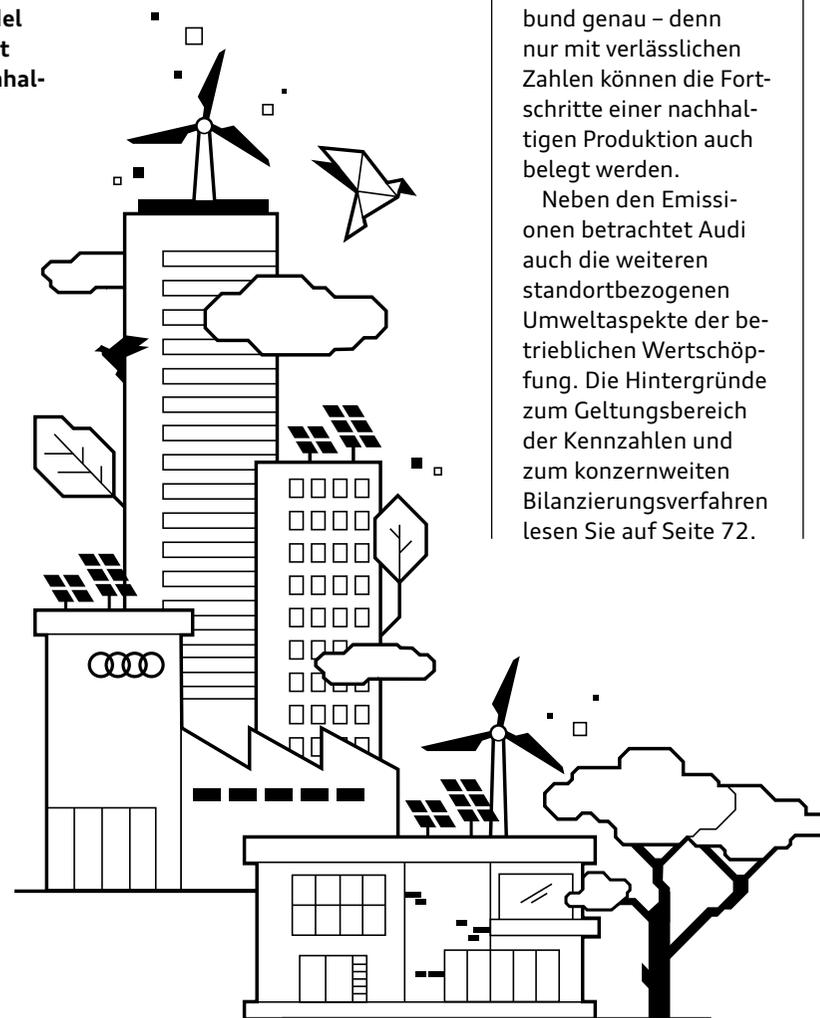
Beitrag zum Erhalt biologischer Vielfalt

Neben einem effektiven und effizienten Einsatz und dem Recycling von Rohstoffen in der Produktion tritt Audi außerdem dem weltweit zunehmenden Flächenverbrauch entgegen. Als Beitrag zum Erhalt biologischer Vielfalt setzt Audi darüber hinaus an allen Standorten Biodiversitätsprojekte um.

Das Audi Umweltmanagement

Audi analysiert die Umweltaspekte in seinem weltweiten Fabrikverbund genau – denn nur mit verlässlichen Zahlen können die Fortschritte einer nachhaltigen Produktion auch belegt werden.

Neben den Emissionen betrachtet Audi auch die weiteren standortbezogenen Umweltaspekte der betrieblichen Wertschöpfung. Die Hintergründe zum Geltungsbereich der Kennzahlen und zum konzernweiten Bilanzierungsverfahren lesen Sie auf Seite 72.



Verantwortung leben

In der Roadmap Nachhaltigkeit von Audi spielt der Umweltschutz an den Produktionsstandorten eine entscheidende Rolle. Die wichtigsten Leuchtturmprojekte in den vier zentralen Handlungsfeldern von Mission:Zero im Überblick.

1 Dekarbonisierung

Mit dem Anspruch, ganzheitliche CO₂-neutrale Premium-Mobilität zu bieten, will Audi alle Standorte bis 2025 bilanziell CO₂-neutral betreiben. Vorbild ist das Audi Werk in **Brüssel**, seit 2018 die weltweit erste zertifizierte CO₂-neutrale Großserienfertigung im Premium-Segment. Sämtliche Prozesse innerhalb der Fertigung sowie alle weiteren im Werk entstehenden Emissionen deckt der Standort entweder durch erneuerbare Energien ab (rund 95 Prozent) oder kompensiert sie durch Umweltprojekte. Der belgische Standort setzt dabei auf drei wesentliche Säulen. Die erste Säule ist das Umstellen auf grünen Strom. Auf einer Fläche von insgesamt 89.000 Quadratmetern ist auf den Hallendächern des Werks die größte Fotovoltaikanlage der Region installiert.

Die zweite Säule ist die Wärmeversorgung des Standorts mit erneuerbaren Energien, auch beim Heizen der Büros. Das Werk deckt diesen Wärmebedarf durch Zertifikate für Biogas ab. Weitere Emissionen, die zum Beispiel durch den Betrieb von Geschäftsfahrzeugen entstehen, gleicht Audi Brussels mit sogenannten Carbon-Credit-Projekten aus.

2020 wird im ungarischen **Győr** der zweite bilanziell CO₂-neutrale Audi Standort Realität. Möglich machen dies unter anderem eine Geothermieanlage zur Wärmeversorgung und die größte Fotovoltaik-Aufdachanlage Europas, die auf den beiden Logistikzentren des ungarischen Standorts platziert ist. Ihre Fläche: 160.000 Quadratmeter. Spitzenleistung: zwölf Megawatt.



2

Wassernutzung

Für die nachhaltige Produktion seiner Automobile setzt Audi auf effiziente Prozesse und einen Wasserkreislauf in seinen Produktionsstätten. Leuchtturmprojekt ist zum einen der Standort **San José Chiapa** in Mexiko, an dem Audi als weltweit erster Premium-Hersteller Automobile nahezu vollständig abwasserfrei produziert. Hier fängt eine Wasseraufbereitungsanlage 100 Prozent des dort entstehenden Abwassers auf, reinigt es und speist große Mengen wieder in den Wasserkreislauf des Werks ein.

Einen weiteren Meilenstein auf dem Weg zur konsequent nachhaltigen Automobilproduktion hat Audi in **Ingolstadt** geschaffen. Hier hat das Unternehmen 2019 ein neues Betriebswasserversorgungszentrum in Betrieb genommen. In Verbindung mit der bisherigen Aufbereitungsanlage kann ein großer Teil des am Standort entstehenden Abwassers einem Kreislauf zugeführt und zur Wiederverwendung aufbereitet werden. Jährlich spart dies bis zu 300.000 Kubikmeter Frischwasser. Herzstück des Betriebswasserversorgungszentrums ist der sogenannte Membran-Bio-Reaktor als Kernelement einer dreistufigen Wasseraufbereitung.

3

Ressourcen-
effizienz

Natürliche Ressourcen sind wesentliche Produktionsfaktoren und Basis industrieller Wertschöpfung. Audi will Ressourcen noch effektiver und effizienter einsetzen und entwickelt seine Recycling-Kompetenzen stetig weiter – und auch bei der Ressource „Fläche“ geht das Unternehmen innovative Wege.

Keine neue Flächenversiegelung: Ein gutes Beispiel dafür: die Errichtung des neuen Technologiestandorts IN-Campus in **Ingolstadt**. Spezialisierte Teams sanieren im Auftrag der IN-Campus GmbH, ein Joint Venture der AUDI AG mit der Stadt Ingolstadt, noch bis Ende 2022 eine 75 Hektar große Industriebrache. Auf dem ehemaligen Raffineriegelände müssen die Schadstoffbelastungen von Boden, Bodenluft und Grundwasser aus der vorhergehenden Nutzung entfernt werden. Gut für die Umwelt: Bei der Erschließung des IN-Campus werden folglich keine neuen Flächen versiegelt. Danach nutzt die IN-Campus GmbH 60 Hektar der Fläche als Gewerbe- und Industriegebiet. 15 Hektar der Gesamtfläche werden renaturiert und nach Biodiversitätskriterien gestaltet.



4

Biodiversität auf
dem Werkgelände

Neben dem Klimawandel zählt der Verlust der Artenvielfalt zu den größten Herausforderungen. Audi setzt sich für den Erhalt der Biodiversität ein und ist dafür 2015 der Initiative „Biodiversity in Good Company“ beigetreten. Ein sehr großes Biodiversitätsprojekt ist auf dem Audi Werkgelände in Münchsmünster nahe **Ingolstadt** zu sehen: Auf dem insgesamt 31 Hektar großen Areal hat Audi 17 Hektar naturnah gestaltet. Bisher haben sich dort über 110 Pflanzenarten entwickelt und mehr als 90 Wildbienenarten angesiedelt. Auf dem biotopartigen Gelände befinden sich unter anderem Magerwiesen, Stauden- und Gehölzflächen. Am Standort **Neuburg** wurden unter anderem Sandhaufen, Insektenhotels und Totholzbereiche in das Gelände integriert.

Gute Lebensräume schaffen: Bei Audi in **Neckarsulm** wurden auf mehreren ehemaligen Rasenflächen Saatmischungen mit mehr als 35 Blumenarten angepflanzt, um Lebensraum und Nahrungsquellen für Insekten zu schaffen.

Bei Audi **Brussels** wurden Magerwiesen mit einheimischen Pflanzenarten gesät. Um das Werk **San José Chiapa** in Mexiko hat das Unternehmen einen Grüngürtel angelegt und auf dem Gebiet der Nachbargemeinde San José Ozumba auf einer Fläche von 100 Hektar mehr als 100.000 Bäume gepflanzt.

Auf dem Gelände von Audi in **Győr** (Ungarn) gibt es eine regionaltypische pannonische Steppe.



Dank Minus im Plus

Audi arbeitet permanent daran, Energieverbrauch und Emissionen^[106] zu verringern. Bei den Produkten, aber auch bei den standortbezogenen Umweltaktivitäten liegt auf der Reduzierung des Energieverbrauchs und der damit verbundenen Emissionen in der Produktion ein Schwerpunkt.

Neben der kontinuierlichen Optimierung der Prozesse fokussiert sich Audi insbesondere auch auf Energiesparmaßnahmen im Rahmen der Planung von Produktions- und Versorgungsanlagen sowie Gebäuden. Das Handeln des Unternehmens konzentriert sich zudem darauf, Energie aus regenerativen Quellen zu gewinnen und die Energieeffizienz zu steigern.

Energieintensität Audi Konzern (in MWh/Fz.)

	2017	2018	2019
Energieintensität ^[116]	2,65	2,69	2,67

Die Energieintensität des Konzerns, bezogen auf die Automobilproduktion inklusive Komponentenfertigung, lag im Berichtsjahr bei 2,67 MWh/Fz.

Zur kontinuierlichen Verbesserung der Energieeffizienz werden an den einzelnen Standorten im Rahmen des Energiemanagements verschiedene Maßnahmen umgesetzt.

Hintergrund: Umweltmanagement im Audi Konzern

Audi analysiert die Umweltaspekte in seinem weltweiten Fabrikverbund genau – mit der Vision, seine Autos im Jahr 2025 in bilanziell CO₂-neutralen Werken zu produzieren. Neben den Emissionen betrachtet Audi dabei alle weiteren standortbezogenen Umweltaspekte der betrieblichen Wertschöpfung.

Grundlage für eine umweltverträgliche Produktion bei Audi sind Umwelt- und Energiemanagementsysteme, die das Unternehmen seit 1995 stufenweise eingeführt hat. In fast allen europäischen Automobilwerken des Audi Konzerns ist das Umweltmanagementsystem der Europäischen Union, EMAS (Eco-Management and Audit Scheme), installiert. Sieben bzw. sechs der Audi Standorte im In- und Ausland verfügen über zertifizierte Managementsysteme nach DIN EN ISO 14001^[117] bzw. DIN EN ISO 50001^[117].

Der Vorstand legt die Umweltpolitik fest, die für die Standorte der AUDI AG verbindlich ist. Die Vorgaben werden in regelmäßigen Zeitabständen überprüft und gegebenenfalls angepasst.

Die Umweltpolitik gilt für alle Produkte, Dienstleistungen und Tätigkeiten und wird auf allen Ebenen des Unternehmens umgesetzt. Die Organisationseinheit Umweltschutz koordiniert die ökologischen Aktivitäten des Audi Konzerns und ist zentraler Ansprechpartner für die

jeweiligen Umweltschutzgremien des Volkswagen Konzerns. Sie erarbeitet übergeordnete und strategische Regelungen und setzt diese in die Praxis um.

Der betriebliche Umweltschutz an den Standorten liegt im Verantwortungsbereich des jeweiligen Umweltschutzbeauftragten.

Geltungsbereich der Kennzahlen

Die Erhebung der Umweltkennzahlen erfolgt – soweit nicht anders angegeben – auf Basis der Volkswagen Norm 98000. Diese Norm legt fest, wie betriebliche Umweltdaten innerhalb des Volkswagen Konzerns und seiner Töchter ermittelt werden. Ziel ist es, umweltrelevante Daten aus allen Werken vergleichbar zu erfassen und zu dokumentieren. Im Wesentlichen beruhen die Umweltdaten auf Messungen und Berechnungen. Nur in Ausnahmefällen wird auf qualifizierte Schätzungen oder Hochrechnungen zurückgegriffen. Bei den Umweltkennzahlen des jeweils aktuellen Jahres handelt es sich um vorläufige Daten, die im Folgejahr durch den Endstand ersetzt werden.

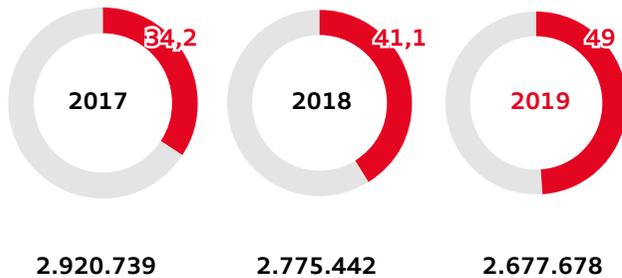
Im vorliegenden Bericht sind die Werte für 2019 vorläufig. Die Werte des Jahres 2018 sind sogenannte Jahresendstandwerte: Dies erklärt eventuelle Abweichungen zu den im Nachhaltigkeitsbericht 2018 gelisteten Zahlen für 2018, die damals vorläufig waren.

Aktuell erarbeitet die AUDI AG gemeinsam mit der Volkswagen Konzernlogistik ein einheitliches Bilanzierungsverfahren, um die CO₂-Emissionen der Logistik erfassen zu können. Das konzernweite Bilanzierungsverfahren ist gemäß der DIN EN 16258 und dem Greenhouse Gas Protocol gestaltet. Die Bewertung der CO₂-Emissionen erfolgt anhand von Wirkfaktoren, zum Beispiel Entfernung, Zuluft, Equipment und Auslastung.

Der Erfassungsumfang der Umweltkennzahlen bezieht sich auf die Produktionsstandorte des Audi Konzerns. Soweit nicht anders angegeben, sind dies die folgenden Werke: Ingolstadt, Münchsmünster, Neckarsulm, Brüssel, Győr, San José Chiapa, Sant’Agata Bolognese (Lamborghini), Bologna (Ducati), Amphur Pluakdaeng (Ducati). Für die spezifischen Kennzahlen werden nur die automobilproduzierenden Standorte inklusive Komponentenfertigung betrachtet. Für eine bessere Nachvollziehbarkeit werden deshalb neben den Umweltdaten des Audi Konzerns (inkl. Motorradproduktion Ducati Bologna und Amphur Pluakdaeng) auch die Umweltdaten der Automobilproduktion separat ausgewiesen (Standorte Ingolstadt, Münchsmünster, Neckarsulm, Brüssel, Győr und Sant’Agata Bolognese; inkl. San José Chiapa).

Energieverbrauch innerhalb des Konzerns gesamt/nach Art (in MWh) ^[107]

■ aus erneuerbaren Energien (in Prozent)



Brennstoffeinsatz gesamt (in MWh)



Im Berichtsjahr belief sich der absolute Energieverbrauch innerhalb der Organisation auf 2.677.678 MWh. Im Vergleich zum Vorjahr (2018: 2.775.442 MWh) entspricht dies einer Reduktion von rund 3,52 Prozent.

Direkte (Scope 1) und Indirekte (Scope 2) Treibhausgasemissionen Audi Konzern (in t)

	2017	2018	2019
Emittierte CO₂-Emissionen gesamt	727.294	619.140	572.804
Direkte CO ₂ -Emissionen (Scope 1) ^[108]	246.276	202.031	198.418
Indirekte CO ₂ -Emissionen (Scope 2)	481.018	417.110	374.386

In 2019 wurden im Audi Konzern insgesamt 572.804 Tonnen an CO₂ emittiert. Dies entspricht einer Reduktion um 7,48 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

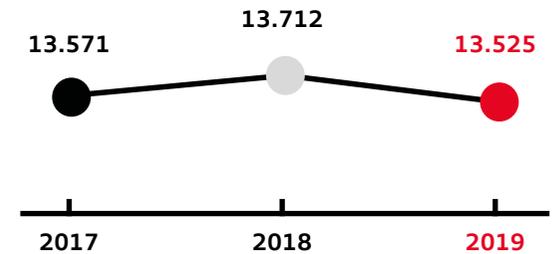
Intensität der Treibhausgasemissionen (in kg/Fz.)

	2017	2018	2019
Intensitätsquotienten der Treibhausgasemissionen (Scope 1 und Scope 2)	660	601	573

Die Intensität der Treibhausgasemissionen, bezogen auf die Automobilproduktion inklusive Komponentenfertigung, betrug im Berichtsjahr 572,99 kg/Fz.

Die Abnahme der Intensität begründet sich unter anderem auf den Bezug von Grünstrom in Neckarsulm und Győr. Seit dem 1. Januar 2020 beziehen alle Audi Standorte 100 Prozent Grünstrom.

CO₂-äquivalente Einsparung in der Logistik (in t) ^[111]



Generell verzeichnete Audi im Berichtsjahr 2019 keine große Veränderung der eingesparten Gesamtsumme an Emissionen im Bereich der Logistik durch den Grünen Zug mit der DB Cargo. Im Einzelnen gab es jedoch Abweichungen in beide Richtungen. Eine Erhöhung der eingesparten Emissionen ist primär auf die Verlagerung der Produktion der A3 Limousine von Győr nach Ingolstadt zurückzuführen. Dies hatte unter anderem zusätzliche Karossentransporte von Ungarn nach Deutschland zur Folge. Eine gegenläufige Reduktion der eingesparten Emissionen konnte in den Werken Brüssel, Ingolstadt und Neckarsulm verzeichnet werden. Der primäre Grund ist die stark gesunkene Auslastung der Produktionsstandorte, was reduzierte Material- und FBU-Transporte (Fully Built Up) mit sich brachte. Um systematisch an der Senkung der Treibhausgasemissionen zu arbeiten, ist Audi über den Volkswagen Konzern seit dem Jahr 2015 im CDP Supply Chain Program erfasst. Im Rahmen des Programms werden Treibhausgasemissionen in der gesamten Wertschöpfungskette erfasst.

Sonstige Luftemissionen (in t)

	2017	2018	2019
NO _x -Emissionen ^[110]	235	202	191
Schwefeldioxid (SO ₂)	1,93	2,14	2,06
VOC-Emissionen ^[109]	1.425	1.081	916
Gesamtstaub (PM)	37	58	41

Neben den CO₂-Emissionen an den Produktionsstandorten misst Audi weitere Emissionen, die beispielsweise durch Lackierarbeiten, den Betrieb von Prüfständen oder vorhandene Energieerzeugungsanlagen entstehen. Die Emissionsreduktion erklärt sich durch eine geringere Produktionsstückzahl, da weniger Fahrzeugoberfläche lackiert wurde (VOC und PM).

Frischwasserverbrauch im Konzern (in m³)

	2017	2018	2019
Frischwasserverbrauch gesamt	4.207.671	4.159.236	3.428.952

Ein wesentliches Thema der Audi Umweltpolitik ist der effiziente Einsatz von natürlichen Ressourcen wie beispielsweise Wasser. Im Jahr 2019 konnte der Audi Konzern den Wasserverbrauch im Vergleich zum Vorjahr wesentlich senken. Ein Hauptgrund hierfür war die Inbetriebnahme eines Membranbioreaktors im Werk Ingolstadt.

Gesamtvolumen der Abwassereinleitung nach Einleitungsort (in m³)

	2017	2018	2019
Abwasser-aufkommen	2.258.579	2.382.498	1.866.952

In Bezug auf Abwassereinleitungen erfüllt Audi alle gesetzlichen Anforderungen an Überwachungen sowie Genehmigungsauflagen. Wenn notwendig, werden Abwässer vorbehandelt oder direkt in öffentliche Abwassersysteme eingeleitet.

Abfälle verwerten

Audi schließt Materialkreisläufe soweit möglich, um Abfälle zu verringern. Im Berichtsjahr sind konzernweit insgesamt 107.389 Tonnen (ohne Schrott) an Abfall angefallen. Im Vergleich zum Vorjahr ist das gesamte Abfallaufkommen um lediglich 0,29 Prozent angestiegen.

Im Berichtsjahr konnte Audi konzernweit den Anteil des Abfalls zur Verwertung weiter steigern und gleichzeitig den Anteil des Abfalls zur Beseitigung wesentlich reduzieren. Ein Hauptgrund hierfür liegt in der Lackiererei, wo ein Großteil der Spülmedien der Verwertung zugeführt wird.

In Bezug auf die Verwertung von gefährlichen Abfällen (2019: 40.683 Tonnen) ist Audi über die unterschiedlichen Rahmenbedingungen und lokalen gesetzlichen Anforderungen im Bilde und hält diese ein.

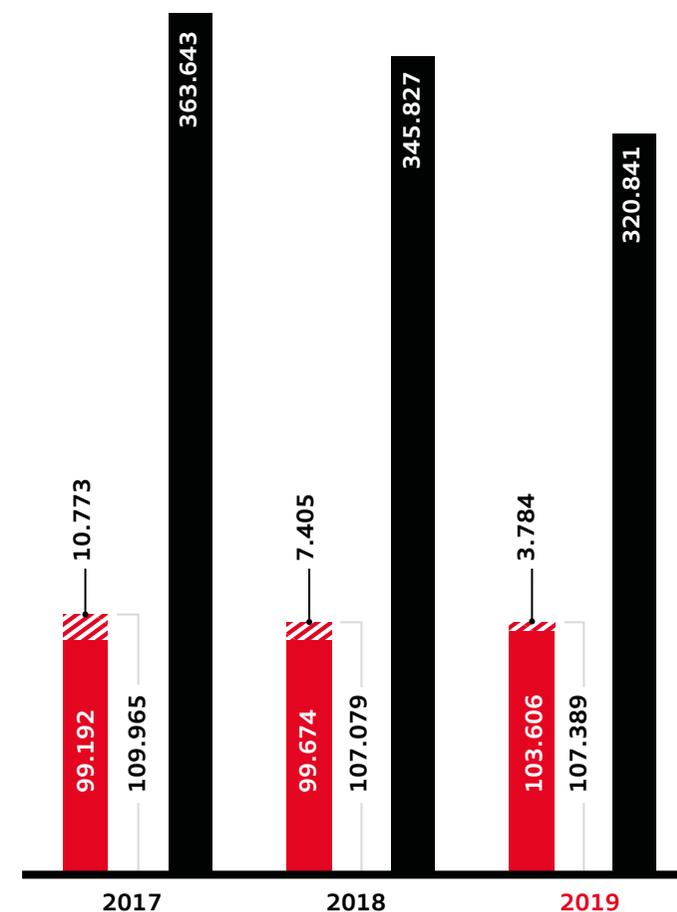
Erhebliche Freisetzungen von Chemikalien, Ölen oder Abfällen in die Umwelt sind im Berichtszeitraum nicht aufgetreten.

Detailliertere Kennzahlen zu allen Themen finden Sie im Datenanhang.

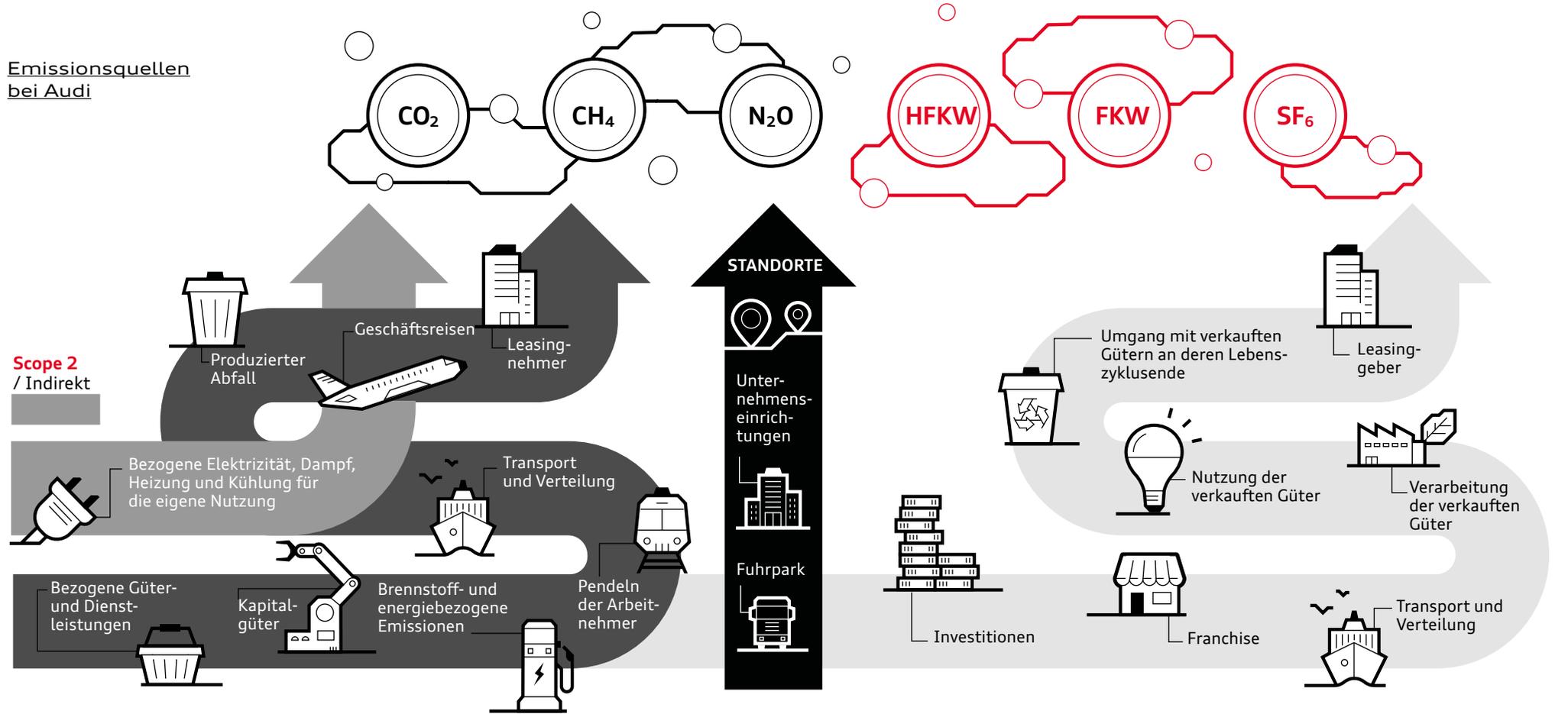
Gesamtgewicht des Abfalls nach Entsorgungsmethode (in t)

Abfall zur Beseitigung
 Abfall zur Verwertung
 Metallische Abfälle (Schrott)

 Abfallaufkommen gesamt (ohne Schrott):



Emissionsquellen bei Audi



Scope 3 / Indirekt / Vorgelagerte Aktivitäten

Scope 1 / Direkt / Berichtendes Unternehmen

Scope 3 / Indirekt / Nachgelagerte Aktivitäten

Aktivitäten entlang der gesamten Wertschöpfungskette des Unternehmens

Das Kyoto-Protokoll – Rahmenübereinkommen der Vereinten Nationen über Klimaänderungen – nennt sechs **Treibhausgase**: Kohlendioxid (CO₂), Methan (CH₄), und Lachgas (N₂O) sowie die fluorierten Treibhausgase (F-Gase): wasserstoffhaltige Fluorkohlenwasserstoffe (HFKW), perfluorierte Kohlenwasserstoffe (FKW) und Schwefelhexafluorid (SF₆).

Scopes sind Emissionskategorien, die das Greenhouse Gas Protocol definiert. **Scope 1** erfasst direkte Emissionen aus Verbrennungsprozessen stationärer sowie mobiler Anlagen, Emissionen aus Prozessen und Emissionen flüchtiger Gase.

In **Scope 2** werden zum Beispiel die Emissionen von extern bezogenen Energien erfasst, die vom Unternehmen gebraucht werden: Das sind indirekte Emissionen aus gekauftem Strom und aus Fernwärme/-kälte sowie aus gekauftem Dampf.

In **Scope 3** wird unterschieden zwischen vorgelagerten und nachgelagerten Aktivitäten. Als vorgelagert werden zum Beispiel die Emissionen bezeichnet, die aufseiten der Zulieferer entstehen (von der Herstellung des Produktes aus Rohstoffen bis zur Anlieferung zu Audi,

Wiege bis Werkstor). Auch Dienstreisen und produzierte Abfälle zählen zu dieser Scope-Kategorie. Nachgelagert sind beispielsweise Emissionen aus Transporten von verkauften Produkten und solche, die in der Nutzungsphase der verkauften Güter beim Endkunden entstehen.



Experten für Qualität und Big Data (v. l.): Dirk Zitterell (Data Scientist), Hans-Jürgen Schweiniger (IT-Qualitätsmanagement) und Rudolf Reinhard (Data Scientist)

Ganz genau

Auf den ersten Blick, wenn ein neuer Audi die ersten Meter auf den eigenen vier Rädern aus der Fertigung am Betrachter vorbeifährt, sieht jeder: Alles an diesem Fahrzeug ist stimmig. Und auf den zweiten Blick? Ja. Auf den dritten? Auch. Auf den vierten ... Bis zum Blick durch eine Lupe kann man diese Kette fortsetzen. Jede Karosserie: tadellos.

Dass die Spaltmaße bei jedem Audi derart perfekt gleichmäßig sind, das liegt auch an der Arbeit von Analyse-Messtechniker Ralf Hofmeister und seinen Kollegen aus dem Audi Production Lab Dirk Zitterell und Rudolf Reinhard. „Unser Tool trägt den zugegeben etwas sperrigen Titel: Karosseriebau – Prozessorientierte Wirkkettenanalyse, kurz K-PoWa“, sagt Ralf Hofmeister. „Damit beantworten wir die Frage: Gibt es in Bezug auf die Fahrzeuggeometrie Auffälligkeiten im Fertigungsprozess und welchen Einfluss haben diese auf das Gesamtergebnis bzw. wie wirken sie sich untereinander aus? Die Verwendung moderner Verfahren aus dem Data-Science-Bereich wie zum Beispiel Anomalie-Detektion ermöglicht uns eine vollautomatische statistische Prozessüberwachung der Messreihen.“ Dafür werden bei Audi im Werk Ingolstadt 100 Prozent der Karosserien und deren Untergruppen vermessen.

Am Standort Ingolstadt betreibt der Karosseriebau in Zusammenarbeit mit der Messtechnik des Analysezentrums 92 Inline-Mess-Stationen mit 412 Sensoren. Es werden circa 1.000 Messpunkte pro Fahrzeugmodell erfasst. Ein Messpunkt ist eine definierte Position am Fahrzeug, an dem die Karosserie bzw. das Bauteil gemessen wird, um die Einhaltung vorgegebener Sollwerte beziehungsweise eine etwaige Veränderung festzustellen. „Die Daten, die wir pro Tag durch unsere Messungen erzeugen, sind gewaltig: Circa 3.000.000 Datensätze pro Tag“, erklärt Hofmeister. „Eine vollumfängliche manuelle Überwachung dieser enormen Datenmenge ist kaum leistbar. Hier kommt K-PoWa zum Einsatz, womit wir bei Audi beweisen, was Industrie 4.0 bedeutet und wie Big Data uns allen helfen kann.“

Einsatz von Big Data

In der Produktion bei Audi erzeugen Mensch und Maschine immense Datenmengen – mit rasch steigender Tendenz. In diesen Daten stecken zahlreiche wertvolle Informationen und Zusammenhänge. Für die Produktion bedeutet Big Data in Summe den Wandel hin zur datengetriebenen und damit hochflexiblen und zugleich hocheffizienten Fertigung. Denn durch die gezielte Verknüpfung, Aufbereitung und Auswertung von Daten entsteht ein großer Mehrwert für eine nachhaltige Produktion. Durch die effektive Gestaltung von Prozessen und die Vermeidung von Fehlern werden Materialien ressourcenschonend und effizient eingesetzt. Auch die Mitarbeitenden können durch optimierte Produktionsabläufe entlastet werden.

Daten richtig nutzen

Die Möglichkeit, im Karosseriebau drei Millionen Datensätze zu erzeugen, ist natürlich nur der Anfang. Wichtig ist die Entscheidung: „Wie können wir die Daten dazu nutzen, um die Fragestellungen aus dem Geschäftsprozess des Fachbereichs zu beantworten?“, sagt Data Scientist Dirk Zitterell. Er und Rudolf Reinhard arbeiten im Audi Production Lab (P-Lab), in dem viele neue Technologien für die Produktion entstehen. „Als Teil der Technologieentwicklung erschaffen wir mit den Kollegen aus dem Geschäftsbereich Produktion Werkzeuge ➤

1.200

Patente hat Audi im Berichtsjahr 2019 angemeldet.

Die Zahl von Patenten ist ein guter Indikator für Innovationsfähigkeit und Innovationsmanagement. Wenn es um Innovationen geht, setzt Audi schon seit Jahren Bestmarken.

Im Berichtsjahr 2019 hat Audi mehr als 1.200 Patente angemeldet. Im Bereich des autonomen Fahrens zum Beispiel belegte Audi in den vergangenen Jahren in Studien des Deutschen Patent- und Markenamts und des Europäischen Patentamts Spitzenplätze unter den Automobilherstellern.

[Klicken Sie hier](#), um zu den Studien des Deutschen Patent- und Markenamts und des Europäischen Patentamts zu gelangen.



› für die Datenanalyse in der Fertigung oder in der Planung auf dem neuesten Stand der Forschung und Technik“, sagt Rudolf Reinhard. „Das Lab fungiert als Schnittstelle zwischen Innovation und Serieneinsatz und unterstützt gezielt Mitarbeiter und Planer in der Produktion.“

Das agil arbeitende K-PoWa-Team stand vor der Aufgabe, ein technisches Auswertetool zu schaffen, welches Zusammenhänge in den Datensätzen vollständig und quantitativ erfasst und visuell darstellt. Erste Lösungsansätze wurden im Zuge des Audi Smart Factory Hackathon aufgezeigt. Mittlerweile wird das Projekt von einem Projektteam, bestehend aus Kollegen von P-Lab, Karosseriebau, Analysezentrum und IT, weiterentwickelt. „Als Premium-Hersteller haben wir einen Anspruch, der sehr hoch ist. Auch dafür ist dieses Projekt ein gutes Beispiel“, erklärt Data Scientist Rudolf Reinhard. Und er ergänzt: „Auch zu mehr Nachhaltigkeit in der Produktion trägt unsere präventive Messtechnik bei: Wirtschaftlich in Bezug auf Nacharbeitskosten, Aufwände und Zeit. Mit Blick auf unsere Umweltbilanz: Es sinken Energieverbrauch und es gibt weniger Ausschuss.“

Audi profitiert auch vom Einfallsreichtum der Beschäftigten! Die wichtigsten Zahlen zum Audi Ideen-Programm: Seite 90



Peter Stechel (Leiter Analysezentrum, l.), Ralf Hofmeister (Technikmeister Messtechnik Karosseriebau) und Thomas Reeb (Leiter Messtechnik, r.) kontrollieren Sensoren einer Inline-Messstation im Werk in Ingolstadt.

Was ist ein Hackathon?

Um Innovationen gezielt voranzutreiben, nutzt Audi auch Hackathons. Der Begriff ist eine Wortschöpfung aus „Hack“ und „Marathon“. Es ist eine kollaborative Soft- oder auch Hardware-Entwicklungsveranstaltung.

Ziel dieser kollaborativen Treffen ist es stets, innerhalb einer kurzen Zeitspanne – manchmal sogar nur über die Dauer einer Veranstaltung – nützliche und kreative Softwareprodukte herzustellen, Lösungen für gegebene Herausforderungen und konkrete Anwendungsfälle zu finden.

ABI: Business Innovationen bei Audi

Innovationen treibt auch die Audi Business Innovation GmbH (ABI) als eine 100-prozentige Tochtergesellschaft voran. Das Ziel der ABI ist es, effizient und nachhaltig heutige und zukünftige Kundenprobleme zu lösen und so die digitalen Geschäftsmodelle von morgen zu prägen. Als eines von vier Geschäftsfeldern bündelt der Bereich „Business Innovations“ die Kompetenzen „Service Design“, „Business Design“ und „Projektmanagement“.

Einer der Schwerpunkte liegt in der Geschäftsmodellentwicklung rund um das Thema Energie und Nachhaltigkeit. In verschiedenen Konzernprojekten entwickelt die ABI gemeinsam mit Kunden Produktideen und validiert diese zum Beispiel hinsichtlich der Zahlungsbereitschaft und Marktanforderungen und möglicher Take-Rates. Dazu führt das Unternehmen auch regelmäßig Interviews mit Flottenmanagern oder testet Digitalprodukte und Services mit Kunden.

Wertschöpfung und Produktion (Tabelle 1 von 4)

Das Audi Nachhaltigkeitsprogramm verbindet strategische Ziele im Bereich Nachhaltigkeit mit konkreten Maßnahmen. Es gliedert sich in die vier Kernthemen „Wirtschaften und Integrität“, „Produkte und Services“, „Wertschöpfung und Produktion“ sowie „Mitarbeiter und Gesellschaft“.

Ziel	Maßnahme	Termin	Abgleich SDGs
Nachhaltigkeit in den Lieferantenbeziehungen integrieren	Schulung aller Mitarbeitenden der Beschaffung, um für Nachhaltigkeitsstandards in der Lieferantenbeziehung zu sensibilisieren	Kontinuierliche Weiterentwicklung	
	Schulung der Lieferanten zur Sensibilisierung für Nachhaltigkeitsstandards in der Lieferkette	Kontinuierliche Weiterentwicklung	
	Einführung eines Nachhaltigkeitsratings (S-Rating) ab Mitte 2019 bei relevanten First-Tier-Lieferanten	2019 (abgeschlossen)	
	Nachhaltigkeitsrating (S-Rating) als verpflichtendes Vergabekriterium	Kontinuierliche Weiterentwicklung	
	Mitarbeit an Branchenstandards und Konzerninstrumenten zur Sicherstellung der Einhaltung umweltbezogener und sozialer Standards in der Lieferkette	Kontinuierliche Weiterentwicklung	

Wertschöpfung und Produktion (Tabelle 2 von 4)

Ziel	Maßnahme	Termin	Abgleich SDGs
Nachhaltigkeit in die Rohstoffversorgung integrieren	Entwicklung von Kreislaufwirtschaftskonzepten für die Lieferkette (Fokus: Aluminium und HV-Batterie)	2020	
	Adaption bestehender Prozesse durch sukzessive Implementierung menschenrechtlicher Sorgfaltspflicht für kritische Rohstoffe in der Lieferkette	Kontinuierliche Weiterentwicklung	
Sukzessive Dekarbonisierung der Lieferkette gemeinsam mit Lieferanten ^[113]	Durchführung von CO ₂ -Workshops mit ausgewählten Hot-Spot-Lieferanten zur Identifikation von Maßnahmen mit CO ₂ -Reduktionspotenzial ^[114]	Kontinuierliche Weiterentwicklung	
	Rollout des Aluminium Closed Loops in weitere Werke	2025	
	Verankerung des Einsatzes von Grünstrom in der Lieferkette	Kontinuierliche Weiterentwicklung	

Wertschöpfung und Produktion (Tabelle 3 von 4)

Ziel	Maßnahme	Termin	Abgleich SDGs
Einbindung des Vertriebs in die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie von Audi	Fertigstellung eines nachhaltigen Konferenzgebäudes (Audi Brand Center) am Flughafen München mit integrierter Fotovoltaikanlage zur Stromerzeugung, hocheffizienter Gebäudetechnik, geothermischer Gebäudekühlung und -heizung sowie dem Einsatz nachhaltiger Gebäudekomponenten	2019 (abgeschlossen)	7 BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE 13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ
	Inbetriebnahme einer E-Tankstelle am Flughafen München mit sechs Ladepunkten (zwei Schnellladestationen, vier Standardladestationen), unterstützt durch Second-Life-Batterie-pufferspeicher. Wiederverwendung des e-tron Meteoriten als Gebäude für die E-Tankstelle ergänzt um nachhaltige Materialien	2019 (abgeschlossen)	7 BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE 9 INDUSTRIE, INNOVATION UND INFRASTRUKTUR 12 NACHHALTIGER KONSUM UND PRODUKTION 13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ
Reduktion von Abfällen zur Beseitigung, Frischwasserverbrauch, CO ₂ - und VOC-Emissionen sowie Gesamtenergieverbrauch an den produzierenden Standorten um 25 Prozent je Bezugseinheit (Basisjahr 2010)	Ausplanung und Umsetzung von standortspezifischen Maßnahmenpaketen zur Erreichung der konzernweiten Reduktionsziele	2019 (abgeschlossen)	6 SAUBERES WASSER UND SANITÄR-ENRICHTUNGEN 7 BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE 12 NACHHALTIGER KONSUM UND PRODUKTION 13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ
Für die deutschen Standorte Ingolstadt und Neckarsulm gilt im Rahmen der Energieversorgung für CO ₂ ein Reduktionsziel von 40 Prozent je Bezugseinheit bis 2020 (Basisjahr 2010)	Ausplanung und Umsetzung von standortspezifischen Maßnahmenpaketen zur Erreichung der konzernweiten Reduktionsziele	2020	7 BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE 13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ
Erreichung des Zielwerts Umweltentlastung Produktion (UEP) von 35 Prozent. Die Umweltentlastung Produktion ist eine fahrzeugspezifische Kenngröße. Betrachtet wird die Entwicklung von 2010 bis 2025 der fünf Kennzahlen CO ₂ -Emissionen, Gesamtenergieverbrauch, Abfälle zur Beseitigung, Frischwasserverbrauch und VOC-Emissionen	Ausplanung und Umsetzung von standortspezifischen Maßnahmenpaketen zur Erreichung der konzernweiten Reduktionsziele	2025	6 SAUBERES WASSER UND SANITÄR-ENRICHTUNGEN 7 BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE 12 NACHHALTIGER KONSUM UND PRODUKTION 13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ

Wertschöpfung und Produktion (Tabelle 4 von 4)

Ziel	Maßnahme	Termin	Abgleich SDGs
Erweiterung und Ausbau von Maßnahmen zur Reduktion des Frischwasserverbrauchs an nationalen wie internationalen Standorten	Realisierung des Wasserrecyclings durch den Einsatz eines Membranbioreaktors am Standort Ingolstadt; Reduktionsziel Frischwasserbedarf: 30 Prozent ^{[1][15]}	2019 (abgeschlossen)	
Systematische Energieverbrauchsreduzierung	Reduzierung des Gesamtenergieverbrauchs durch vom Vorjahresverbrauch abgeleitete Ziele und entsprechende konkrete, umgesetzte und dokumentierte Einzelmaßnahmen der Betreiber- und Planungsbereiche	Kontinuierliche Weiterentwicklung	
Alle Werke CO ₂ -neutral	Ausplanung und Umsetzung von standortspezifischen Maßnahmenpaketen zur Zielerreichung	2025	
Umsetzung des Performance-Standards/Chain of Custody der Aluminium Stewardship Initiative (ASI)	Überprüfung der ASI-Performance-Kriterien und Durchführung des notwendigen Audits zur Erneuerung der ASI-Zertifizierung der Aluminiumbauteile des Audi e-tron Hochvoltspeichers	2021	
	Ausweitung des ASI-Performance-Standards/Chain of Custody auf weitere Aluminiumbauteile und Produktionsstandorte der AUDI AG	Kontinuierliche Weiterentwicklung	
Nachhaltigkeit in die Lieferantenkette und die eigene Wertschöpfung von Hochvoltspeichern integrieren	Erarbeitung von Nachhaltigkeitsprinzipien sowie Mitarbeit an der Einführung von Standards für Hochvoltspeicher im Rahmen der Arbeitsgruppen „Kreislaufwirtschaft“ und „Innovationen“ der Global Battery Alliance, veranstaltet vom World Economic Forum	Kontinuierliche Weiterentwicklung	



Ist gute Arbeit

ein Gewinn für alle?

* Audi e-tron: Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km: 23,9–20,6 (NEFZ); 26,3–21,6 (WLTP), CO₂-Emissionen kombiniert in g/km: 0



Roland Degmair

52, Referent Mediendesign

„Das Wichtigste an einem vielfältigen Arbeitsplatz ist gute Kommunikation. Wir sollten uns intensiv austauschen, furchtlos Fragen stellen können. Und wir sollten als Übersetzer zwischen denen vermitteln, die unterschiedliche Sprachen sprechen. Als Medienreferent ist das meine Aufgabe bei Audi – als Brückenbauer habe ich 2017 auch das Netzwerk queer@audi mitgegründet. Daran sind heute mehr als 100 Kolleginnen und Kollegen beteiligt, denen es wichtig ist, dass sich Menschen jeglicher geschlechtlicher Identität und sexueller Orientierung bei uns wohlfühlen. Ich bin stolz, dass Audi zu diesem Thema nach innen und außen klare Kante zeigt.“

Audi lebt Vielfalt

Gleiche Chancen – für alle! Vielfältige Hintergründe, Kompetenzen und Fähigkeiten machen den Erfolg erst möglich. Audi sorgt dafür, dass Menschen ihre Potenziale bestmöglich entfalten können. Auf jeder Ebene, unabhängig vom kulturellen Hintergrund oder sonstigen Eigenschaften. Gelingt das den Vier Ringen? Fünf Mitarbeitende berichten.

Gertraud Grünwald

62, Leiterin Betriebsrat Service

„Verschiedene Generationen können im Arbeitsalltag unglaublich viel voneinander lernen. Und damit meine ich nicht nur, dass die Jüngeren von der Erfahrung der Älteren profitieren. Andersherum funktioniert es ebenso: Junge Menschen sind oft eher bereit, Gewohntes infrage zu stellen – das inspiriert mich. Ich selbst bin seit 1974 im Unternehmen, kümmere mich mit meinen Mitarbeitern seit 14 Jahren im Betriebsrat Service um die Nöte von Audianerinnen und Audianern, die aufgrund einer Erkrankung Probleme haben. Daher weiß ich auch: Ein persönliches Gespräch kann zielführender sein als 20 E-Mails. Natürlich befasse ich mich gedanklich schon mit meinem dritten Lebensabschnitt, meiner Rente. Aber bis dahin genieße ich die Vielfalt meiner Arbeit bei Audi, die jeden Tag neue Herausforderungen für mich bereithält.“



Tiziana Ruiiu

36, Entwicklungsingenieurin Brennstoffzelle

„Ich bin es gewohnt, mich umzugewöhnen. Aufgewachsen bin ich auf Sardinien, aber schon zum Masterstudium trat ich die 800 Kilometer weite Reise nach Turin an. Ich promovierte in Chemie, aber wusste bald, dass es in Italien keinen passenden Job für mich geben würde. So zog ich 2012 nach Stuttgart, arbeitete am Zentrum für Luft- und Raumfahrt – bis ich 2017 zu Audi kam, in die Grundlagenentwicklung Brennstoffzelle. Der Anfang in Deutschland war anstrengend, ich musste die Sprache lernen, mich zurechtfinden. Aber der Wandel und die Herausforderung haben mich auch zusätzlich motiviert. Ich spüre viel Respekt hier bei Audi. Ab und zu besuche ich meine sardinische Familie. Ich habe viele Heimatorte.“



Tobias Narr

28, Gruppenleiter Instandhaltung

„Das Hobby meines Lebens muss ich am Arbeitsplatz zum Glück nicht verschweigen: Meine Leidenschaft gilt dem Fußball, besonders dem FC Bayern München. Zugegeben, die Bayern-Fans sind bei Audi in der Mehrzahl – aber wenn es montags in den Pausen um die Bundesliga vom Wochenende geht, sind Fans aller Vereine willkommen. Als Gruppenleiter zählt für mich vieles, was auch im Fußball wichtig ist: Ich muss andere motivieren können, muss immer ans Team denken, aber mir dabei selbst treu bleiben. So ist die Freizeitbeschäftigung als Spieler und Abteilungsleiter sehr lehrreich für mich. Ich bin zudem im Audi Fanclub für den ortsansässigen FC Ingolstadt engagiert. Ich denke, mein FC Bayern verzeiht mir das.“

Themenrelevante Ziele der Agenda 2030



Die Gleichstellung der Geschlechter sowie die Stärkung von Frauen sind Bestandteil der gesamten Agenda 2030. Ziel ist eine diverse und inklusive Gesellschaft, in der das Geschlecht keinen Unterschied macht.



Ziele sind ein dauerhaftes, inklusives und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit. Gesellschaftliche, ökologische und wirtschaftliche Entwicklungsziele sollen im Einklang stehen.

Thomas Hauser

52, Projektleiter IT

„Wer sich für Vielfalt und Zukunft stark macht, darf nie zu schnell aufgeben. Manchmal muss man sich durchbeißen, muss weitermachen, auch wenn man am liebsten alles hinwerfen würde. Ich zum Beispiel wollte als Jugendlicher unbedingt einen handwerklichen Beruf ergreifen. Dann verlor ich mit 15 bei einem Unfall meinen linken Unterarm, der Traum schien geplatzt. Heute kann ich sagen: Die schwierige Situation hat mich erst recht stark gemacht. Ich absolvierte zuerst eine klassische Ausbildung, dann studierte ich Informatik. Seit 1996 bin ich in der IT bei Audi, konnte über die Jahre viele hochspannende Projekte betreuen. Und bei Problemen gilt für mich auch heute noch die Devise: Wenn es sein muss, renne ich auch zehnmal gegen eine Wand – bis sie irgendwann nachgibt.“



Die Förderung der Chancengleichheit trägt zu kontinuierlichem ökonomischen Erfolg bei und stärkt den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Das Entwicklungsziel entstand aus Sorge vor einer wachsenden sozialen und wirtschaftlichen Ungleichheit.





Trainer Rupert Kaindl erklärt den Audianern Felix Fornoff und Leon Meka (v. r.), wie der Audi e-tron* von der Batterie getrennt wird.

Strom des Wissens

Bis 2025 will Audi Dutzende elektrifizierte Modelle auf den Markt bringen. Das erfordert Kompetenz – und die erwerben Audianer in maßgeschneiderten Aus- und Weiterbildungen. Ein Report.

Der Audi e-tron steht auf der Hebebühne, die Motorhaube ist offen. Aber der Wagen ist nicht defekt, sondern Anschauungsmaterial. Und ausnahmsweise tummeln sich keine Auszubildenden und Trainingsteilnehmer um das Automobil in einer der Lehrwerkstätten der Audi Akademie in Ingolstadt. Heute erklären die Trainer Rupert Kaindl und Siegmund Singer ihren Kollegen der Abteilung Digitalisierung Logistikprozesse, wie ein Elektrofahrzeug „stromfrei“ geschaltet wird – denn sie haben es sich zur Aufgabe gemacht, die Lerninhalte in ein VR-Training umzusetzen.

Individuelles und virtuelles Lernen

In der virtuellen Realität können später Auszubildende und Teilnehmer von Weiterbildungen die Handgriffe an einem Elektroauto üben. „Wir sparen in der digitalen Welt reale Ressourcen und können unseren Mitarbeitern nicht nur mehr Wissen, sondern das auch

noch sehr individuell vermitteln. Digitales Lernen erschließt neue Wege und neue Inhalte in der Ausbildung des Nachwuchses und in der Weiterbildung erfahrener Mitarbeiter“, erklärt Trainer Rupert Kaindl.

Audi bildet weltweit junge Berufseinsteiger aus und fördert Mitarbeitende in jeder Lebensphase mit passgenauen Qualifizierungsmaßnahmen. Aber nicht nur für das Zukunftsfeld E-Mobilität werden die Audianer schon seit vielen Jahren fit gemacht.

Die Audi Akademie bündelt die umfassenden Kompetenzentwicklungs- und Qualifizierungsangebote des Audi Konzerns, die von Auszubildenden, Mitarbeitenden und Führungskräften genutzt werden können. „Auch für uns in der Audi Akademie ist mit Fokus auf die Elektromobilität ein neues Zeitalter angebrochen“, erklärt Erich Schott, der die Ausbildung im Bereich Fahrzeugtechnik leitet. „Wir wollen die Audianer so schnell

* Audi e-tron: Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km: 24,3–21,0 (NEFZ); 26,6–22,4 (WLTP), CO₂-Emission kombiniert in g/km: 0

Themenrelevante Ziele der Agenda 2030

3 GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN



Keine Abgase in der Luft: E-Mobility soll der Gesundheit und dem Wohlergehen aller Menschen zugutekommen.

4 HOCHWERTIGE BILDUNG



Bildung ist ein elementares Menschenrecht und ein Schlüssel für eine zukunftsfähige Entwicklung der Gesellschaft.

8 MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM



Eine nachhaltige Wirtschaftsentwicklung bringt gesellschaftliche, ökologische und wirtschaftliche Ziele in Einklang.

Kompetenzen entwickeln und fördern

Transformation erfordert neue Schlüsselkompetenzen, da sich die Kompetenz- und Qualifizierungsbedarfe grundlegend wandeln. Die Audi Akademie bereitet die Mitarbeitenden mit ihren Qualifizierungen auf die künftigen Herausforderungen vor. Dabei orientieren sich die Angebote an den Erfordernissen der Personal- und Kompetenzentwicklung von Audi sowie den Zukunftsthemen der Branche. Bis 2025 investiert Audi mehr als eine halbe Milliarde Euro in die Weiterbildung.

Im Berichtsjahr 2019 gab es im Audi Konzern weltweit 20.694 Weiterbildungsveranstaltungen bei 1,7 Millionen Teilnehmerstunden. In Deutschland (10.866 Weiterbildungsveranstaltungen) besuchten über 33.000 Mitarbeitende 2019 eine oder mehr Qualifizierungen.

Mehr Informationen und Zahlen zu den Weiterbildungsmaßnahmen bei Audi finden Sie auf Seite 107.

› wie möglich fit für die zahlreichen neuen Tätigkeiten machen. Die Nachfrage nach Qualifizierungen rund um die E-Mobilität ist riesengroß. Die Mitarbeiter müssen sich schnell in diesem Bereich heimisch fühlen“, ergänzt Michael Lobmeier, Leiter der Weiterbildung im Bereich Fahrzeugtechnik.

Das Berufsbild „Kfz-Mechatroniker mit Schwerpunkt System- und Hochvolttechnik“ erlernten seit 2014 an den Standorten Ingolstadt und Neckarsulm über 450 junge Frauen und Männer. Auszubildende in diesem Schwerpunkt erreichen mit erfolgreichem Berufsabschluss die Befähigung „Elektrofachkraft Fahrzeugtechnik“. Nach der Ausbildung arbeiten sie in verschiedenen Produktionsbereichen oder in einer der Werkstätten der Technischen Entwicklung oder des Vorseriencenters.

Ist das Berufsbild zum „Kfz-Mechatroniker mit Schwerpunkt System- und Hochvolttechnik“ bereits seit 2014 etabliert, kommt nun eine weitere Zusatzqualifizierung hinzu. Die Zusatzqualifizierung Batterietechnik legt den Fokus auf die Fertigung und Qualitätssi-

cherung von Hochvoltbatterien. Im September 2020 werden die ersten Azubis die Zusatzqualifizierung pilotieren; Ziel ist es, die Batterietechnologie fest als Baustein in die Ausbildung zu integrieren.

Tausende Audianer sind fit für E-Mobility

Bei Weiterbildungsmaßnahmen wird darauf geachtet, mit welchen Vorkenntnissen die Mitarbeitenden das Training starten. Entsprechend werden Lerninhalte und Abschlüsse angepasst. Welche Qualifizierung für den jeweiligen Mitarbeitenden zielführend ist, zeigen verschiedene Qualifizierungswege auf. Diese bündeln und strukturieren die Qualifizierungen aufeinander aufbauend und ermöglichen dem einzelnen Mitarbeitenden einen individuellen Einstieg in die Qualifizierungen zum Thema Elektromobilität. Je weitreichender die Qualifizierungen, desto mehr Handlungsfreiheit am E-Auto. Insgesamt stehen den Mitarbeitenden über 38 Qualifizierungen zum Thema E-Mobilität zur Verfügung. Neu entwickelt wurde beispielsweise der Qualifizierungsweg „Elektro-

fachkraft Batterietechnik mit IHK-Zertifikatsprüfung“. Hier liegt der Fokus auf der Fertigung und der Qualitätssicherung von Hochvoltbatterien.

Rupert Kaindl, 46, ist seit 20 Jahren Trainer. Er gestaltet die Trainingsinhalte bei Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen mit: „Jeder Mensch lernt anders. Wir überlegen immer, wie am effizientesten gelernt werden kann. Dabei wollen wir vor allem unterstützen und beraten. Mithilfe der digitalen Lernwelt kann jeder Azubi und Lehrgangsteilnehmer ganz individuell lernen.“

Audi lässt sich die Aus- und vor allem die Weiterbildung der Mitarbeitenden einiges kosten. Bis 2025 stellt das Unternehmen allein für die Weiterbildung 500 Millionen Euro zu Verfügung. Im Jahr 2019 hat die Audi Akademie rund 8.000 Teilnehmende weltweit zur Elektromobilität qualifiziert.

Zudem sucht Audi die Kooperation mit externen Lehrpartnern. Mit der Technischen Hochschule Ingolstadt (THI) konzipierte Audi eine Weiterbildung für Antriebsentwickler. Die berufsbegleitende Qualifizierung ›

› schnitten Fach- und Bildungsexperten der Vier Ringe gemeinsam mit THI-Professoren passgenau auf die Anforderungen des Unternehmens zu. Audi Ingenieure vertiefen nun im Hörsaal der THI ihr Wissen. Ziel ist es, strategische und technische Kompetenzen im Bereich Elektromobilität auszubauen.

Geschult in Sachen Elektromobilität werden auch die Handelspartner. Servicetechniker in mehr als 40 Märkten nutzen ein speziell entwickeltes VR-Training, um sich mit den Details der Hochvoltbatterie im Audi e-tron vertraut zu machen.

Audi fördert lebenslanges Lernen

Nicht nur beim Wandel hin zur Elektromobilität, sondern bei der gesamten Transformation von Audi kommt der Aus- und Weiterbildung eine wichtige Rolle zu. Die Audi Akademie fördert lebenslanges Lernen und bereitet die Mitarbeitenden zielgerichtet auf die künftigen Herausforderungen vor – von der Berufsausbildung über das duale Studium bis hin zur Weiterbildung. Jungen Nachwuchstalente bietet Audi die Möglichkeit, sich im Zuge einer Berufsausbildung in einem von 20 verschiedenen Berufen zu qualifizieren. Studierende erhalten im Rahmen eines dualen Studienangebots die Möglichkeit, das theoretische Studium mit Praxisphasen im Unternehmen zu kombinieren. Den Interessierten stehen

im Programm „Audi dual“ an der Technischen Hochschule Ingolstadt, der Technischen Universität München und im Kooperationsprogramm mit der Dualen Hochschule Baden-Württemberg verschiedene Studiengänge zur Wahl. Nach erfolgreichem Abschluss ist den Absolventen ein unbefristetes Arbeitsverhältnis bei Audi sicher.

Eine wichtige Rolle nehmen bei der AUDI AG in diesem Kontext regelmäßig stattfindende Mitarbeitergespräche für alle Beschäftigten ein. Hier können Mitarbeitende ihre Weiterbildungsmöglichkeiten besprechen. Denn gemeinsam mit

dem Gesamtbetriebsrat vereinbarte die Unternehmensleitung für die AUDI AG eine Regelung, die es Mitarbeitenden ermöglicht, sich fachlich und überfachlich während ihres gesamten Berufslebens zu qualifizieren.

Deutsche Standards weltweit

Ganz egal, ob Aus- oder Weiterbildung mit Kurs auf Elektromobilität: Immer sind auch die internationalen Audi Standorte mit im Boot. Die speziellen Aus- und Weiterbildungsangebote werden bei Bedarf den jeweils landestypischen Besonderheiten angepasst.

„Die Nachfrage nach Qualifizierungen rund um die E-Mobilität ist riesengroß.“

Erich Schott, Leiter Ausbildung im Bereich Fahrzeugtechnik

„Mithilfe der digitalen Lernwelt kann jeder Azubi und Lehrgangsteilnehmer ganz individuell lernen.“

Rupert Kaindl, Trainer der Audi Akademie



Zwei Experten für E-Fahrzeuge: Die Trainer Rupert Kaindl (l.) und Siegmund Singer

Erfolge der Nachhaltigkeitsakademie

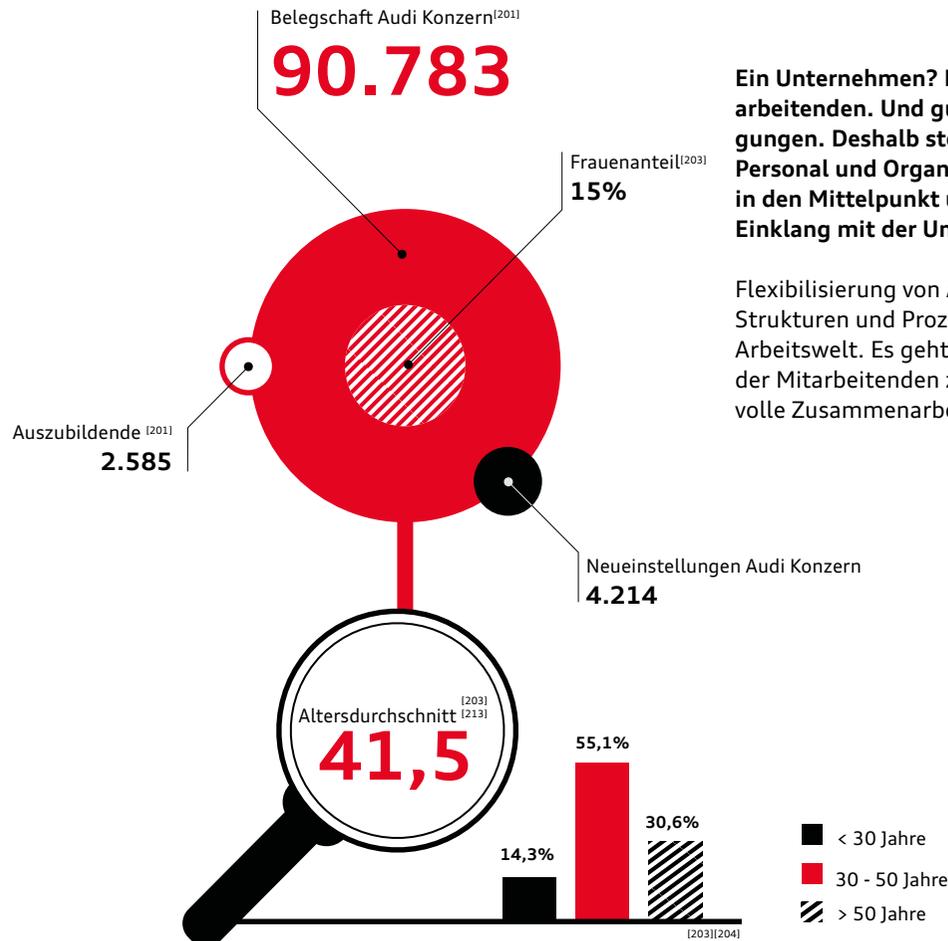
Um noch besser in Sachen Nachhaltigkeit zu werden, gründete Audi schon 2016 die Nachhaltigkeitsakademie. Alle Mitarbeitenden und Auszubildenden können an Präsenztrainings oder digitalen Lernformaten wie Web-based Trainings (WBT) zum Themenkomplex Nachhaltigkeit teilnehmen. Der Fokus liegt hier auf dem internen Wissenstransfer – von Kollegen für Kollegen. Im Jahr 2019 haben rund 900 Mitarbeitende an einer Schulung der Nachhaltigkeitsakademie teilgenommen.

Bildung zählt

Im gesamten Unternehmen gibt es darüber hinaus weitere bereichsspezifische Qualifikationen. Beispielsweise gibt es Trainings zum Thema Beschaffung und Logistik oder Umweltschutz und Energieeffizienz in der Produktion. Zusätzlich wurden im Berichtsjahr 2019 einige nachhaltigkeitsbezogene Web-based Trainings eingeführt. Durch diese Formate soll ein gemeinsames Verständnis von Nachhaltigkeit geschaffen und das Bewusstsein der Mitarbeitenden gestärkt werden.

Wir? Wir sind Audi ✓

Anzahl der Mitarbeitenden



Ein Unternehmen? Das ist immer nur so gut wie seine Mitarbeitenden. Und gute Arbeit braucht gute Arbeitsbedingungen. Deshalb stellt die Strategie des Geschäftsbereichs Personal und Organisation die Beschäftigten konsequent in den Mittelpunkt und übernimmt Verantwortung – im Einklang mit der Unternehmensstrategie 2025.

Flexibilisierung von Arbeitszeit und Arbeitsort sowie agile Strukturen und Prozesse sind wichtige Aspekte der Audi Arbeitswelt. Es geht darum, verschiedenen Lebensphasen der Mitarbeitenden zu berücksichtigen und eine vertrauensvolle Zusammenarbeit zu fördern.

Lebenslanges Lernen

Um die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens zu sichern, setzt Audi auf die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden: Lebenslanges Lernen soll zum Erfolg der Vier Ringe beitragen. Außerdem hat die Marke ein strategisches Ressourcen- und Kompetenzmanagement etabliert, mit dem der Geschäftsbereich Personal und Organisation den Personalbedarf für Zukunftsthemen planen kann und zielgerichtet die Kompetenzen der Mitarbeitenden entwickelt. So ist Audi optimal auf die Anforderungen der Zukunft vorbereitet.

Die Belegschaft in Zahlen

Zum Jahresende 2019 beschäftigte der Audi Konzern insgesamt 90.640 (2018: 91.674) Mitarbeitende, das entspricht im Durchschnitt 90.783 (2018: 91.477) Mitarbeitenden. Dies ist eine Abnahme im Vergleich zum Vorjahr von 1.034 Mitarbeitenden (Jahresendzahl) bzw. um rund 0,76 Prozent (Jahresdurchschnitt). Von den insgesamt 4.214 (2018: 5.004) Neueinstellungen innerhalb des Audi Konzerns entfielen 1.310 (2018: 1.628) auf die AUDI AG.

Audi unterstützt grundsätzlich die Beschäftigung und Qualifizierung lokaler Mitarbeitender. Der Konzern ist überzeugt, dass diese über gute Kenntnisse der Region, des lokalen Marktes und über Netzwerke verfügen, die für die Weiterentwicklung des entsprechenden Standorts förderlich sind. Der Anteil von Mitarbeitenden anderer Nationalität^[204] bei der AUDI AG lag im Jahr 2019 bei 8,3 (2018: 8,4) Prozent.

Details der Mitarbeiterzahlen

48,5 (2018: 48,4) Prozent der Beschäftigten des Audi Konzerns waren zum Jahresende 2019 im direkten Bereich tätig, der Anteil im indirekten Bereich belief sich auf 48,5 (2018: 48,6) Prozent, die Anzahl der Auszubildenden belief sich auf 2.585 (2018: 2.582). Unter den Beschäftigten im indirekten Bereich lag der Akademikeranteil^[204] bei der AUDI AG bei 51,4 (2018: 50,9) Prozent. Die Anzahl der temporär be-

› schäftigten Arbeitnehmer im Audi Konzern ist mit 1.957 im Vergleich zum Vorjahr (2018: 2.527) gesunken. Die Fluktuationsquote^[203] ^[204] betrug im Jahr 2019 bei der AUDI AG 0,7 (2018: 0,9) Prozent.

Faire Bedingungen für alle

Audi verpflichtet sich durch tarifliche und betriebliche Kollektivvereinbarungen an allen produzierenden Standorten, dass Teil- und Vollzeitmitarbeiter ein gerechtes und faires Entgelt erhalten. Bei Audi entscheidet allein die Tätigkeit über die Vergütung.

Als Arbeitgeber ist Audi sich auch seiner besonderen Verantwortung gegenüber Zeitarbeitnehmern bewusst. Mit der Arbeitnehmervertretung wurde auf Grundlage des Tarifvertrags zum Einsatz von Leih- und Zeitarbeitnehmern der Metall- und Elektroindustrie sowie der „Charta der Zeitarbeit im Volkswagen Konzern“ eine Vereinbarung zum Einsatz von Zeitarbeitnehmern getroffen. Neben umfangreichen

Betriebliche Leistungen in Deutschland

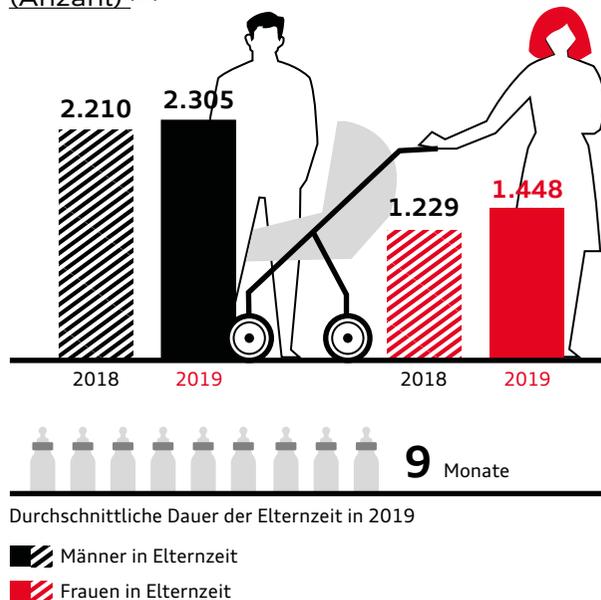
Mitarbeitenden bietet Audi eine hohe Beschäftigungssicherheit und attraktive finanzielle Vergütungskomponenten. In Deutschland werden Arbeitsverträge auf Basis des Manteltarifvertrags zwischen den Arbeitgeberverbänden Südwestmetall und dem vbm (Verband der Bayerischen Metall- und Elektro-Industrie) mit der IG Metall erstellt. Sie liegen aufgrund weiterer betrieb-

licher Vereinbarungen mit der Arbeitnehmervertretung über dem Tarifniveau. Zusätzlich gibt es tarifvertraglich-betriebliche Vereinbarungen zur Beteiligung am Erfolg des Unternehmens und tarifvertragliche Sonderzuwendungen. Mitarbeitende in Deutschland profitieren von der betrieblichen Altersversorgung, für die sowohl beitragsorientierte als auch

leistungsorientierte Zusagen bestehen. Bei Ersteren zahlt das Unternehmen aufgrund gesetzlicher oder vertraglicher Bestimmungen beziehungsweise auf freiwilliger Basis Beiträge an staatliche oder private Rentenversicherungsträger. Altersversorgungssysteme basieren überwiegend auf Leistungszusagen, wobei zwischen Rückstellungen- und extern finan-

zierten Versorgungssystemen unterschieden wird. Neben einer betrieblichen Altersvorsorge und der Möglichkeit, die Rente individuell in Form von Entgeltumwandlung aufzustocken, setzt Audi auch auf die Flexibilisierung des Übergangs vom Berufsleben in die Rente. So wurde eine Betriebsvereinbarung zur Weiterentwicklung der Altersteilzeit getroffen.

Männer & Frauen in Elternzeit (Anzahl) ^[204]



Qualifizierungsmöglichkeiten besteht abhängig von relevanten internen Faktoren die Möglichkeit der Festanstellung.

Selbstbestimmt arbeiten

Audi schafft Freiräume für unterschiedliche Lebensphasen und berücksichtigt dabei die Bedürfnisse der Mitarbeitenden. Das Unternehmen bietet viele verschiedene Arbeitszeitmodelle an, um größtmögliche Flexibilität für den persönlichen Lebensweg zu gewährleisten. Die Audi Unternehmensleitung und der Gesamtbetriebsrat haben im Jahr 2016 eine Betriebsvereinbarung verabschiedet, mit der Mitarbeitende Anspruch auf mobiles Arbeiten haben, wenn es mit der Arbeitsaufgabe vereinbar ist. Es wird außerdem eine Flexibilisierung der Arbeitszeiten in der Produktion angestrebt. 2017 wurde am Standort Ingolstadt ein Pilotprojekt zur Flexibilisierung in der Schicht und Erweiterung der Möglichkeiten zu Teilzeit in Schichtsystemen gestartet, um Privatleben und Berufsalltag besser in Einklang bringen zu können. Zum Jahresende 2019 waren 4.448 (2018: 3.924) Mitarbeitende bei Audi in einem Teilzeitverhältnis beschäftigt.

Familie und Beruf? Passt!

Audi unterstützt seine Mitarbeitenden, Familie und Beruf miteinander zu vereinbaren. Beschäftigte können etwa in Teilzeit arbeiten oder Pflegezeit nehmen, um Familienangehörige zu unterstützen. Viele Mitarbeitende entscheiden sich für eine Elternzeit. Das Unternehmen hilft dann bei der Wiedereingliederung und vermittelt Mitarbeitenden in Elternzeit zusätzliche Jobqualifizierungen, die die Rückkehr ins Berufsleben erleichtern. Im Jahr 2019 befanden sich insgesamt 3.753 (2018: 3.439) Beschäftigte in Elternzeit, davon waren 1.448 (2018: 1.229) weiblich und 2.305 (2018: 2.210) männlich. Im Schnitt nahmen Mitarbeitende neun Monate Elternzeit in Anspruch.

Mit dem Beitritt zum Familienpakt Bayern hat Audi 2017 sein Bekenntnis für eine familienfreundliche Unternehmenskultur bekräftigt. Um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf aktiv zu unterstützen, steht ein festes Kontingent

Optimale Bedingungen für gute Ideen



› an Belegplätzen in Kitas an den Standorten Ingolstadt und Neckarsulm zur Verfügung, welches kontinuierlich ausgebaut wird. Auch an den internationalen Audi Standorten Győr (Ungarn), Changchun (China) und San José Chiapa (Mexiko) kooperiert Audi mit Kindergärten und Schulen. Darüber hinaus bietet das Unternehmen Mitarbeitenden und deren Familien die Möglichkeit, Dinge des täglichen Bedarfs (Lebensmittel, Post- und Reinigungsservice) durch die Audi Service Boxen direkt an den Werkgrenzen zu erledigen. Damit sparen sie Zeit und auch der Verkehr rund um das Werk wird nachhaltig entlastet.

Optimale Bedingungen für gute Ideen

Audi profitiert vom Einfallsreichtum der Beschäftigten und legt großen Wert auf die Förderung des Mitarbeiterengagements. Im Audi Ideen-Programm^[204] werden Vorschläge zur Optimierung bestehender Prozesse gesammelt. 2019 wurden rund 54,4 (2018: 55,5) Prozent der eingereichten Ideen realisiert, was zu Einsparungen von rund 101,3 (2018: 109,1) Millionen Euro führte.

Zur Mitwirkung der Arbeitnehmer gehört für Audi auch die regelmäßige Mitarbeiterbefragung. Audi Beschäftigte ha-

ben so die Möglichkeit, anonym zu verschiedenen Aspekten Stellung zu nehmen und auf potenzielle Verbesserungen hinzuweisen. Im Jahr 2019 beteiligten sich 40.886 (2018: 42.173) Mitarbeitende am Stimmungsbarometer der AUDI AG. Die Ergebnisse werden in den einzelnen Organisationseinheiten vorgestellt und mit den Mitarbeitenden diskutiert.

Chancen und Risiken der Arbeitsformen der Zukunft

Der Audi Betriebsrat gestaltet die digitale Transformation und damit die Zukunft bei Audi aktiv mit. Im Rahmen des durch die Arbeitnehmervertretung und die IG Metall Ingolstadt angestoßenen Projekts „Vision Ingolstadt 2030: Digitalisierung der Arbeit und Zukunft der Mitbestimmung“ befassen sich Beschäftigte, gewerkschaftliche Vertrauensleute und Betriebsräte im Austausch mit Start-up-Unternehmern, Politikern und Wissenschaftlern mit der Digitalisierung und Humanisierung der Arbeitswelt. Aus diesem Vorhaben heraus ergab sich die Möglichkeit für den Audi Betriebsrat, an dem vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten Verbundprojekt „Empowerment in der digitalen Arbeitswelt – nachhaltige Konzepte für die Digitalisierung (EdA)“ teilzunehmen. Konkret arbeitete man federführend

im Teilprojekt: „Neue Konzepte für eine beteiligungsorientierte Unternehmenskultur in der digitalen Arbeitswelt entwickeln“.

Die nachhaltige Transformation der Automobilindustrie – Digitalisierung, Globalisierung, Elektrifizierung, disruptive Geschäftsmodelle – stellt die Mitbestimmung und damit die Unternehmenskultur vor große Herausforderungen. Umfassende strukturelle, betriebs- und tarifpolitische Gestaltungsfragen stehen dabei auf der Agenda der sozialpartnerschaftlichen Akteure. Eine neue „empowerte“ Mitbestimmungskultur 4.0 – offen, transparent, beteiligungsorientiert, agil – ergänzt die bewährte Form der verfassten institutionellen Mitbestimmung um die direkte Beteiligung der Belegschaft. Hier sind Betriebsräte und Gewerkschaft, aber auch die Unternehmensführung bei Audi gefordert.

Unter dem Titel „Werkstatt Audi“ fanden im Laufe des EdA-Projektes verschiedene Veranstaltungen statt. Das Teilprojekt „Neue Konzepte für eine beteiligungsorientierte Unternehmenskultur in der digitalen Arbeitswelt entwickeln“ versuchte dabei, auch klassische Großgruppenmethoden auf die jeweiligen organisatorischen Bedürfnisse und thematischen Handlungsfelder anzupassen. Ob Fishbowl-Diskussionen, Barcamps oder World Cafés: Allen gemein war die Fragestellung nach der Beteiligungsorientierung hin zu mehr persönlich-verantwortlichem Empowerment im Unternehmen Audi. Im Laufe der EdA-Projektphase von 2017 bis 2019 sammelte der Audi Betriebsrat vielfältige Erfahrungen und Ideen zum Thema „Beteiligung und Empowerment der Beschäftigten“, methodisch und inhaltlich. Viel wurde dabei mittlerweile sowohl in die Audi Unternehmenskultur als auch in die Beteiligungskultur des Betriebsrats übernommen.

Detailliertere Kennzahlen zu allen Themen finden Sie im Datenanhang.

Gemeinsam für Ihre Gesundheit

Mit integriertem Arbeitsschutzsystem und ganzheitlichem Gesundheitsmanagement sorgt Audi dafür, dass Arbeitsunfälle minimiert und die gesundheitlichen Ressourcen der Belegschaft gestärkt werden. Insbesondere die Beratung zur psychischen Gesundheit wurde nochmals intensiviert.

Wer unversehrt und unbeschwert von Ängsten oder Sorgen bei der Arbeit ist, wird diese besonders gern und erfolgreich erledigen – eine Win-win-Situation für Arbeitnehmer wie Arbeitgeber. Aber was genau können Unternehmen tun, damit das Arbeitsumfeld in dieser Hinsicht optimal ist? Damit also möglichst alle Mitarbeitenden sowohl vor Unfällen geschützt als auch bestmotiviert ihrer Arbeit nachgehen können?

Bei Audi haben Vorstand und Mitarbeitervertretungen gemeinsam Maßnahmen für alle betrieblichen Abläufe entwickelt, damit Unfällen und gesundheitlichen Beeinträchtigungen vorgebeugt wird sowie sichere Prozesse, Anlagen und Produkte gewährleistet sind. Der Vorstand trägt dabei grundsätzlich die Verantwortung für die Einhaltung der gesetzlichen Regelungen zum Arbeits- und Gesundheitsschutz. Beim betrieblichen Gesundheitsmanagement gilt bei Audi eine Betriebsvereinbarung, die 2017 um einen zusätzlich weltweiten Standard für die internationalen Standorte erweitert wurde.

Sicherheit geht vor

In puncto Arbeitsschutz treibt Audi die Entwicklung sowohl bei den technologischen Standards als auch beim sicher-

heitsgerechten Verhalten kontinuierlich voran. Die Kollegen am Arbeitsplatz werden dabei zur aktiven Optimierungsteilhabe ermutigt. 2019 setzte sich Audi in der Arbeitssicherheitspolitik ein ehrgeiziges Ziel: Eine Sicherheitskultur zu etablieren, in der nicht nur nach Vorschriften und Regeln gearbeitet wird, sondern in der jeder Beschäftigte aus eigenem Antrieb auf sein Umfeld achtet.

Schon heute zählen flächendeckende Gefährdungsbeurteilungen und regelmäßige Schulungen zum Grundrepertoire im Arbeitsalltag bei Audi, um Unfällen und gesundheitlichen Beeinträchtigungen vorzubeugen. Alle Arbeitsunfälle werden gemeinsam von den betrieblichen Führungskräften und den Fachkräften für Arbeitssicherheit analysiert. Mit Erfolg: Im Jahr 2019 gab es bei der AUDI AG lediglich 6,2 Arbeitsunfälle je



JAHRE

Bei Audi sind Unfälle extrem selten: Beschäftigte erleiden im Schnitt etwa alle 105 Jahre einen betrieblichen Arbeitsunfall.

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Ein ganzheitliches Gesundheitsmanagement und ein integriertes Arbeitsschutzsystem sind zwei Ansätze von Audi, um Arbeitsunfälle zu minimieren und die gesundheitlichen Ressourcen sowie die körperliche und psychische Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden zu stärken.

Dabei helfen konzernweit gültige Standards. Für sämtliche betriebliche Abläufe haben Unternehmen und Betriebsratsvertretungen Maßnahmen entwickelt, um Unfällen und Beeinträchtigungen vorzubeugen sowie sichere Prozesse, Anlagen und Fahrzeugkomponenten zu gewährleisten. Der Vorstand trägt grundsätzlich die Verantwortung für die Einhaltung der entsprechenden gesetzlichen Regelungen. Zudem ist jede betriebliche Führungskraft für den Arbeitsschutz in ihrem Aufsichts- und Funktionsbereich verantwortlich. Dies ist auch in einer Betriebsvereinbarung zum Arbeitsschutz, die für alle Mitarbeitenden der AUDI AG gilt, festgehalten.



„Jeder hat Psyche“:
Plakate der internen Gesundheitskampagne

› einer Million geleisteter Arbeitsstunden (2018: 5,6), die mindestens einen Tag Arbeitsausfall verursachten. Sprich, Audi Beschäftigte erleiden im Schnitt etwa alle 105 Jahre einen betrieblichen Arbeitsunfall. Die Indizes der vorgelagerten Unfallzahlen (Durchgangsarzt-Fälle, Erste-Hilfe-Fälle) konnten im Vergleich zum Vorjahr nochmals reduziert werden. Tödliche Betriebsunfälle kamen 2019 bei Audi nicht vor (2018: einer).

Sicherheit am Arbeitsplatz

Eine entscheidende Rolle bei der Verbesserung der Sicherheit am Arbeitsplatz spielt die Gestaltung des Arbeitsplatzes selbst. Audi setzt dabei an allen Standorten auf modernste Standards in Ergonomie, Sicherheitstechnik und Arbeitsmedizin. Im Rahmen der Audi Ergonomiestrategie fördert das Unternehmen etwa eine intelligente Arbeitsorganisation sowie Maßnahmen zur Internationalisierung der Standards. Durch gezielte Beratungsgespräche sensibilisiert Audi Mitarbeitende für das Thema und ermuntert sie, eigene Vorschläge und Lösungen zu entwickeln und so ihren eigenen Arbeitsplatz

selbst zu gestalten. Die Ergonomiekordinatoren aller Audi Standorte tauschen sich mehrmals jährlich über Maßnahmen und Entwicklungen aus.

Tausende Audianer beim Checkup

Neben der Arbeitssicherheit widmet sich Audi intensiv der physischen und psychischen Gesundheit seiner Mitarbeitenden. Der Audi Checkup spielt dabei eine zentrale Rolle: Das individuelle Präventionsprogramm kann während der Arbeitszeit von allen Mitarbeitenden genutzt werden und trägt dazu bei, Gesundheitsrisiken frühzeitig zu erkennen und zu reduzieren. 2019 haben rund 10.000 Mitarbeitende den Audi Checkup genutzt (2018: 9934). Darüber hinaus bietet Audi diverse Informationsveranstaltungen und Schulungen sowie Programme zur Gesundheitsvorsorge und -förderung an. Im Berichtsjahr konnte das Unternehmen unter anderem das Programm „Arbeit und psychische Gesundheit“ weiterentwickeln und weitere digitale Angebote wie die Personalanwendung „eGesundheit“ einführen.

Offener Umgang

Auf die psychische Gesundheit der Belegschaft legte Audi im Jahr 2019 ein besonderes Augenmerk. Im Rahmen der internen Kampagne „Jeder hat Psyche“ regte das Gesundheitsmanagement des Unternehmens alle Mitarbeitenden an, die eigene psychische Gesundheit nicht zu vernachlässigen. Führungskräfte, Personalreferenten und Betriebsräte wurden zugleich darin geschult, psychische Verhaltensauffälligkeiten bei Mitarbeitenden frühzeitig zu erkennen und empathisch damit umzugehen.

Detailliertere Kennzahlen finden Sie im Datenanhang.

Innovation durch Kooperation

Wenn Wirtschaft und Wissenschaft miteinander kooperieren, profitieren beide Seiten. Deshalb fördert Audi Forscher und Querdenker – und gibt ihnen auf Konferenzen eine Bühne, ihr Wissen zu teilen. Acht Denkanstöße zur Welt der Zukunft.

Begeisterte auf dem „MQ! The Mobility Quotient“-Summit, den Audi ausrichtet: Peggy Liu, Chairperson of JUCCE und Experte für Nachhaltigkeit und großräumige Entwicklung.

„Nachhaltige Mobilität bedeutet nicht nur niedrige CO₂-Emission, sondern Null-Kohlenstoff-Emission. Über 30 Städte in China werden bis 2020 im öffentlichen Nahverkehr vollständig elektrifiziert sein. Von China lässt sich lernen, wie sich nachhaltige Lösungen in großem Maßstab einsetzen lassen.“



Die Kooperation mit der Wissenschaft und die Förderung von Bildung sind für Audi wichtige Treiber für eine erfolgreiche Zukunft. Dabei ist es Audi ein Anliegen, einen gegenseitigen Wissenstransfer zu gestalten. Dabei variieren die Formen der Zusammenarbeit: Das Unternehmen arbeitet mit zahlreichen nationalen und internationalen Hochschulen zusammen. Neben Forschungsprojekten und wissenschaftlichen Vorträgen lehren Audi Mitarbeitende beispielsweise an Hochschulen. Mit Stiftungsprofessuren trägt Audi zum Ausbau von Forschung und Lehre auf neuen Gebieten bei. Mit allen diesen Aktivitäten leistet Audi einen Beitrag für die Gesellschaft und lebt unternehmerische Verantwortung. Audi versteht Hochschulen als besondere Partner und beteiligt sich aktiv durch unterschiedliche Initiativen für eine transparente, faire und integrierte Zusammenarbeit zwischen der Industrie und der Wissenschaft. So wird beispielsweise Nachwuchswissenschaftlern durch ein Doktorandenprogramm ermöglicht, für Audi an technischen und nicht-technischen Projekten zu forschen.

Einen weiteren Pfeiler der Aktivitäten bilden die öffentliche Vortragsreihe „Wissenschaft im Dialog“ an den Standorten Ingolstadt und Neckarsulm und die internationale und interaktive Konferenz zur Mobilität der Zukunft namens „MQ! The Mobility Quotient“. Diese fand 2019 erstmals in China statt. Hier kommen internationale Pioniere, Vordenker und Experten aus Wirtschaft und Wissenschaft zusammen, um neue Ansätze zu Innovationsthemen und zur Mobilität der Zukunft zu diskutieren. Viel diskutiert in 2019: Soziale sowie nachhaltige Mobilität oder auch flexiblere Mobilitätskonzepte.



Prof. Wolfgang Prinz, PhD
Stellv. Institutsleiter
Fraunhofer FIT,
RWTH Aachen University,
Lehr- und Forschungsgebiet
Kooperationssysteme

„Zur Digitalisierung von Diensten und Prozessen besitzt die Blockchain-Technologie große Relevanz für viele Anwendungsgebiete außerhalb der Finanzbranche, vor allem unabhängig von Kryptowährungen. In der Produktion, aber auch in der Verwaltung gibt es Anwendungen, die von einer Nutzung der Blockchain hinsichtlich der sicheren und zuverlässigen Verwaltung von Transaktionen, Assets oder Dokumenten in einem Netzwerk profitieren können.“

Auszug aus dem Vortrag „Die Blockchain-Technologie: Grundlagen, Anwendungsbeispiele und Empfehlungen für den Einsatz“ (Februar 2019, Audi Konferenz Center Ingolstadt)



Prof. Dr. Gudrun Sander
Direktorin Competence
Centre for Diversity &
Inclusion, Universität
St.Gallen

„Ist bei einer Teamaufgabe unklar, wer wie viel zu deren Lösung beigetragen hat, wird häufig der Anteil der Männer über- und jener der Frauen unterschätzt. Dies gilt insbesondere, wenn es keine klaren Informationen zum Beitrag der Einzelpersonen gibt. Wie wird man diesen Attributions-Bias los? Indem man Transparenz schafft und fordert.“

Auszug aus dem Vortrag „Schatzkiste Diversity: Neue Herausforderungen und Chancen für Führungskräfte“ (Dezember 2019, Audi Konferenz Center Ingolstadt)



Prof. Dr. Stefanie Bremer
Universität Kassel, Integrierte
Verkehrsplanung und Mobilitäts-
entwicklung

„In Zukunft werden immer mehr Menschen in Ballungsräumen leben. Negative Wechselwirkungen zwischen Mobilität und Siedlungsraum abzubauen, gelingt nur mit integrierten Konzepten: Verkehrsplaner, Fahrzeugbauer, Stadtplaner, Techniker und Soziologen müssen zusammenarbeiten. Durch die Digitalisierung entstehen Möglichkeiten, Wohnungen, Mobilitätsangebote oder Verkehrsmittel passgenau auf die Bedürfnisse verschiedener Zielgruppen auszurichten und dabei wirtschaftlich umsetzen zu können.“

Auszug aus dem Vortrag „Drive+: Die Vielfalt der mobilen Zukunft“ (Februar 2019, Audi Forum Neckarsulm)



Daizong Liu
Director of China
Sustainable
Cities Program, World
Resources
Institute

„Technologie erlaubt den Menschen, mehr Platz einzunehmen. Nur sechs Prozent der Autos sind in Bewegung, die meisten stehen herum. 80 Prozent des Parkraums könnten für andere Zwecke genutzt werden. Carsharing, das autonome Fahren und die Elektrifizierung sind alle drei sehr wichtig.“

Daizong Liu, Director of China Sustainable Cities Program, World Resources Institute

Vernetzte Welt: Audi und One Young World Summit

Die AUDI AG schickte auch 2019 zehn junge Mitarbeitende aus seinen weltweiten Standorten als Delegierte auf den One Young World Summit in London. Sie haben auf dem Summit die Möglichkeit, sich mit Gleichgesinnten, Experten und Mentoren zu vernetzen, um Lösungen für gesellschaftliche Probleme zu

entwickeln. Audi unterstützt seine Mitarbeitenden nach dem Summit bei der Umsetzung ihrer Ideen. Gesellschaftliches Engagement dieser Art ist Audi wichtig. Deshalb fördert die Audi Stiftung für Umwelt zudem 15 weitere junge Menschen aus der ganzen Welt. Die Scholars konnten sich auf ein Stipendi-

um der Umweltstiftung bewerben, das gemeinsam mit One Young World vergeben wird. Mit diesem Engagement möchte die Stiftung ein Netzwerk zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und jungen Denkern bilden und so den aktiven Wissenstransfer bei Ideen für eine nachhaltige Zukunft ermöglichen.



Prof. Dr. Sabine Pfeiffer
Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, Lehrstuhl für Soziologie, Schwerpunkt Technik – Arbeit – Gesellschaft

„Die Frage, was wird morgen sein, kann im Moment niemand beantworten. Wichtiger ist die Frage: Was müssen wir heute gestalten und wie wollen wir, dass die digitale Arbeitswelt aussieht? Das ist keine Frage, die sich im Silicon Valley entscheidet, sondern im Unternehmen und am Arbeitsplatz.“

Auszug aus dem Vortrag „Die digitale Transformation: Wer macht die eigentlich?“ (Oktober 2019, Audi Konferenz Center Ingolstadt)



Prof. Dr. Detlef Stolten
RWTH Aachen University, Institut für Energie- und Klimaforschung IEK-3: Technoökonomische Systemanalyse

„Erneuerbare Energie aus Wind, Sonne und Wasserkraft ist während ihres Einsatzes nahezu emissionsfrei und weist auch über ihren Lebenszyklus hinweg eine geringe Emissionsmenge auf. Sie stellt daher das beste Werkzeug dar, um sowohl den Energie- als auch den Transportsektor sauber zu gestalten.“

Auszug aus dem Vortrag „Wie passen saubere Antriebe und erneuerbare Stromerzeugung zusammen?“ (September 2019, Audi Forum Neckarsulm)

Audi Stiftung für Umwelt: Engagement bereits seit zehn Jahren

Die Audi Stiftung für Umwelt ist aktiver Förderer bei der Erforschung neuer Technologien und wissenschaftlicher Methoden für eine lebenswerte Zukunft. Ihr Ziel: einen Beitrag zum Umweltschutz zu leisten, Impulse für nachhaltiges Handeln zu schaffen sowie das Bewusstsein für Umweltschutz fördern.

Der Fokus der Audi Stiftung für Umwelt liegt deshalb auf der Förderung und Entwicklung innovativer, umweltverträglicher Technologien, Maßnahmen zur Umweltbildung sowie Schutz der natürlichen Lebensgrundlagen von Menschen, Tieren und Pflanzen. Sie wurde bereits 2009 von der AUDI AG als 100-prozentige Tochtergesellschaft ins Leben gerufen, um gesellschaftliches und umweltpolitisches Engagement zu stärken.

Das Engagement der Audi Stiftung für Umwelt ist dabei langfristig und vielseitig ausgelegt. Es reicht vom Einsatz für den Erhalt der na-

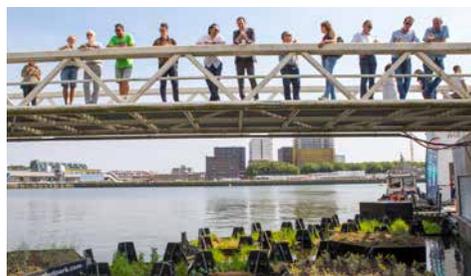
türlichen Lebensgrundlagen von Menschen, Tieren und Pflanzen bis zur Förderung des Einsatzes neuer Technologien für die Umwelt. Letzteres steht unter dem Leitgedanken „Greenovation“. Die Idee: In Kernprojekten traditionellen Umweltschutz mit neuen Technologien zu verknüpfen und mit den gewonnenen Erkenntnissen einen wertvollen Beitrag zur Gesellschaft leisten zu können (Open Source).

Zahlreiche Beispiele für Erfolgsgeschichten gab es auch im Berichtsjahr 2019: In Sachen Technologien sticht besonders das Projekt mit „Clear Rivers“ hervor. Gemeinsam mit Audi Brüssel und dem Hafen von Brüssel haben die Audi Stiftung für Umwelt und ihr Projektpartner im März 2019 ein spezielles Auffangbecken aus Kunststoff entwickelt und installiert. Die sogenannte Litter Trap sorgt dafür, dass kein Plastik über den Kanal ins offene Meer gelangt. Den so gewonnenen Abfall führen die

Projektpartner anschließend einem innovativen, neuen Zweck zu. Zur Bewusstseinsbildung wird ein Teil dieses gesammelten Mülls recycelt und mittels innovativem 3-D-Druck zur Herstellung von aufmerksamkeitsstarken Bänken eingesetzt.

2019 setzte die Audi Stiftung für Umwelt natürlich viele weitere Akzente, zum Beispiel bei der Förderung von Nachwuchswissenschaftlern (SRM Award der TUM). Und sie begeisterte auch Audi Mitarbeitende für eigene Umweltaktionen mit ihrem „Mach Mit!“-Programm oder Plogging-Veranstaltungen. Plogging ist ein Fitness- und Umwelttrend aus Schweden, der Müll aufheben („Plocka upp“ im Schwedischen) mit Joggen verbindet.

Mehr Informationen zu den Projekten und Initiativen der Stiftung lesen Sie im Internet: www.audi-umweltstiftung.de



Projekt von „Clear Rivers“ in Kooperation mit der Audi Stiftung für Umwelt: Die schwimmenden Plastikinseln in Brüssel sind eine Umweltschutzmaßnahme.



Aus dem gesammelten Abfall wurden Sitzbänke hergestellt.

Engagiert vor Ort

Verantwortung bedeutet, engagiert zu sein. Das sind die Mitarbeitenden von Audi nicht nur während der Arbeitszeit. Mit einer Vielzahl an Corporate-Citizenship-Projekten prägen sie die Standorte weltweit – eine kleine Auswahl aus 2019.

Wonach richtet Audi sein Engagement aus? Jeder Standort des Konzerns hat seine eigene Identität und eigene Anforderungen. Dementsprechend kann das gesellschaftliche Engagement vor Ort unterschiedliche Schwerpunkte aufweisen. Als Orientierung hat Audi globale Leitsätze für das gesellschaftliche Engagement definiert. Als langfristige Leitplanken formuliert, geben sie Hilfestellung für die Auswahl und Entwicklung zielgerichteter Maßnahmen zur Standortentwicklung und verdeutlichen das gemeinsame Verständnis, das sich wie ein roter Faden durch die unterschiedlichen Maßnahmen an den Standorten zieht.

Das lokale Engagement an den Standorten hat das Ziel, die jeweilige Region weiterzuentwickeln und dessen Attraktivität für Unternehmen, Mitarbeitende und Gesellschaft zu stärken. Audi setzt sich für Benachteiligte ein und unterstützt Mobilitätsprojekte sowie Engagement, das der Bildung und Weiterbildung von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen dient. Im Bereich Technik fördert Audi Projekte, bei denen das Unternehmen sein Know-how sinnvoll einsetzt.

Auch die Mitarbeitenden von Audi solidarisieren sich immer wieder in verschiedenen Aktionen und bei Spendenaufrufen: Im Berichtsjahr wurde durch die Weihnachtsspende und Restcentspende an den Standorten Ingolstadt und Neckar-sulm ein Betrag in Höhe von rund 1,297 (2018: 1,284) Millionen Euro ^[209] ^[211] gesammelt.



Audi Hungaria

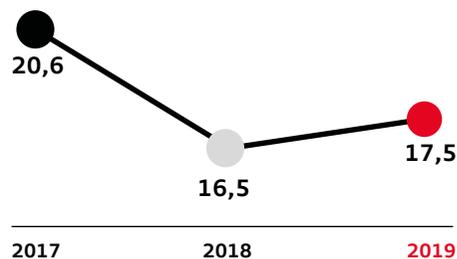
TED x Győr Sogenannte TED Talks sind inspirierend, lehrreich und unterhaltsam. TED steht für „Technologie, Entertainment & Design“. Ursprünglich gemeint sind damit Ideenkonferenzen aus Kalifornien, bei denen Vordenker, Unternehmer, Aktivisten und Künstler ihre Projekte und Ideen in wenigen Minuten vorstellen. Beim von Audi unterstützten TED x Győr lauschten Zuhörer besonders einem Experten: Dr. Hanula Barna, Leiter der Audi Hungaria Fakultät für Fahrzeugtechnik der Széchenyi István Universität. Er sprach über Energie und Ressourcen.



Audi México

Audi Habita Ist es einfach, nachhaltiges Handeln zu lernen? Ja, ist es – besonders dann, wenn es spielerisch ist. Das beweist das Projekt „Audi Habita“ in Mexiko. Am Produktionsstandort in San José Chiapa engagiert sich Audi für eine nachhaltige Zukunft. Konkret: Kinder aus der Umgebung lernen auf leichte Art und Weise, wie wichtig es ist, nachhaltig mit der Natur umzugehen. An zwei Projekttagen erleben 30 Schüler, was es bedeutet, eine Autoproduktion nachhaltig zu gestalten. Zum Beispiel erforschen sie mit Lupen, was sich im Wasser des produktionseigenen Wasserreinigungssystems befindet. Dort entdecken die Kids Mikroorganismen, mit denen Audi jährlich 100.000 Kubikmeter Abwasser einspart.

Ausgaben für das gesellschaftliche Engagement ^[210] ^[211] von Audi (in Mio. EUR)



Audi of America

America Scores Passen Fußball und Gedichte zusammen? Ja, sogar sehr gut! Und die Organisation „America Scores“ – auf Deutsch „Amerika trifft“ – hat dies auch 2019 dank der Unterstützung von Audi bewiesen. Die gemeinnützige Organisation arbeitet mit öffentlichen Schulen in einkommensschwachen Gemeinden zusammen und bietet Grund- und Mittelschülern außerschulische Programme an. Die Schüler spielen sowohl Fußball als auch mit Worten, da sie eigene Gedichte schreiben, mit denen sie in Poetry Slams antreten. America Scores betreut mehr als 13.000 Schüler an 311 Schulen in zwölf Städten. Ungefähr 85 Prozent der Teilnehmer leben an oder unter der Armutsgrenze.



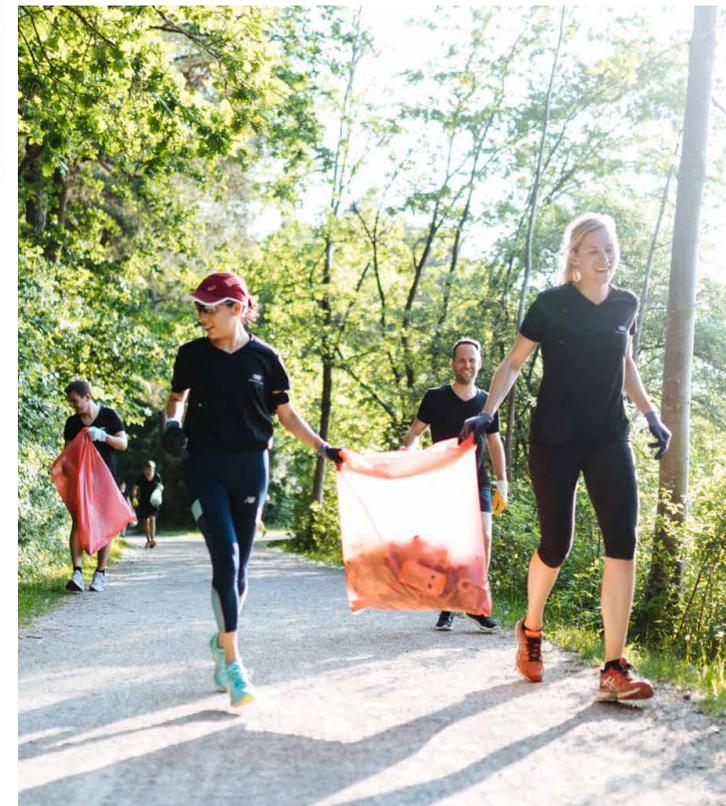
Audi in Ingolstadt



TeamAktionen & Freiwilligentag Bei den Audi TeamAktionen, die Teil von Audi Ehrensache sind, unterstützen auch 2019 Mitarbeitende in Ingolstadt und Neckarsulm ganzjährig gemeinnützige Einrichtungen. Dabei werden sie auch von Audi gefördert. Ziel ist das Wohl von Kindern, Senioren, Menschen mit Behinderung und aller, die Unterstützung im Kleinen oder Großen benötigen. Positiver Nebeneffekt: Die TeamAktionen sind gleichzeitig ein exzellentes Teambuilding und stärken den Zusammenhalt der Mannschaft. Erfolgreich war auch der Audi Freiwilligentag im Mai 2019: Mehr als 300 Audi Kollegen halfen ehrenamtlich in 42 sozialen Einrichtungen.



Engagierte Audianer: Mitarbeitende halfen 2019 beim Freiwilligentag im Seniorenheim.



Audi in Neckarsulm

Laufend Gutes tun Was ist denn Plogging? Ein Umwelt-Fitness-Trend aus Schweden. Er verbindet Joggen mit dem Sammeln von Müll. Plogging setzt sich aus dem schwedischen Verb für aufheben/pflücken (plocka) und joggen zusammen.

2019 holte die Audi Stiftung für Umwelt den Trendsport nach Neckarsulm und lud Mitarbeitende und Neckarsulmer zum Plogging ein. Das Ziel der Aktion: Sensibilisierung für Umweltschutz.

Audi China

Spring Bud Project Im Jahr 2019 hat FAW-Volkswagen Audi eine strategische Zusammenarbeit mit der China Children and Teenagers' Foundation (CCTF) geschlossen, um mehrere Sozialprojekte zu fördern. Das bekannteste ist das Projekt mit dem Namen „Frühlingsknospe“ (engl. Spring Bud). Dieses wurde schon 1989 von der All-China Women's Federation (ACWF) mit dem Ziel ins Leben gerufen, Schulabbrecherinnen eine einfache Rückkehr ins Bildungssystem zu ermöglichen und Frauen zu fördern. Es ist nicht das einzige Wohlfahrtsprogramm des CCTF: Die Organisation setzt sich auch dafür ein, Unterrichtsbedingungen in von Armut betroffenen Gebieten sowie die Gesundheitsbedingungen von Kindern und Jugendlichen insgesamt zu verbessern. Ein Highlight der Organisation ist das „Frühlingsknospe Dream Camp“, bei dem junge Menschen in Forschung und neue Technologie eintauchen.

Die Zahlen sind beeindruckend: In den 30 Jahren seit Bestehen wurden schon mehr als 3,6 Millionen Mädchen und junge Frauen sowie über 1.800 Schulen unterstützt.



Audi in Italien

KiSS-Programm Bei Ducati wurde 2019 das KiSS-Programm fortgesetzt. KiSS steht für „Keep it Shiny and Sustainable“ (auf Deutsch: „Halte es glänzend und nachhaltig“). Ziel des Programms ist es, das öffentliche Bewusstsein für die Bedeutung nachhaltiger Verhaltensweisen auch bei großen Sportveranstaltungen wie der MotoGP-Meisterschaft und im Alltag zu stärken.



Girlstech Bei Italdesign konnten die Töchter von Mitarbeitenden die Arbeitswelt der Automobilindustrie erforschen. Das Ziel: Die Zahl der Frauen, die sich für MINT-Themen (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik) interessieren, soll erhöht werden.

Fahrgemeinschaften Bei Lamborghini arbeitet man nicht nur gut zusammen, auch der Weg zur Arbeit wird oft geteilt. Dank eines betrieblichen Fahrgemeinschaftsdienstes wird so schon auf dem Weg zum Unternehmen CO₂ gespart. Weiteres Plus? Durch die Anfahrt weniger gestresste Mitarbeitende.

Mitarbeiter und Gesellschaft (Tabelle 1 von 3)

Das Audi Nachhaltigkeitsprogramm verbindet strategische Ziele im Bereich Nachhaltigkeit mit konkreten Maßnahmen. Es gliedert sich in die vier Kernthemen „Wirtschaften und Integrität“, „Produkte und Services“, „Wertschöpfung und Produktion“ sowie „Mitarbeiter und Gesellschaft“.

Ziel	Maßnahme	Termin	Abgleich SDGs
Flexibilisierung von Arbeitszeit und -ort	Etablierung des mobilen Arbeitens	Kontinuierliche Weiterentwicklung	
Methodische und inhaltliche Aktualisierung der Berufsausbildung und Weiterbildung	Erweiterung digitaler Lernmethoden	2025	
	Inhaltliche Anpassung der Berufsausbildung und Weiterbildung in Bezug auf strategische Zukunftsthemen	2025	
	Beibehalten der Ausbildungszahlen und Weiterbildungstage auf hohem Niveau (Drei-Jahres-Vorschau)	2020	
Förderung der Mitarbeitergesundheit	Weiterentwicklung des Arbeits- und Gesundheitsschutzes an internationalen Standorten	2020	
	Aufbau digitaler Angebote in der betrieblichen Gesundheitsförderung	2022	
Förderung von Chancengleichheit	Steigerung des Frauenanteils in der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands auf acht Prozent und in der zweiten Führungsebene auf 16 Prozent	2021	
Stärkung der kulturellen Vielfalt	Ausbau des Anteils internationaler Manager innerhalb der AUDI AG, weltweite Mitarbeiterrotation der Belegschaft, internationale Nachwuchsprogramme, interkulturelle Sensibilisierung und Trainings	2025	

Mitarbeiter und Gesellschaft (Tabelle 2 von 3)

Ziel	Maßnahme	Termin	Abgleich SDGs
Vereinbarkeit von Beruf und Privatem	Ausbau der Kinderbetreuung	Kontinuierliche Weiterentwicklung	
	Fokussierung des Themas Pflege im Rahmen von Mitarbeiterinformationsveranstaltungen	Kontinuierliche Weiterentwicklung	
	Ausbau und Weiterentwicklung Urban Services: Angebote und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs an der Schnittstelle zwischen Arbeit und Freizeit („between home and work“) an den Standorten Ingolstadt und Neckarsulm	Kontinuierliche Weiterentwicklung	
	Förderung Mitarbeitermobilität durch Stärkung des Angebots von Jobtickets und unterstützende Angebote zur Bildung von Fahrgemeinschaften	Kontinuierliche Weiterentwicklung	
Weiterentwicklung ehrenamtlicher Programme	Abfrage der Bedarfe durch jährliche Veranstaltungen/Formate an den Audi Standorten	Kontinuierliche Weiterentwicklung	
Förderung einer Unternehmenskultur im Sinne der Volkswagen Konzerngrundsätze, der Audi Unternehmenswerte und des Kodex der Zusammenarbeit	Konzernweite Einführung eines Role-Model-Programms für Führungskräfte	2019 (abgeschlossen)	
	Rollout und Etablierung der Volkswagen Konzerngrundsätze	2019 (abgeschlossen)	
	Etablierung der Teamdialoge und des Grundsatzindikators zur Bekanntmachung der Volkswagen Konzerngrundsätze und zur Messung des Kulturfortschritts	2019 (abgeschlossen)	

Mitarbeiter und Gesellschaft (Tabelle 3 von 3)

Ziel	Maßnahme	Termin	Abgleich SDGs
Steigerung Arbeitgeberattraktivität	Initiierung und Förderung zukunftsorientierter Veranstaltungen mit Fokus gesellschaftliches Engagement/Innovationen (z. B. MQ! Innovation Summit oder One Young World Summit)	Kontinuierliche Weiterentwicklung	
Zugang zu Bildung für die Öffentlichkeit	Öffentliche Veranstaltungen „Wissenschaft im Dialog“ an den Standorten Ingolstadt & Neckarsulm	Kontinuierliche Weiterentwicklung	
Weiterentwicklung der Forschung & Lehre in Zukunftsfeldern an Hochschulen	Unterstützung der Hochschulen mit Stiftungsprofessoren	Kontinuierliche Weiterentwicklung	
Förderung der psychischen Gesundheit	Stufe I: Ausbau der Transparenz und Kommunikation durch eine Entstigmatisierungskampagne	2019 (abgeschlossen)	
	Stufe II & Stufe III: Ausbau der Unterstützungsangebote sowie Etablierung eines Netzwerkes und ganzheitlicher Versorgungsstrukturen zur physischen und psychischen Gesundheit	2023	
Förderung der flexiblen Zusammenarbeit im Unternehmen	Schaffung und Etablierung neuer Zusammenarbeitsformate wie z. B.: agile Prozesswerkstatt, Denkwerkstatt in Berlin	Kontinuierliche Weiterentwicklung	
Digitalisierung der HR-Prozesse	Launch und Etablierung einer HR-App, um den Mitarbeitenden den Zugriff auf persönliche Daten (z. B. Arbeitszeit, Kalender, Entgelt etc.) weiter zu erleichtern	2020	
Erweiterung attraktiver Arbeitsbedingungen	Umsetzung der Erweiterung des Tarifvertrages (T-ZUG) mit der Wahlmöglichkeit zwischen Auszahlung des tariflichen Zusatzgel-des oder der Umwandlung in bezahlte Freistellungstage	2020	

Anhang

Über den Bericht

Der Nachhaltigkeitsbericht der AUDI AG erscheint seit dem Jahr 2012. Die Veröffentlichung des Audi Nachhaltigkeitsberichts erfolgt regulär alle zwei Jahre zur Hauptversammlung der AUDI AG. In den Zwischenjahren wird ein Update der Kennzahlen und des Nachhaltigkeitsprogramms veröffentlicht.

Bei dem vorliegenden Bericht handelt es sich um den vollumfänglichen Nachhaltigkeitsbericht, der über das Geschäftsjahr 2019 (1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2019) berichtet. Die Angaben im Bericht beziehen sich auf den Audi Konzern. Sofern nur einzelne Gesellschaften, Standorte oder Marken angesprochen sind, ist dies entsprechend vermerkt. Die Mitarbeiterkennzahlen beziehen sich, sofern nicht anders gekennzeichnet, auf den jeweiligen Jahresendstand. Aufgrund der verschobenen Hauptversammlung im Jahr 2020 wird der vorliegende Bericht ausnahmsweise vorab veröffentlicht, um die Informationen über das Berichtsjahr 2019 zeitnah an die Öffentlichkeit adressieren zu können.

Der Bericht erscheint in Deutsch und Englisch und wurde vom gesamten Vorstand freigegeben. Der Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards der Global Reporting Initiative mit der Option „Core“ erstellt und von der Organisation mit dem GRI Materiality Disclosures Service bestätigt. Zur Identifikation wesentlicher Themen hat Audi im Jahr 2019 eine umfassende Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt.

Redaktionelle Hinweise

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im Bericht bei geschlechtsspezifischen Bezeichnungen die männliche Form gewählt. Damit sind selbstverständlich sowohl weibliche als auch männliche Personen gemeint.

Redaktionsschluss war der 30. April 2020.

Audi Nachhaltigkeitskennzahlen

Audi macht seine Nachhaltigkeitsleistungen mithilfe von Kennzahlen messbar und stellt diese transparent dar. Die Kennzahlen gelten jeweils für das Kalenderjahr und beziehen sich auf den Audi Konzern. Sofern Kennzahlen nur einzelne Gesellschaften des Audi Konzerns umfassen, ist dies entsprechend vermerkt. Die Kennzahlen sind jeweils gerundet, was zu geringfügigen Abweichungen in der Summenbildung führen kann. Eine Prüfung der Kennzahlen durch eine unabhängige Wirtschaftsprüfungsgesellschaft ist mit dem Symbol „✓“ gekennzeichnet.

➔ [Den Prüfungsvermerk finden Sie auf Seite 116 und 117.](#)

✓ = Übernahme der Kennzahl 2019 aus dem geprüften zusammengefassten Lagebericht 2019 des Audi Konzerns und der AUDI AG

✓ Kennzahlen 2019 und Managementansätze im Rahmen der Prüfung ausgewählter Angaben im Audi Nachhaltigkeitsbericht 2019 geprüft

WIRTSCHAFTEN UND INTEGRITÄT

	Einheit	2017	2018	2019
Umsatzerlöse ^[100] ✓	Mio. EUR	59.789	59.248	55.680
Operatives Ergebnis ✓	Mio. EUR	4.671	3.529	4.509
Ergebnis vor Steuern ✓	Mio. EUR	4.717	4.361	5.223
Ergebnis nach Steuern ✓	Mio. EUR	3.432	3.463	3.943
Gesamtinvestitionen ✓	Mio. EUR	5.235	5.552	4.223
Forschungs- und Entwicklungsleistungen ✓	Mio. EUR	3.809	4.178	4.426
Operative Umsatzrendite ^[100] ✓	Prozent	7,8	6,0	8,1
Kapitalrendite ^[100] ✓	Prozent	14,4	10,0	12,7
Sachinvestitionsquote ^[100] ^[101] ✓	Prozent	6,5 ^[118]	5,9	4,9
Netto-Cashflow ^[100] ✓	Mio. EUR	4.312 ^[102]	2.141	3.160

PRODUKTE UND SERVICES

PRODUKTION	Einheit	2017	2018	2019
Segment Automobile ✓	Automobile ^[103]	1.879.840	1.871.386	1.802.073
	Motoren und elektrische Antriebe	1.966.434	1.955.532	1.969.731
Segment Motorräder (Marke Ducati) ✓	Motorräder	56.743	53.320	51.723

AUSLIEFERUNGEN AN KUNDEN	Einheit	2017	2018	2019
Segment Automobile ^[104] ^[105] ✓	Automobile	2.105.084	2.081.418	1.853.833
Marke Audi ^[104] ✓	Automobile	1.878.105	1.812.485	1.845.573
Deutschland ✓	Automobile	294.544	260.456	271.613
Außerhalb Deutschlands ✓	Automobile	1.583.561	1.552.029	1.573.964
Marke Lamborghini ✓	Automobile	3.815	5.750	8.205
Sonstige Marken des Volkswagen Konzerns ^[105] ✓	Automobile	223.164	263.183	55
Segment Motorräder (Marke Ducati) ✓	Motorräder	55.871	53.004	53.183

PRODUKTBEZOGENE CO ₂ -EMISSIONEN	Einheit	2017	2018	2019
CO ₂ -Emissionen der europäischen Flotte (EU 30) ^[105] ✓	g CO ₂ /km	127	129	131
Flottenverbrauch China (FBU) ✓	l/100 km	7,6	7,5	5,9

WERTSCHÖPFUNG UND PRODUKTION ^[106]

ENERGIE	Einheit	2017	2018	2019
Energieverbrauch gesamt ^[107] ✓	MWh	2.920.739	2.775.442	2.677.678
Segment Automobile ✓ (inkl. Komponenten)	MWh	2.897.174	2.751.234	2.654.047
	MWh/Fz.	2,65	2,69	2,67
aus erneuerbaren Energien ✓	MWh	999.572	1.142.833	1.312.213
Segment Automobile ✓ (inkl. Komponenten)	MWh	998.756	1.140.530	1.310.019
	MWh/Fz.	0,91	1,11	1,32
Strom ✓	MWh	1.686.041	1.666.649	1.577.679
Segment Automobile ✓ (inkl. Komponenten)	MWh	1.670.431	1.650.932	1.562.156
	MWh/Fz.	1,53	1,61	1,57
Wärme (inkl. Fernwärme) ✓	MWh	874.115	779.967	784.791
Segment Automobile ✓ (inkl. Komponenten)	MWh	866.160	771.475	776.683
	MWh/Fz.	0,79	0,75	0,78
davon Fernwärme ✓	MWh	364.612	340.474	351.292
Segment Automobile ✓ (inkl. Komponenten)	MWh	364.409	340.158	350.820
	MWh/Fz.	0,33	0,33	0,35
Brenngase für Fertigungsprozesse	MWh	360.252	328.345	314.894
Segment Automobile ✓ (inkl. Komponenten)	MWh	360.252	328.345	314.894
	MWh/Fz.	0,33	0,32	0,32
Kälte (extern bezogen) ✓	MWh	331	482	314
Segment Automobile ✓ (inkl. Komponenten)	MWh	331	482	314
	MWh/Fz.	0,0003	0,0005	0,0003

BRENNSTOFFE	Einheit	2017	2018	2019
Brennstoffeinsatz gesamt	MWh	1.202.130	1.092.974	1.066.205
Segment Automobile (inkl. Komponenten)	MWh	1.169.738	1.059.128	1.033.019
	MWh/Fz.	1,07	1,03	1,04
Erdgas ✓	MWh	1.051.055	961.486	946.095
Segment Automobile ✓ (inkl. Komponenten)	MWh	1.020.819	929.858	914.967
	MWh/Fz.	0,93	0,91	0,92
Heizöl ✓	MWh	11.438	8.782	6.813
Segment Automobile ✓ (inkl. Komponenten)	MWh	11.438	8.782	6.813
	MWh/Fz.	0,010	0,009	0,007
Dieselmotoren (Prüfstände)	MWh	39.540	30.753	24.472
Segment Automobile (inkl. Komponenten)	MWh	39.540	30.753	24.472
	MWh/Fz.	0,04	0,03	0,02
Ottomotoren (Prüfstände)	MWh	100.097	91.953	88.825
Segment Automobile (inkl. Komponenten)	MWh	97.941	89.736	86.769
	MWh/Fz.	0,09	0,09	0,09



VORWORT	KURZPORTRÄT	STRATEGIE	WIRTSCHAFTEN & INTEGRITÄT	PRODUKTE & SERVICES	WERTSCHÖPFUNG & PRODUKTION	MITARBEITER & GESELLSCHAFT	ANHANG
---------	-------------	-----------	---------------------------	---------------------	----------------------------	----------------------------	---------------

EMISSIONEN	Einheit	2017	2018	2019
Emittiertes CO ₂ gesamt ✓	t	727.294	619.140	572.804
Segment Automobile ✓ (inkl. Komponenten)	t	722.459	615.009	568.792
	kg/Fz.	660,08	600,57	572,99
direkte CO ₂ -Emissionen ^[108] ✓	t	246.276	202.031	198.418
Segment Automobile ✓ (inkl. Komponenten)	t	242.997	198.564	195.097
	kg/Fz.	222,02	193,90	196,54
indirekte CO ₂ -Emissionen ✓	t	481.018	417.110	374.386
Segment Automobile ✓ (inkl. Komponenten)	t	479.463	416.444	373.695
	kg/Fz.	438,07	406,66	376,45
VOC-Emissionen ^[109] ✓	t	1.425 ^[119]	1.081	916
Segment Automobile ✓ (inkl. Komponenten)	t	1.425 ^[119]	1.081	913
	kg/Fz.	1,30 ^[119]	1,06	0,92
direkte NO _x -Emissionen ^[110] ✓	t	235	202	191
Segment Automobile ✓ (inkl. Komponenten)	t	232	195	186
	kg/Fz.	0,21	0,19	0,19
Schwefeldioxid	t	1,93	2,14	2,06
Segment Automobile (inkl. Komponenten)	t	1,90	2,14	2,06
	kg/Fz.	0,002	0,002	0,002
Gesamtstaub	t	37	58	41
Segment Automobile (inkl. Komponenten)	t	37	58	41
	kg/Fz.	0,03	0,06	0,04
CO ₂ -Einsparungen in der Logistik ^[111] ✓	t CO ₂ e	13.571	13.712	13.525

WASSER	Einheit	2017	2018	2019
Frischwasserverbrauch gesamt ✓	m ³	4.207.671	4.159.236	3.428.952
Segment Automobile ✓ (inkl. Komponenten)	m ³	4.133.952	4.091.377	3.360.283
	m ³ /Fz.	3,78	4,00	3,39
Frischwasserverbrauch Eigengewinnung ✓	m ³	2.557.949	2.609.368	2.057.909
Segment Automobile ✓ (inkl. Komponenten)	m ³	2.510.020	2.566.473	2.014.522
	m ³ /Fz.	2,29	2,51	2,03
Niederschlagswasser genutzt ✓	m ³	337.343	394.041	165.207
Oberflächenwasser aus Seen, Flüssen, Meeren ✓	m ³	663.879	722.499	611.311
Grundwasser ✓	m ³	1.508.798	1.449.933	1.238.004
Frischwasserverbrauch Fremdbezug ✓	m ³	1.649.722	1.549.868	1.371.043
Segment Automobile ✓ (inkl. Komponenten)	m ³	1.623.932	1.524.904	1.345.761
	m ³ /Fz.	1,48	1,49	1,36

VORWORT

KURZPORTRÄT

STRATEGIE

WIRTSCHAFTEN & INTEGRITÄT

PRODUKTE & SERVICES

WERTSCHÖPFUNG & PRODUKTION

MITARBEITER & GESELLSCHAFT

ANHANG

ABWASSER	Einheit	2017	2018	2019
Abwasseraufkommen ✓	m³	2.258.579	2.382.498	1.866.952
Segment Automobile ✓ (inkl. Komponenten)	m³	2.235.597	2.357.551	1.842.494
	m³/Fz.	2,04	2,30	1,86
Direkteinleitung ^[112]	m³	4.193	11.228	18.529
Indirekteinleitung ^[112]	m³	2.231.404	2.346.324	1.823.965

ABWASSERFRACHTEN ^[112]	Einheit	2017	2018	2019
Chemischer Sauerstoffbedarf ✓	kg	634.543	617.759	241.286
Gesamt Phosphorgehalt als Phosphor (P) ✓	kg	5.631	3.493	1.533
Gesamt Stickstoff als Stickstoff (N) ✓	kg	35.104	36.026	16.175
Zink ✓	kg	853	284	107

ABFALL	Einheit	2017	2018	2019
Abfallaufkommen gesamt (ohne Schrott) ✓	t	109.965 ^[119]	107.079	107.389
Segment Automobile ✓ (inkl. Komponenten)	t	108.585	105.785	106.142
	kg/Fz.	99,21	103,30	106,93
Abfall zur Verwertung ✓	t	99.192 ^[119]	99.674	103.606
Segment Automobile ✓ (inkl. Komponenten)	t	97.870	98.478	102.450
	kg/Fz.	89,42	96,17	103,21
Sonstiger Abfall zur Verwertung ✓	t	57.022	56.538	57.160
Segment Automobile ✓ (inkl. Komponenten)	t	55.774	55.429	56.097
	kg/Fz.	50,96	54,13	56,51
Gefährlicher Abfall zur Verwertung	t	35.758 ^[119]	37.553	40.683
Segment Automobile ✓ (inkl. Komponenten)	t	35.732	37.506	40.631
	kg/Fz.	32,65	36,62	40,93
Nicht produktionsspezifischer Abfall zur Verwertung	t	6.413	5.583	5.763
Segment Automobile ✓ (inkl. Komponenten)	t	6.364	5.544	5.722
	kg/Fz.	5,81	5,41	5,76
Abfall zur Beseitigung ✓	t	10.773 ^[119]	7.405	3.784
Segment Automobile ✓ (inkl. Komponenten)	t	10.715	7.306	3.691
	kg/Fz.	9,79	7,13	3,72
Sonstiger Abfall zur Beseitigung ✓	t	257	289	413
Segment Automobile ✓ (inkl. Komponenten)	t	233	244	381
	kg/Fz.	0,21	0,24	0,38
Gefährlicher Abfall zur Beseitigung ✓	t	10.001 ^[119]	6.116	3.182
Segment Automobile ✓ (inkl. Komponenten)	t	9.977	6.063	3.121
	kg/Fz.	9,12	5,92	3,14
Nicht produktionsspezifischer Abfall zur Beseitigung ✓	t	516	1.000	189
Segment Automobile ✓ (inkl. Komponenten)	t	505	999	189
	kg/Fz.	0,46	0,98	0,19
Metallische Abfälle ✓ (Schrott; vollständig zur Verwertung)	t	363.643	345.827	320.841
Segment Automobile ✓ (inkl. Komponenten)	t	363.081	345.228	320.247
	kg/Fz.	331,73	337,12	322,61

MITARBEITER UND GESELLSCHAFT

BELEGSCHAFT	Einheit	2017	2018	2019
Belegschaft Audi Konzern ^[201] ✓	Anzahl	90.402	91.477	90.783
Inländische Gesellschaften ^[201] ✓	Anzahl	59.448	59.754	60.083
davon AUDI AG ✓	Anzahl	58.493	58.813	58.940
Werk Ingolstadt ✓	Anzahl	42.498	42.784	42.904
Werk Neckarsulm ✓	Anzahl	15.995	16.029	16.036
Ausländische Gesellschaften ^[201] ✓	Anzahl	27.904	28.702	27.669
Audi Brussels S.A./N.V. ✓	Anzahl	2.656	2.768	2.922
Audi Hungaria Zrt. ^[202] ✓	Anzahl	11.888	12.825	13.079
Audi México S.A. de C.V. ✓	Anzahl	6.211	5.682	5.268
Automobili Lamborghini S.p.A. ✓	Anzahl	1.465	1.643	1.788
Ducati Motor Holding S.p.A. ✓	Anzahl	1.240	1.278	1.290
Auszubildende ^[201] ✓	Anzahl	2.618	2.582	2.585
Anzahl temporär beschäftigte Arbeitnehmer Audi Konzern	Anzahl	3.395	2.527	1.957
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit ^[203] ^[204] ✓	Jahre	17,0	17,5	17,9
Fluktuationsquote ^[203] ^[204] ✓	Prozent	0,8	0,9	0,7
Neueinstellungen Audi Konzern	Anzahl	6.125	5.004	4.214
Neueinstellungen AUDI AG	Anzahl	1.445	1.628	1.310
Durchschnittliches Alter ^[203] ^[213] ✓	Jahre	40,8	41,2	41,5
Anteil direkter Mitarbeiter	Prozent	48,9	48,4	48,5
Anteil indirekter Mitarbeiter	Prozent	48,0	48,6	48,5

ALTERSSTRUKTUR ^[203] ^[204]	Einheit	2017	2018	2019
< 30 Jahre ✓	Prozent	17,3	15,7	14,3
30 bis 50 Jahre ✓	Prozent	54,9	54,9	55,1
30 bis 50 Jahre ✓	Prozent	27,8	29,4	30,6

FRAUENANTEIL	Einheit	2017	2018	2019
Audi Konzern ^[203] ✓	Prozent	14,6	14,9	15
AUDI AG ✓	Prozent	15,2	15,4	15,6
davon Auszubildende ✓	Prozent	29,1	27,2	25,5
davon gewerbliche Auszubildende ✓	Prozent	26,3	24,2	22,3
davon kaufmännische Auszubildende ✓	Prozent	80,6	81,1	80,6
Management ^[212] ✓	Prozent	10,1	10,9	11,9
Audi Brussels S.A./N.V. ✓	Prozent	6,5	6,7	6,9
Audi Hungaria Zrt. ✓	Prozent	12,3	12,8	13
Audi México S.A. de C.V. ✓	Prozent	13,3	13,8	14,2
Automobili Lamborghini S.p.A. ✓	Prozent	20,3	20,2	20,5
Ducati Motor Holding S.p.A. ✓	Prozent	18,3	18,4	19

DURCHSCHNITTLICHE QUALIFIZIERUNGSZEIT JE MITARBEITER ^[214]	Einheit	2017	2018	2019
Qualifizierungszeit gesamt	Stunden	16,2	13,7	13
Direkte Mitarbeiter	Stunden	11,1	8,6	8,3
Indirekte Mitarbeiter	Stunden	21,2	18,2	16,7
Mitarbeiter in Managementpositionen	Stunden	19,3	21,1	23,8

WEITERE STRUKTURDATEN

		2017	2018	2019
Gesundheitsstand ^[203] ^[204] ^[205] ✓	Prozent	95,5	95,2	95,3
Unfallhäufigkeit ^[204] ^[206] ✓	-	5,0	5,6	6,2
Akademikeranteil ^[204] ^[207] ✓	Prozent	49,9	50,9	51,4
Anteil Mitarbeiter anderer Nationalität ^[204] ✓	Prozent	8,4	8,4	8,3
Anteil Menschen mit schwerer Behinderung ^[203] ^[204] ✓	Prozent	6,1	6,5	6,7
Arbeitsaufträge an Werkstätten für Menschen mit Behinderung ^[204] ✓	Mio. EUR	7,0	7,9	7,3

	Einheit	2017	2018	2019
Audi Ergebnisbeteiligung pro Mitarbeiter ^[208] ✓	EUR	4.770	3.630	3.880
Mitarbeiterspenden ^[209] ^[211] ✓	EUR	1.270.189	1.283.502	1.296.507
Ausgaben für gesellschaftliches Engagement ^[210] ^[211] ✓	Mio. EUR	20,6	16,5	17,5
Mitarbeiter in Teilzeit ^[204]	Anzahl	3.703	3.924	4.448
Mitarbeiter in Elternzeit ^[204]	Anzahl	3.117	3.439	3.753
Anzahl weiblicher Mitarbeiter in Elternzeit ^[204]	Anzahl	1.107	1.229	1.448
Anzahl männlicher Mitarbeiter in Elternzeit ^[204]	Anzahl	2.010	2.210	2.305
Durchschnittliche Dauer der Elternzeit ^[204]	Dauer	9	9	9

AUDI IDEEN-PROGRAMM ^[204]

	Einheit	2017	2018	2019
Einsparungen ✓	Mio. EUR	108,6	109,1	101,3
Realisierungsquote ✓	Prozent	54,9	55,5	54,4

- ^[1] Vollelektrisches Fahrzeug
- ^[2] Plug-in-Hybridantrieb
- ^[3] Produktionsstandorte 2019: Stand 30.01.2020
- ^[4] Die Grundlage für die Ermittlung und Auswahl der Stakeholder sind der Stakeholder-Engagement-Standard AccountAbility 1000 (AA1000SES) und dessen Prinzipien Inklusivität, Wesentlichkeit und Reaktivität.
- ^[5] Geplant für Herbst 2019, durchgeführt Anfang 2020
- ^[6] Anpassung des Zielkorridors von 6,5 bis 7,0 Prozent auf 5,0 bis 6,0 Prozent aufgrund der Verlagerung von F&E-Umfängen an die Car.SW Org. und weiterer Nutzung von Konzernsynergien
- ^[7] Anpassung des Zielkorridors von 5,5 bis 6,0 Prozent auf 5,0 bis 6,0 Prozent aufgrund von Optimierung der Sachinvestitionen
- ^[8] Anpassung der Maßnahme aufgrund von zusätzlicher Nachfrageverschiebung in Richtung PHEV
- ^[9] Markt Europa
- ^[10] Terminkorrektur von 2019 auf 2020 aufgrund Entwicklungsverzögerung
- ^[11] Terminkonkretisierung für die Umsetzung der zehn Prozent. Der Aufbau bleibt jedoch eine kontinuierliche und bedarfsgerechte Maßnahme.
- ^[12] Der geplante Aufbau für das Jahr 2019 wurde umgesetzt. Anpassung des Zieltermins auf Abschluss der gesamten Maßnahme.
- ^[13] Einführung einer homologierten Kleinserie aufgrund von geänderten Planungsprämisse gestoppt, jedoch Weiterentwicklung Brennstoffzellentechnologie (Modul/Tankentwicklung/Fertigungstechnologie)
- ^[14] Terminkorrektur von 2025 auf 2026 aufgrund geänderter Planungsprämisse im Konzern
- ^[15] Die Markteinführung synthetischer Flüssigkraftstoffe durch die AUDI AG ist aufgrund einer geänderten strategischen Ausrichtung aktuell ausgesetzt.
- ^[16] Terminkorrektur von 2019 auf 2021 aufgrund Umpriorisierung der technologischen Ergänzungsmaßnahmen an der PtG-Anlage Werlte
- ^[17] Terminkorrektur: Die Maßnahme „Entwicklung und Vorantreiben synthetischer Flüssigkeitskraftstoffe unter der Dachmarke Audi e-fuels (e-diesel, e-benzin und e-ethanol)“ aus dem Nachhaltigkeitsbericht 2018 wurde aufgrund einer geänderten strategischen Ausrichtung angepasst.

- ^[100] Werte des Jahres 2019 beeinflusst durch die Entkonsolidierung der Mehrmarken-Vertriebsgesellschaften zum 1.1.2019. Mehr dazu finden Sie im Finanzbericht, zum Beispiel auf S. 36 f.
- ^[101] Sachinvestitionen sind Investitionen in Sachanlagen, als Finanzinvestitionen gehaltene Immobilien und sonstige immaterielle Vermögenswerte gemäß Kapitalflussrechnung im Verhältnis zu den Umsatzerlösen.

VORWORT	KURZPORTRÄT	STRATEGIE	WIRTSCHAFTEN & INTEGRITÄT	PRODUKTE & SERVICES	WERTSCHÖPFUNG & PRODUKTION	MITARBEITER & GESELLSCHAFT	ANHANG
---------	-------------	-----------	---------------------------	---------------------	----------------------------	----------------------------	--------

- ^[102] Netto-Cashflow unter Berücksichtigung der Übertragung der Minderheitsbeteiligung an der Volkswagen Group Services S.A., Brüssel (Belgien), auf die Volkswagen AG, Wolfsburg, im Jahr 2017
- ^[103] Inklusive der Audi Modelle, die vom assoziierten Unternehmen FAW-Volkswagen Automotive Company, Ltd., Changchun (China) lokal gefertigt wurden
- ^[104] Inklusive der ausgelieferten Fahrzeuge, die vom assoziierten Unternehmen FAW-Volkswagen Automotive Company, Ltd., Changchun (China) lokal gefertigt wurden
- ^[105] Zum 1.1.2019 erfolgte die Entkonsolidierung der Mehrmarken-Vertriebsgesellschaften. Mehr dazu finden Sie im Finanzbericht auf Seite 8.
- ^[106] Bezogen auf die Standorte Ingolstadt, Münchsmünster, Neckarsulm, Brüssel, Győr, San José Chiapa (seit 2016), Sant'Agata Bolognese (Lamborghini), Bologna (Ducati), Amphur Pluakdaeng (Ducati) (seit 2017). Für die spezifischen Kennzahlen werden nur die automobilproduzierenden Standorte inklusive Komponentenfertigung betrachtet. Bei den Umweltkennzahlen des jeweils aktuellen Jahres handelt es sich um vorläufige Daten, die im Folgejahr durch den Endstand ersetzt werden. Im vorliegenden Bericht wurden die vorläufigen Werte des Jahres 2018 mit den jeweiligen Jahresendstandwerten aus dem Jahr 2018 aktualisiert.
- ^[107] Energieverbrauch gesamt: Diese Kenngröße setzt sich aus dem Strom- und Wärmeverbrauch sowie dem Einsatz an Brenngasen für Fertigungsprozesse und dem Bezug an externer Kälte am Standort zusammen.
- ^[108] Direkte CO₂-Emissionen: Diese Kenngröße setzt sich aus CO₂-Emissionen zusammen, die durch den Brennstoffeinsatz am Standort sowie durch CO₂-Emissionen aus dem Betrieb von Prüfständen verursacht werden.
- ^[109] VOC-Emissionen („volatile organic compounds“; flüchtige organische Verbindungen): Diese Zahl setzt sich aus den Emissionen der Lackierereien, der Prüfstände sowie sonstiger Anlagen zusammen.
- ^[110] Direkte NO_x-Emissionen: Diese Kennzahl setzt sich aus NO_x-Emissionen zusammen, die durch die am Standort vorhandenen Heizhäuser, Lackierereien sowie den Betrieb von Prüfständen verursacht werden.
- ^[111] Transport der Fahrzeuge von Ingolstadt zum Nordsee-Verladehafen in Emden, seit Oktober 2012 auch von Neckarsulm aus; seit 2015 erfolgt die Angabe in t CO₂e. Seit Juli 2017 wird der Schienenverkehr in Deutschland mit DB Schenker vollständig CO₂-neutral abgewickelt: Alle Transporte von und zu den deutschen Produktionsstandorten Ingolstadt und Neckarsulm mit DB Schenker sind CO₂-frei.
- ^[112] Direkteinleiter: Standorte Münchsmünster, San José Chiapa; Indirekteinleiter: Standorte Ingolstadt, Münchsmünster, Neckarsulm, Brüssel, Győr, Sant'Agata Bolognese (Lamborghini), Bologna (Ducati) Amphur Pluakdaeng (Ducati) (seit 2017)

- ^[113] Die Maßnahme „Sukzessive Dekarbonisierung der Lieferkette gemeinsam mit Lieferanten“ aus dem Nachhaltigkeitsbericht 2018 wurde für das Programm 2019 als Ziel definiert und um weitere Maßnahmen ergänzt.
- ^[114] Die Maßnahme „CO₂-Emissionen in der Lieferkette analysieren und potenzielle Reduzierungsmaßnahmen ableiten“ aus dem Nachhaltigkeitsbericht 2018 wurde für das Programm 2019 konkretisiert und ist deshalb nicht mehr wörtlich zu finden. Die geplanten Maßnahmen für 2019 wurden umgesetzt.
- ^[115] Prozentualer Rückgang von 40 Prozent auf 30 Prozent aufgrund von Änderung der Bezugsgröße (Anstieg des Frischwasserbedarfs am Standort Ingolstadt)
- ^[116] Die dargestellte Energieintensität bezieht sich auf die Automobilproduktion (inkl. Komponentenfertigung). Hierzu wird der Gesamtenergieverbrauch der Automobil- und Komponentenerwerke durch die an den Standorten produzierten Automobile geteilt.
- ^[117] ISO 14001: Standorte Neckarsulm, Győr, Brüssel, San José Chiapa, Sant'Agata Bolognese, Bologna und São José dos Pinhais; ISO 50001: Standorte Ingolstadt, Neckarsulm, Győr, Brüssel, San José Chiapa, und Sant'Agata Bolognese
- ^[118] Die Vorjahreswerte von einigen Finanzkennzahlen wurden im Zuge der Erstanwendung von IFRS 9 und IFRS 15 angepasst.
- ^[119] Veränderungen der Werte aus dem Jahr 2017 resultieren aus nachträglichen Anpassungen in 2019, die durch veränderte Jahresendstandwerte bedingt sind.
- ^[201] Jahresdurchschnittswert
- ^[202] Zum 1. Januar 2017 wurde die vollkonsolidierte Audi Hungaria Motor Kft., Győr (Ungarn), auf die vollkonsolidierte Audi Hungaria Services Zrt., Győr, verschmolzen und in Audi Hungaria Zrt., Győr, umbenannt.
- ^[203] Ohne Auszubildende
- ^[204] AUDI AG
- ^[205] Der Gesundheitsstand berechnet sich durch die Formel 100 – (Krankheitstage/ bezahlungrelevante Tage) * 100
- ^[206] Die Kennzahl Unfallhäufigkeit gibt an, wie viele Betriebsunfälle ab einem Tag Arbeitsausfall je eine Million geleisteter Arbeitsstunden geschehen.
- ^[207] Bezogen auf indirekte Mitarbeiter
- ^[208] Auszahlung im Folgejahr; bis 2016 Wert eines konkreten Referenz-Facharbeiters, ab 2017 durchschnittlicher Wert für einen Facharbeiter der AUDI AG
- ^[209] Weihnachtsspende und Restcentspende AUDI AG
- ^[210] Umfasst im Geschäftsjahr getätigte Ausgaben in den Bereichen Bildung, Wissenschaft, Stiftungen; inklusive Spenden; ohne Sponsoring und Forschung
- ^[211] Dabei im Jahr 2019 je inkludiert: Unternehmensaufstockung Weihnachtsspende 257.984,00 EUR
- ^[212] Ohne ATZ-Freistellungsphase
- ^[213] Ohne Befristete
- ^[214] Bezogen auf indirekte Mitarbeiter

Verbrauchs- und Emissionsangaben

Stand: Januar 2020 (Alle Angaben basieren auf den Merkmalen des deutschen Marktes.)

Modell	Kraftstoffverbrauch kombiniert [l/100 km]	CO ₂ -Emissionen kombiniert [g/km]
Audi A1 Sportback	6,0 - 4,7	137 - 107
Audi A1 citycarver	5,5 - 5,1	124 - 117
Audi Q2	6,7 - 4,4	153 - 115
Audi Q3	7,6 - 4,7	174 - 124
Audi Q3 Sportback	7,7 - 4,7	174 - 123
Audi A3 Sportback	6,6 - 3,5	149 - 43
Audi A3 Limousine	6,5 - 4,2	148 - 109
Audi A3 Cabriolet	6,8 - 5,2	155 - 119
Audi TT Coupé	7,0 - 6,0	161 - 137
Audi TT Roadster	7,3 - 6,3	166 - 143
Audi A4 Limousine	6,7 - 3,7	157 - 98
Audi A4 Avant	6,8 - 3,8	160 - 100
Audi A4 allroad quattro	6,8 - 5,0	164 - 132
A5 Sportback	6,8 - 3,7	158 - 98
Audi A5 Coupé	6,7 - 3,7	158 - 98
Audi A5 Cabriolet	7,0 - 4,0	163 - 106
Audi Q5	7,5 - 4,4	172 - 46
Audi A6 Limousine	7,4 - 4,0	170 - 39
Audi A6 Avant	7,6 - 4,1	174 - 108
Audi A6 allroad quattro	7,6 - 5,8	174 - 152
Audi A7 Sportback	7,5 - 4,4	172 - 40

Modell	Kraftstoffverbrauch kombiniert [l/100 km]	CO ₂ -Emissionen kombiniert [g/km]
Audi e-tron	Stromverbrauch 24,3 - 21,0 kWh/100km	0 - 0
Audi e-tron Sportback	Stromverbrauch 23,9 - 20,6 kWh/100km	0 - 0
Audi Q7	9,1 - 6,6	208 - 64
Audi Q8	9,1 - 6,5	208 - 172
Audi A8	8,3 - 5,7	190 - 57
Audi A8 L	8,3 - 5,8	190 - 57
Audi R8 Coupé	13,1 - 12,9	298 - 293
Audi R8 Spyder	13,3 - 13,0	302 - 297

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 CO₂-Emissionen, typgenehmigt. Seit dem 1. September 2018 ersetzt der WLTP schrittweise den neuen europäischen Fahrzyklus (NEFZ). Wegen der realistischeren Prüfbedingungen sind die nach dem WLTP gemessenen Kraftstoffverbrauchs- und CO₂-Emissionswerte in vielen Fällen höher als die nach dem NEFZ gemessenen. Weitere Informationen zu den Unterschieden zwischen WLTP und NEFZ finden Sie unter 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 zum Beispiel Gewicht, Rollwiderstand und Aerodynamik verändern und neben Witterungs- und Verkehrsbedingungen sowie dem individuellen Fahrverhalten den Kraftstoffverbrauch, den Stromverbrauch, die CO₂-Emissionen und die Fahrleistungswerte eines Fahrzeugs beeinflussen.

Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem „Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO₂-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 unentgeltlich erhältlich ist.

GRI-Standards

Abgleich mit den GRI-Standards der Global Reporting Initiative

Themen

Story, die das Engagement von Audi dokumentiert. Hier zum Beispiel für das Kapitel „Wirtschaften & Integrität“

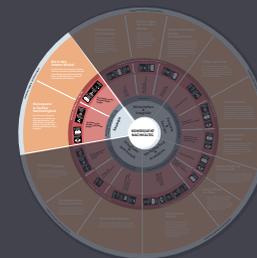
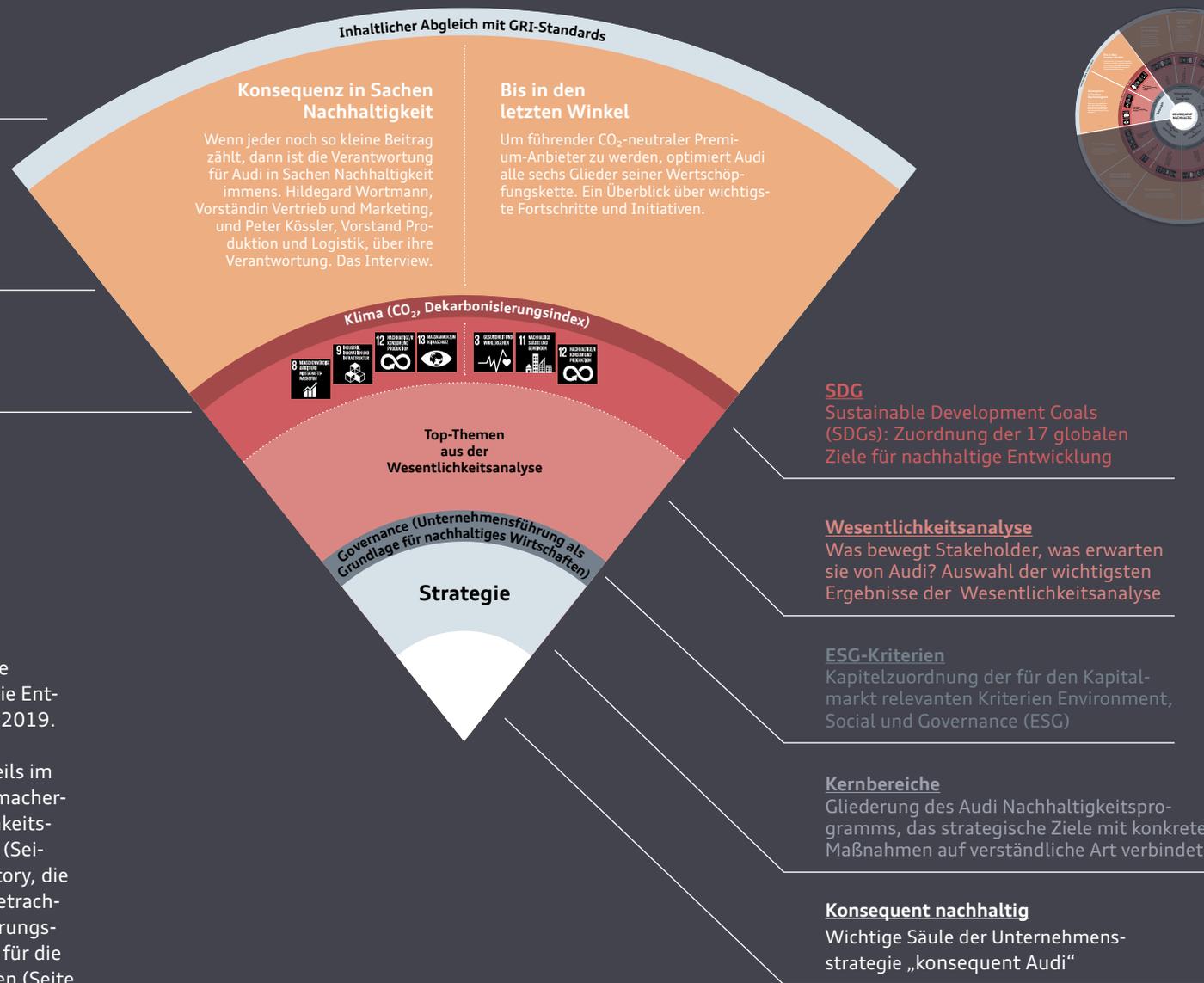
Roadmap Nachhaltigkeit

Abgleich mit den Zielen des Nachhaltigkeitsprogramms

Strategie

Im Kapitel „Strategie“ beleuchten die Artikel die 2019 neu verabschiedete Unternehmensstrategie „konsequent Audi“ sowie die Hintergründe und die Entstehungsgeschichte des Nachhaltigkeitsberichts 2019.

Die nachfolgenden vier Kapitel gleichen sich jeweils im Aufbau: Zu Beginn gibt es eine sogenannte „Aufmacher-geschichte“. Diese adressiert das laut Wesentlichkeits-analyse relevanteste Themenfeld dieses Kapitels (Seite 22). Im Anschluss folgt eine zweite größere Story, die jeweils einen Aspekt der Wertschöpfungskette betrach-tet (Seite 10) – stets mit Blick auf die Elektrifizierungs-strategie von Audi. Im Anschluss folgen weitere, für die Berichterstattung als relevant eingestufte Themen (Seite 14).



GRI-Standards

Abgleich mit den GRI-Standards der Global Reporting Initiative

Themen

Story, die das Engagement von Audi dokumentiert. Hier zum Beispiel für das Kapitel „Wirtschaften & Integrität“

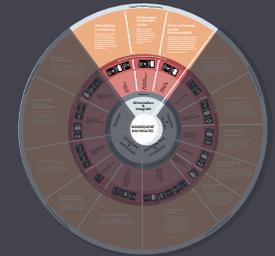
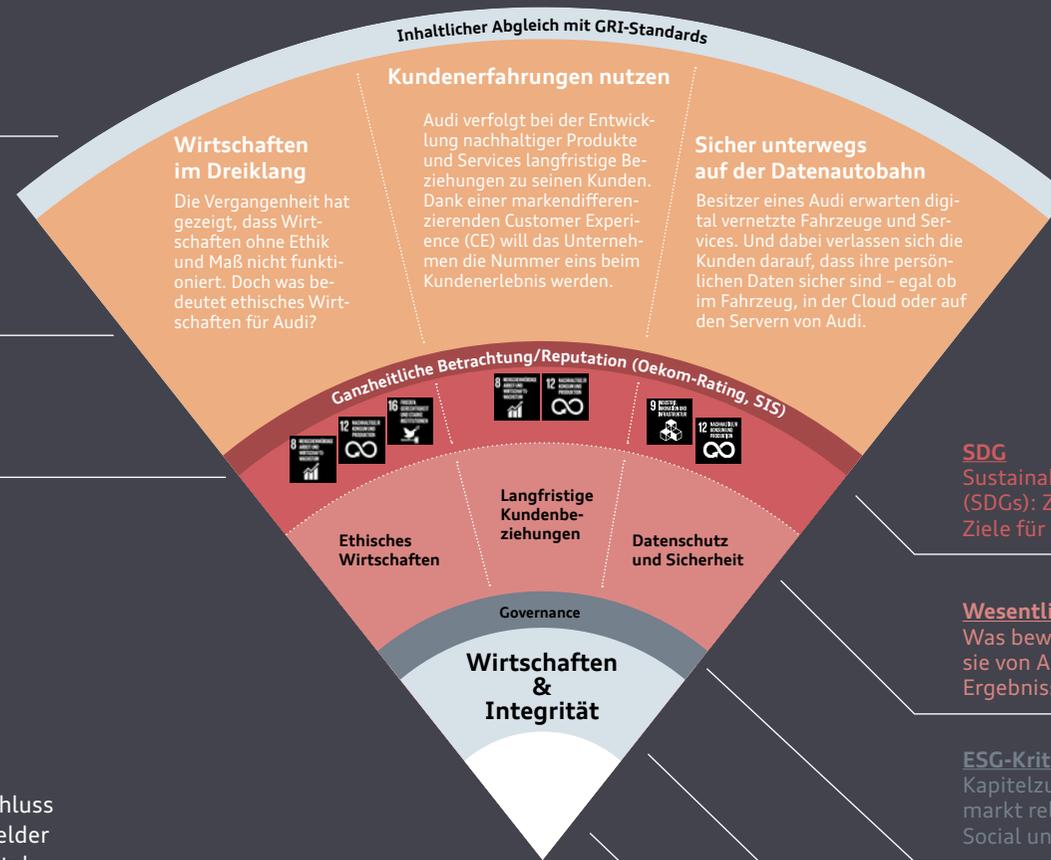
Roadmap Nachhaltigkeit

Abgleich mit den Zielen des Nachhaltigkeitsprogramms

Wirtschaften & Integrität

Die Wesentlichkeitsanalyse (Seite 22) gibt Aufschluss darüber, welche Relevanz definierte Handlungsfelder für die Stakeholder von Audi haben. Für das Kapitel „Wirtschaften & Gesellschaft“ wurden die Themen „ethisches Wirtschaften“, „langfristige Kundenbeziehungen“ und „Datenschutz- und Datensicherheit“ am höchsten bewertet. Die zugehörigen Artikel finden Sie ab der Seite 24.

Eine ebenfalls hohe Relevanz hat das Thema „wirtschaftliche Stabilität“, dem sich dieser Nachhaltigkeitsbericht ausführlich (Seite 35) widmet.



SDG

Sustainable Development Goals (SDGs): Zuordnung der 17 globalen Ziele für nachhaltige Entwicklung

Wesentlichkeitsanalyse

Was bewegt Stakeholder, was erwarten sie von Audi? Auswahl der wichtigsten Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse

ESG-Kriterien

Kapitelzuordnung der für den Kapitalmarkt relevanten Kriterien Environment, Social und Governance (ESG)

Kernbereiche

Gliederung des Audi Nachhaltigkeitsprogramms, das strategische Ziele mit konkreten Maßnahmen auf verständliche Art verbindet

Konsequent nachhaltig

Wichtige Säule der Unternehmensstrategie „konsequent Audi“

GRI-Standards

Abgleich mit den GRI-Standards der Global Reporting Initiative

Themen

Story, die das Engagement von Audi dokumentiert. Hier zum Beispiel für das Kapitel „Wirtschaften & Integrität“

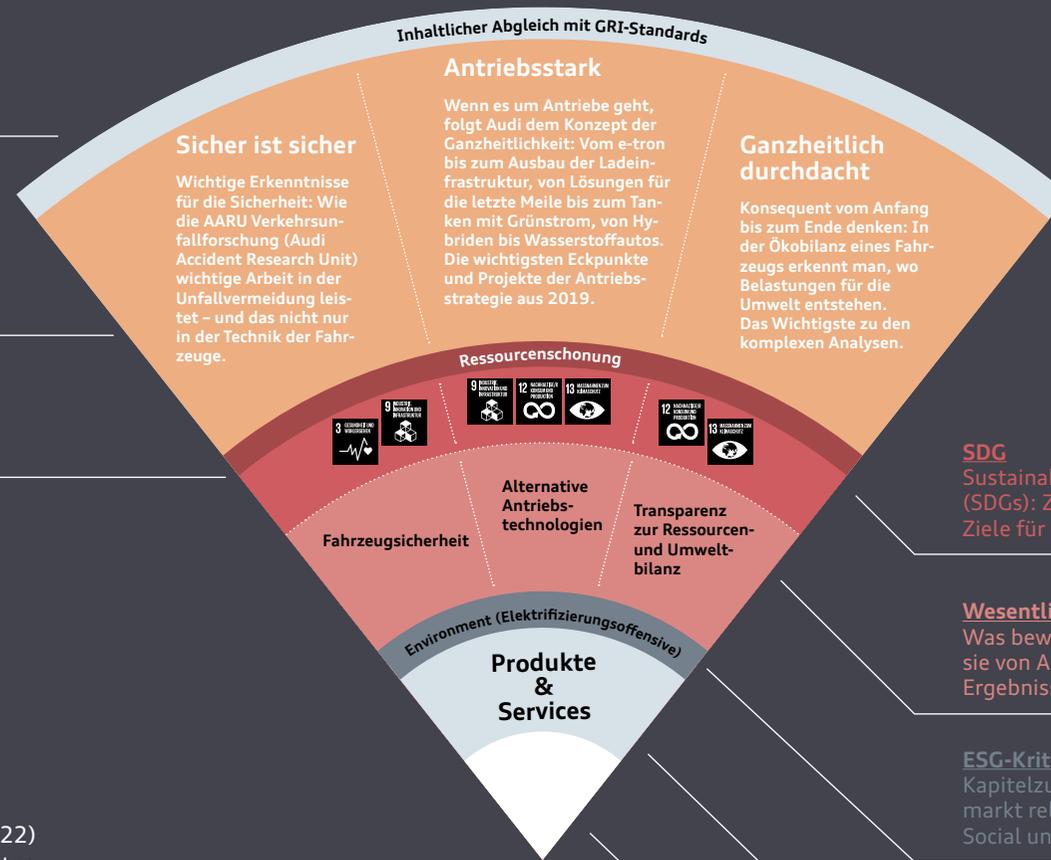
Roadmap Nachhaltigkeit

Abgleich mit den Zielen des Nachhaltigkeitsprogramms

Produkte & Services

Die höchste Relevanz im Bereich „Produkte und Services“ hat laut Wesentlichkeitsanalyse (Seite 22) das Thema „Fahrzeugsicherheit“, gefolgt von „Alternativen Antriebstechnologien“ und „Transparenz zu Ressourcen- und Umweltbilanz“.

Ebenfalls wichtig bewertet wurden die Themen „Zukunftsfähige Verbrenner“ und „Nachhaltiges Systemangebot“, weswegen diese Thematiken im Artikel zu „alternativen Antriebstechnologien“ (Seite 46) eine hervorgehobene Rolle spielen.



Inhaltlicher Abgleich mit GRI-Standards

Antriebsstark

Wenn es um Antriebe geht, folgt Audi dem Konzept der Ganzheitlichkeit: Vom e-tron bis zum Ausbau der Ladeinfrastruktur, von Lösungen für die letzte Meile bis zum Tanken mit Grünstrom, von Hybriden bis Wasserstoffautos. Die wichtigsten Eckpunkte und Projekte der Antriebsstrategie aus 2019.

Sicher ist sicher

Wichtige Erkenntnisse für die Sicherheit: Wie die AARU Verkehrsunfallforschung (Audi Accident Research Unit) wichtige Arbeit in der Unfallvermeidung leistet – und das nicht nur in der Technik der Fahrzeuge.

Ganzheitlich durchdacht

Konsequent vom Anfang bis zum Ende denken: In der Ökobilanz eines Fahrzeugs erkennt man, wo Belastungen für die Umwelt entstehen. Das Wichtigste zu den komplexen Analysen.

Ressourcenschonung



Fahrzeugsicherheit

Alternative Antriebstechnologien

Transparenz zur Ressourcen- und Umweltbilanz

Environment (Elektrifizierungsoffensive)

Produkte & Services

SDG

Sustainable Development Goals (SDGs): Zuordnung der 17 globalen Ziele für nachhaltige Entwicklung

Wesentlichkeitsanalyse

Was bewegt Stakeholder, was erwarten sie von Audi? Auswahl der wichtigsten Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse

ESG-Kriterien

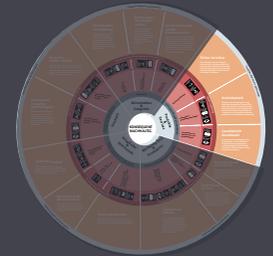
Kapitelzuordnung der für den Kapitalmarkt relevanten Kriterien Environment, Social und Governance (ESG)

Kernbereiche

Gliederung des Audi Nachhaltigkeitsprogramms, das strategische Ziele mit konkreten Maßnahmen auf verständliche Art verbindet

Konsequent nachhaltig

Wichtige Säule der Unternehmensstrategie „konsequent Audi“



GRI-Standards

Abgleich mit den GRI-Standards der Global Reporting Initiative

Themen

Story, die das Engagement von Audi dokumentiert. Hier zum Beispiel für das Kapitel „Wirtschaften & Integrität“

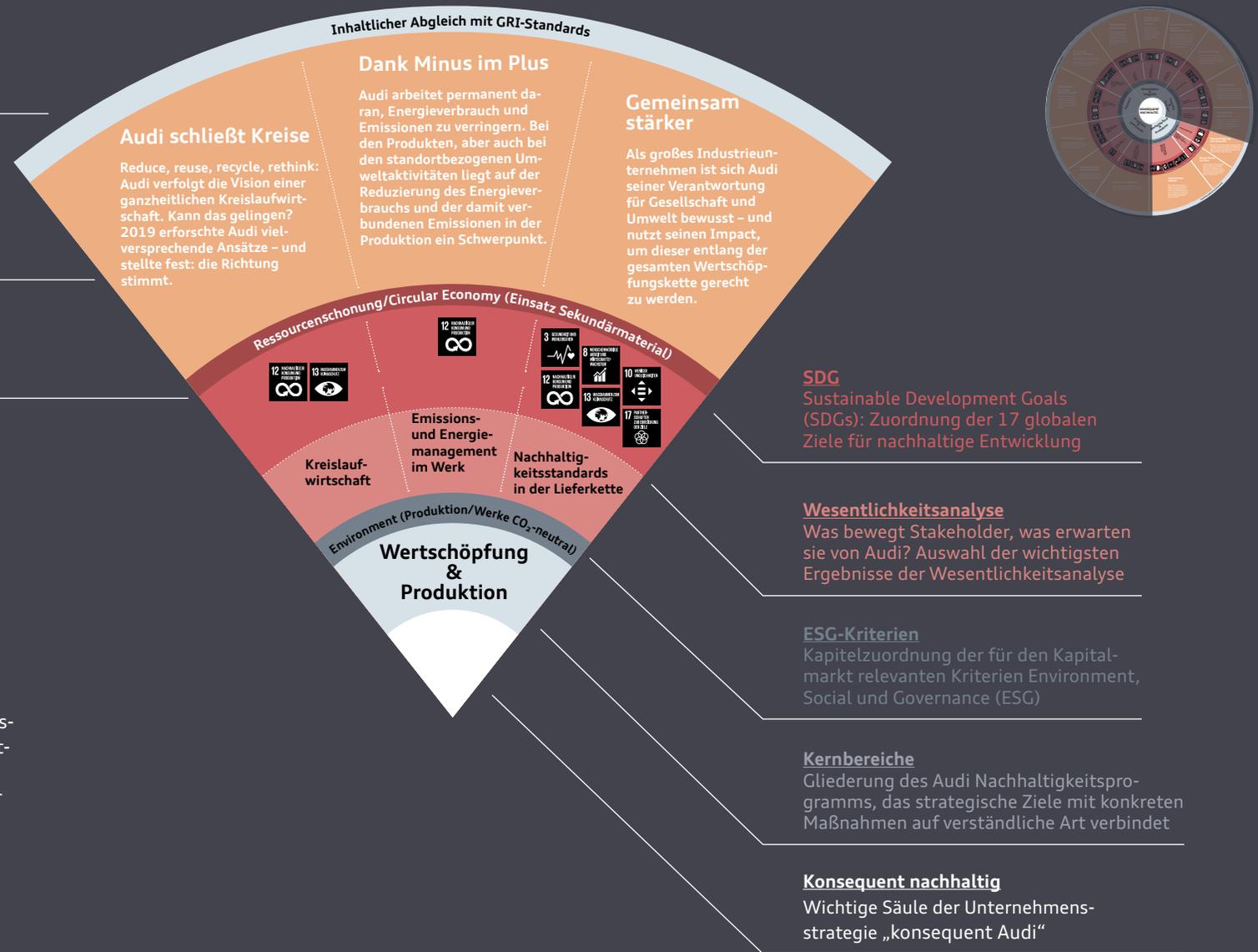
Roadmap Nachhaltigkeit

Abgleich mit den Zielen des Nachhaltigkeitsprogramms

Wertschöpfung & Produktion

Im Kapitel „Wertschöpfung & Produktion“ sind für die Stakeholder von Audi die folgenden drei Themen laut der durchgeführten Wesentlichkeitsanalyse (Seite 22) die wichtigsten: „Kreislaufwirtschaft“, „Emissions- und Energiemanagement (im Werk)“ und „Nachhaltigkeitsstandards in der Lieferkette“.

Die Storys zu diesen Themen lesen Sie in diesem Nachhaltigkeitsbericht ab Seite 61.



GRI-Standards

Abgleich mit den GRI-Standards der Global Reporting Initiative

Themen

Story, die das Engagement von Audi dokumentiert. Hier zum Beispiel für das Kapitel „Wirtschaften & Integrität“

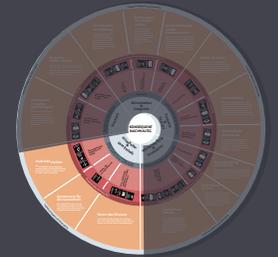
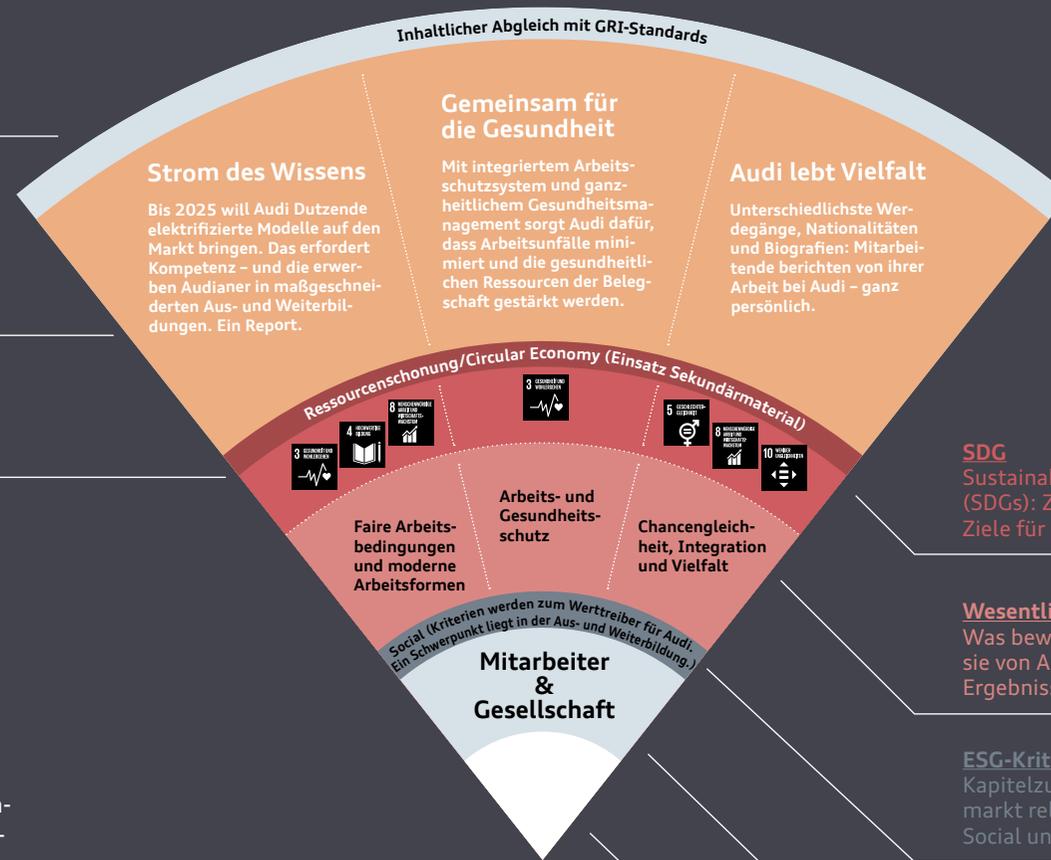
Roadmap Nachhaltigkeit

Abgleich mit den Zielen des Nachhaltigkeitsprogramms

Mitarbeiter & Gesellschaft

Für die Stakeholder von Audi hat laut Wesentlichkeitsanalyse (Seite 22) das Thema „Faire Arbeitsbedingungen und moderne Arbeitsformen“ im Kapitel „Mitarbeiter & Gesellschaft“ die höchste Priorität.

Ebenfalls hoch bewertet wurden „Arbeits- und Gesundheitsschutz“ sowie „Chancengleichheit, Integration und Vielfalt.“ Alle drei Themen finden Sie ausführlich in diesem Bericht ab der Seite 82.



SDG

Sustainable Development Goals (SDGs): Zuordnung der 17 globalen Ziele für nachhaltige Entwicklung

Wesentlichkeitsanalyse

Was bewegt Stakeholder, was erwarten sie von Audi? Auswahl der wichtigsten Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse

ESG-Kriterien

Kapitelzuordnung der für den Kapitalmarkt relevanten Kriterien Environment, Social und Governance (ESG)

Kernbereiche

Gliederung des Audi Nachhaltigkeitsprogramms, das strategische Ziele mit konkreten Maßnahmen auf verständliche Art verbindet

Konsequent nachhaltig

Wichtige Säule der Unternehmensstrategie „konsequent Audi“

Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit über Nachhaltigkeitsinformationen

An die AUDI AG, Ingolstadt

Wir haben die mit einem „V“ gekennzeichneten Angaben in der Übersicht „Audi Nachhaltigkeitskennzahlen“ sowie die Managementansätze zu produktbezogenen CO₂-Emissionen und Arbeitgeberattraktivität im Nachhaltigkeitsbericht 2019 der AUDI AG, Ingolstadt (im Folgenden die „Gesellschaft“), für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2019 (im Folgenden der „Bericht“) einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.

* Der uns zur Erteilung dieses Vermerks vorgelegte Nachhaltigkeitsbericht 2019 ist auf der Internetseite der AUDI AG unter www.audi.com/nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. Wir weisen darauf hin, dass die Gesellschaft für die Inhalte ihrer Internetseite verantwortlich ist. Folglich übernehmen wir keine Verantwortung für etwaige Änderungen in der Darstellung von Inhalten, die Gegenstand der in diesem Vermerk beschriebenen Prüfungshandlungen sind und nach dem Datum dieses Vermerks erfolgen.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Aufstellung des Berichts in Übereinstimmung mit den in den Sustainability Reporting Standards der Global Reporting Initiative genannten Grundsätzen (im Folgenden die „GRI-Kriterien“) sowie für die Auswahl der zu beurteilenden Angaben.

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen Nachhaltigkeitsangaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Berichts zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Angaben ist.

Unabhängigkeit und Qualitätssicherung der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Wir haben die deutschen berufsrechtlichen Vorschriften zur Unabhängigkeit sowie weitere berufliche Verhaltensanforderungen eingehalten.

Unsere Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wendet die nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen – insbesondere der Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer (BS WP/vBP) sowie des vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) herausgegebenen IDW Qualitätssicherungsstandards 1 „Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis“ (IDW QS 1) – an und unterhält dementsprechend ein umfangreiches Qualitätssicherungssystem, das dokumentierte Regelungen und Maßnahmen in Bezug auf die Einhaltung beruflicher Verhaltensanforderungen, beruflicher Standards sowie maßgebender gesetzlicher und anderer rechtlicher Anforderungen umfasst.

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung ein Prüfungsurteil mit begrenzter Sicherheit über die mit einem „V“ gekennzeichneten Angaben in der Übersicht „Audi Nachhaltigkeitskennzahlen“ sowie die Managementansätze zu produktbezogenen CO₂-Emissionen und Arbeitgeberattraktivität im Bericht abzugeben. Nicht Gegenstand unseres Auftrages ist die Beurteilung von externen Dokumentationsquellen oder Expertenmeinungen, auf die im Nachhaltigkeitsbericht verwiesen wird. Wir haben unsere betriebswirtschaftliche Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“, herausgegeben vom IAASB, durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit begrenzter Sicherheit beurteilen können, ob uns Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Auffassung

› gelangen lassen, dass die mit einem „v“ gekennzeichneten Angaben in der Übersicht „Audi Nachhaltigkeitskennzahlen“ sowie die Managementansätze zu produktbezogenen CO₂-Emissionen und Arbeitgeberattraktivität im Bericht der Gesellschaft für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2019 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den relevanten GRI-Kriterien aufgestellt worden sind.

Bei einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine erheblich geringere Prüfungssicherheit erlangt wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

Im Rahmen unserer Prüfung haben wir u.a. folgende Prüfungshandlungen und sonstige Tätigkeiten durchgeführt:

- › Verschaffung eines Verständnisses über die Struktur der Nachhaltigkeitsorganisation und über die Einbindung von Stakeholdern
- › Prüfung des Managementansatzes zu produktbezogenen CO₂-Emissionen sowie des Managementansatzes zu Arbeitgeberattraktivität gegen die Vorgaben der GRI Standards gemäß Disclosures 103-1, 103-2 und 103-3
- › Einsichtnahme in relevante Dokumente und Befragung von Mitarbeitern über die Prozesse zur Erhebung und Konsolidierung der ausgewählten Angaben im Bericht sowie über das auf diese Prozesse bezogene interne Kontrollsystem
- › Analytische Beurteilung ausgewählter Angaben im Bericht
- › Beurteilung der Umsetzung von zentralen Managementanforderungen, Prozessen und Vorgaben zur Datenerhebung durch Vor-Ort-Besuche bei ausgewählten Standorten der Gesellschaft:

AUDI AG, Ingolstadt, Deutschland
 AUDI AG, Neckarsulm, Deutschland
 AUDI HUNGARIA Zrt., Győr, Ungarn

- › Prüfung der Aggregation der ausgewählten Angaben im Bericht auf Konzernebene
- › Abgleich von Angaben mit den entsprechenden Daten im Konzernabschluss und Konzernlagebericht 2019 der Gesellschaft
- › Beurteilung der Darstellung der ausgewählten Angaben

Prüfungsurteil

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die mit einem „v“ gekennzeichneten Angaben in der Übersicht „Audi Nachhaltigkeitskennzahlen“ sowie die Managementansätze zu produktbezogenen CO₂-Emissionen und Arbeitgeberattraktivität im Bericht der Gesellschaft für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2019 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den relevanten GRI-Kriterien aufgestellt worden sind.

Verwendungszweck des Vermerks

Wir erteilen diesen Vermerk auf Grundlage des mit der Gesellschaft geschlossenen Auftrags. Die Prüfung wurde für Zwecke der Gesellschaft durchgeführt und der Vermerk ist nur zur Information der Gesellschaft über das Ergebnis der Prüfung bestimmt. Der Vermerk ist nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt (Vermögens-)Entscheidungen treffen. Unsere Verantwortung besteht allein der Gesellschaft gegenüber. Dritten gegenüber übernehmen wir dagegen keine Verantwortung.

Frankfurt am Main, den 13. Mai 2020
 PricewaterhouseCoopers GmbH
 Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Nicolette Behnke ppa. Mirjam Kolmar
 Wirtschaftsprüfer

GRI-Inhaltsindex

Der Audi Konzern berichtet über seine Nachhaltigkeitsleistung für das Jahr 2019 nach dem internationalen Standard der Global Reporting Initiative (GRI). Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option: „Kern“ erstellt.

Die Auswahl der zu berichtenden Angaben erfolgte auf Basis einer im Jahr 2019 durchgeführten Wesentlichkeitsanalyse. Der Bericht lag der GRI zur Durchführung des GRI Materiality Disclosures Service vor. Dabei bestätigte die GRI die korrekte Positionierung der „materiality-related disclosures“ (102-40 bis 102-49). Für diese Dienstleistung wurde die deutschsprachige Version des Nachhaltigkeitsberichts genutzt.



GRI Standards	Seite	Auslassung/Kommentar
Allgemeine Angaben		
GRI 101: Grundlagen 2016		
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016		
Organisationsprofil		
GRI 102-1: Name der Organisation	4	
GRI 102-2: Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	4	
GRI 102-3: Hauptsitz der Organisation	4	
GRI 102-4: Betriebsstätten	4	
GRI 102-5: Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	4	

GRI Standards	Seite	Auslassung/Kommentar
GRI 102-6: Belieferte Märkte	4	
GRI 102-7: Größe der Organisation	4, 88, 107	
GRI 102-8: Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern	88, 107	
GRI 102-9: Lieferkette	11, 65ff	
GRI 102-10: Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	35ff	
GRI 102-11: Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	35ff	
GRI 102-12: Externe Initiativen	21	
GRI 102-13: Mitgliedschaft in Verbänden und anderen Interessengruppen	21	



VORWORT

KURZPORTRÄT

STRATEGIE

WIRTSCHAFTEN
& INTEGRITÄT

PRODUKTE
& SERVICES

WERTSCHÖPFUNG
& PRODUKTION

MITARBEITER
& GESELLSCHAFT

ANHANG

GRI Standards	Seite	Auslassung/Kommentar
Strategie		
GRI 102-14: Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	3, 6ff	
GRI 102-15: Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen	6ff, 25ff, 35ff, 62ff	
Ethik und Integrität		
GRI 102-16: Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	18f, 25ff, 38ff	
GRI 102-17: Verfahren zu Beratung und Bedenken in Bezug auf die Ethik	18f, 25ff	
Unternehmensführung		
GRI 102-18: Führungsstruktur	18f	
GRI 102-19: Delegation von Befugnissen	18f	
GRI 102-20: Zuständigkeit auf Vorstandsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen	18f	
GRI 102-21: Dialog mit Stakeholdern zu ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen	20f	
GRI 102-22: Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans und seiner Gremien	FB (S.66)	
GRI 102-23: Vorsitzender des höchsten Kontrollorgans	FB (S.4ff, 66)	
GRI 102-24: Nominierungs- und Auswahlverfahren für das höchste Kontrollorgan	FB (S.57f)	
GRI 102-25: Interessenkonflikte	FB (S.55ff)	

GRI Standards	Seite	Auslassung/Kommentar
GRI 102-26: Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Festlegung von Zielen, Werten und Strategien	15ff, 18f	
GRI 102-27: Gesammeltes Wissen des höchsten Kontrollorgans	FB (S.58)	
GRI 102-28: Bewertung der Leistung des höchsten Kontrollorgans	18-19	
GRI 102-29: Identifizierung und Umgang mit ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen	20f, 22f	
GRI 102-30: Wirksamkeit der Verfahren zum Risikomanagement	FB (S.89ff)	
GRI 102-31: Überprüfung der ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen	22f	
GRI 102-32: Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung	22f, 102	
GRI 102-33: Übermittlung kritischer Anliegen	25ff, FB (S.89ff)	
GRI 102-34: Art und Gesamtanzahl kritischer Anliegen	FB (S.102ff)	
GRI 102-35: Vergütungspolitik	FB (S.69ff)	
GRI 102-36: Verfahren zur Festlegung der Vergütung	FB (S.69ff)	
GRI 102-37: Einbindung der Stakeholder bei Entscheidungen zur Vergütung	FB (S.69ff)	

VORWORT

KURZPORTRÄT

STRATEGIE

WIRTSCHAFTEN
& INTEGRITÄT

PRODUKTE
& SERVICES

WERTSCHÖPFUNG
& PRODUKTION

MITARBEITER
& GESELLSCHAFT

ANHANG

GRI Standards	Seite	Auslassung/Kommentar
Einbindung von Stakeholdern		
GRI 102-40: Liste der Stakeholder-Gruppen	20f, 22f	
GRI 102-41: Tarifverträge	40, 89	
GRI 102-42: Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	20	
GRI 102-43: Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	20	
GRI 102-44: Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	15ff, 22f	
Vorgehensweise bei der Berichterstattung		
GRI 102-45: Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	FB (S.201)	
GRI 102-46: Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	14, 22f, 111ff	
GRI 102-47: Liste der wesentlichen Themen	14, 22f, 111ff	
GRI 102-48: Neudarstellung von Informationen	14, 102, 111ff	
GRI 102-49: Änderungen bei der Berichterstattung	14, 22-23, 102	
GRI 102-50: Berichtszeitraum	102	
GRI 102-51: Datum des letzten Berichts	102	
GRI 102-52: Berichtszyklus	102	
GRI 102-53: Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	20, 126	
GRI 102-54: Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	118	
GRI 102-55: GRI-Inhaltsindex	118ff	
GRI 102-56: Externe Prüfung	116f	

GRI Standards	Seite	Auslassung/Kommentar
Themenspezifische Angaben		
GRI 201: Wirtschaftliche Leistung 2016		
GRI 103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	14, 22f, 25, 35ff, 41, 112	
GRI 103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	25, 35, 41	
GRI 103-3: Beurteilung des Managementansatzes	20f, 37	
GRI 201-1: Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	35ff, 103	
GRI 201-2: Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen	6ff, 10ff, 35ff, FB	
GRI 201-3: Verbindlichkeiten für leistungsorientierte Pensionspläne und sonstige Vorsorgepläne	FB (S.166)	
GRI 202 Marktpräsenz 2016		
GRI 103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	4, 14, 22f, 88ff	
GRI 103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	4, 88ff	
GRI 103-3: Beurteilung des Managementansatzes	20f, 37	
GRI 202-1: Verhältnis des nach Geschlecht aufgeschlüsselten Standardeintrittsgehalts zum lokalen gesetzlichen Mindestlohn		Die Verhandlungspartner berücksichtigen bei der Ausgestaltung der Vergütungen im Rahmen von Tarifverhandlungen das Verhältnis der Eintrittsgehälter zum gesetzlichen lokalen Mindestlohn.
GRI 202-2: Anteil der aus der lokalen Gemeinschaft angeworbenen oberen Führungskräfte	88	

VORWORT

KURZPORTRÄT

STRATEGIE

WIRTSCHAFTEN
& INTEGRITÄT

PRODUKTE
& SERVICES

WERTSCHÖPFUNG
& PRODUKTION

MITARBEITER
& GESELLSCHAFT

ANHANG

GRI Standards	Seite	Auslassung/Kommentar
GRI 203: Indirekte ökonomische Auswirkungen 2016		
GRI 103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	14, 22f, 35, 93	
GRI 103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	35, 93	
GRI 103-3: Beurteilung des Managementansatzes	20f, 37	
GRI 203-1: Infrastrukturinvestitionen und geförderte Dienstleistungen	35ff, 70ff	
GRI 203-2: Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen	35ff, 62ff, 85ff	
GRI 204: Beschaffungspraktiken 2016		
GRI 103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	14, 22f, 62ff, 65ff, 114	
GRI 103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	62ff, 65ff	
GRI 103-3: Beurteilung des Managementansatzes	20f, 37	
GRI 204-1: Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten	35ff	

GRI Standards	Seite	Auslassung/Kommentar
GRI 205: Korruptionsbekämpfung 2016		
GRI 103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	14, 22f, 25ff	
GRI 103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	25ff	
GRI 103-3: Beurteilung des Managementansatzes	20f, 37	
GRI 205-1: Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden	25ff	
GRI 205-2: Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	27ff	
GRI 205-3: Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	26	
GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten 2016		
GRI 103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	14, 22f, 25ff, 41	
GRI 103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	25ff, 41	
GRI 103-3: Beurteilung des Managementansatzes	20f, 37	
GRI 206-1: Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung	25ff	

VORWORT

KURZPORTRÄT

STRATEGIE

WIRTSCHAFTEN
& INTEGRITÄT

PRODUKTE
& SERVICES

WERTSCHÖPFUNG
& PRODUKTION

MITARBEITER
& GESELLSCHAFT

ANHANG

GRI Standards	Seite	Auslassung/Kommentar
GRI 301: Materialien 2016		
GRI 103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	14, 22f, 62ff, 78f, 114	
GRI 103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	62ff, 78f	
GRI 103-3: Beurteilung des Managementansatzes	20f, 37	
GRI 301-1: Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	64	
GRI 301-2: Eingesetzte recycelte Ausgangsstoffe	62ff, 65ff	
GRI 301-3: Wiederverwertete Produkte und ihre Verpackungsmaterialien	62ff, 74	
GRI 302 Energie 2016		
GRI 103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	14, 22f, 6ff, 69, 72, 81, 114	
GRI 103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	6ff, 69, 72, 81	
GRI 103-3: Beurteilung des Managementansatzes	20f, 37	
GRI 302-1: Energieverbrauch innerhalb der Organisation	72ff, 104f	
GRI 302-2: Energieverbrauch außerhalb der Organisation	72ff, 104f	
GRI 302-3: Energieintensität	72ff, 104f	
GRI 302-4: Verringerung des Energieverbrauchs	69, 72, 104f	
GRI 302-5: Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen	72ff	

GRI Standards	Seite	Auslassung/Kommentar
GRI 303: Wasser und Abwasser 2018		
GRI 103-1 (GRI 103: Managementansatz 2016): Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	14, 22f, 6ff, 69, 72, 80, 114	
GRI 103-2 (GRI 103: Managementansatz 2016): Der Managementansatz und seine Bestandteile	6ff, 69, 72, 80f	
GRI 103-3 (GRI 103: Managementansatz 2016): Beurteilung des Managementansatzes	20f, 37	
GRI 303-1: Wasser als gemeinsam genutzte Ressource	74, 106f	
GRI 303-2: Umgang mit den Auswirkungen der Wasserrückführung	70, 74	
GRI 303-3: Wasserentnahme	70, 74, 105-106	
GRI 303-4: Wasserrückführung	70, 74, 105-106	
GRI 303-5: Wasserverbrauch	70, 74, 105-106	
GRI 304: Biodiversität 2016		
GRI 103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	14, 22f, 69ff, 114	
GRI 103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	69ff	
GRI 103-3: Beurteilung des Managementansatzes	20f, 37	
GRI 304-1: Eigene, gemietete und verwaltete Betriebsstandorte, die sich in oder neben geschützten Gebieten und Gebieten mit hohem Biodiversitätswert außerhalb von geschützten Gebieten befinden	69ff	
GRI 304-2: Erhebliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität	69ff	
GRI 304-3: Geschützte oder renaturierte Lebensräume	71	



VORWORT

KURZPORTRÄT

STRATEGIE

WIRTSCHAFTEN
& INTEGRITÄT

PRODUKTE
& SERVICES

WERTSCHÖPFUNG
& PRODUKTION

MITARBEITER
& GESELLSCHAFT

ANHANG

GRI Standards	Seite	Auslassung/Kommentar
GRI 305: Emissionen 2016		
GRI 103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	14, 22f, 69ff, 72ff, 80f, 114	
GRI 103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	69ff, 72ff, 80f	
GRI 103-3: Beurteilung des Managementansatzes	20f, 37	
GRI 305-1: Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	73, 75, 105	
GRI 305-2: Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	73, 75, 105	
GRI 305-3: Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	75, 105	
GRI 305-4: Intensität der THG-Emissionen	72ff, 105	
GRI 305-5: Senkung der THG-Emissionen	72ff, 105	
GRI 305-7: Stickstoffoxide (NOx), Schwefeloxide (SOx) und andere signifikante Luftemissionen	74, 105	
GRI 306: Abwasser und Abfall 2016		
GRI 103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	14, 22f, 69, 80, 114	
GRI 103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	69, 80	
GRI 103-3: Beurteilung des Managementansatzes	20f, 37	
GRI 306-1: Abwassereinleitung nach Qualität und Einleitungsort	74, 106	
GRI 306-2: Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	74, 106	
GRI 306-3: Erheblicher Austritt schädlicher Substanzen	74	
GRI 306-4: Transport von gefährlichem Abfall	74, 106	
GRI 306-5: Von Abwassereinleitung und/oder Oberflächenabfluss	74, 105-106	

GRI Standards	Seite	Auslassung/Kommentar
GRI 307: Umwelt-Compliance 2016		
GRI 103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	14, 22f, 25ff, 51, 69, 72ff, 112, 114	
GRI 103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	25ff, 51, 69, 72ff	
GRI 103-3: Beurteilung des Managementansatzes	20f, 37	
GRI 307-1: Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen	19, 25ff	
GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten 2016		
GRI 103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	14, 22f, 65ff, 78, 114	
GRI 103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	65ff, 78	
GRI 103-3: Beurteilung des Managementansatzes	20f, 37	
GRI 308-1: Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	65ff	
GRI 308-2: Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	65ff	

VORWORT

KURZPORTRÄT

STRATEGIE

WIRTSCHAFTEN
& INTEGRITÄT

PRODUKTE
& SERVICES

WERTSCHÖPFUNG
& PRODUKTION

MITARBEITER
& GESELLSCHAFT

ANHANG

GRI Standards	Seite	Auslassung/Kommentar
GRI 401: Beschäftigung 2016		
GRI 103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	14, 22f, 88, 99ff, 115	
GRI 103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	88, 99ff	
GRI 103-3: Beurteilung des Managementansatzes	20f, 37	
GRI 401-1: Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	88ff, 107	Angaben differenziert nach Altersgruppe und Geschlecht liegen aktuell nicht vor.
GRI 401-2: Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden	88ff	
GRI 401-3: Elternzeit	88ff, 108	Angaben zur Rückkehr-rate differenziert nach Geschlecht liegen aktuell nicht vor.
GRI 402: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis 2016		
GRI 103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	14, 22f, 38ff, 89, 115	
GRI 103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	38ff, 89	
GRI 103-3: Beurteilung des Managementansatzes	20f, 37	
GRI 402-1: Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen		Im Falle von betrieblichen Veränderungen verpflichtet sich das Unternehmen, die Mitarbeiter frühzeitig darüber zu informieren.

GRI Standards	Seite	Auslassung/Kommentar
GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 2018		
GRI 103-1 (GRI 103: Managementansatz 2016): Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	14, 22f, 91f, 99ff, 115	
GRI 103-2 (GRI 103: Managementansatz 2016): Der Managementansatz und seine Bestandteile	91f, 99ff	
GRI 103-3 (GRI 103: Managementansatz 2016): Beurteilung des Managementansatzes	20f, 37	
GRI 403-1: Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	91f, 108	
GRI 403-2: Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen		Angaben differenziert nach Geschlecht und Region liegen aktuell nicht vor.
GRI 403-3: Arbeitsmedizinische Dienste	92	
GRI 403-4: Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	91f	
GRI 403-5: Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	91-92	
GRI 403-6: Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	91f	
GRI 403-7: Vermeidung und Minimierung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz	91f	
GRI 403-8: Mitarbeiter, die von einem Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz abgedeckt sind	91f	
GRI 403-9: Arbeitsbedingte Verletzungen	91f, 108	
GRI 403-10: Arbeitsbedingte Erkrankungen	91f, 108	

GRI Standards	Seite	Auslassung/Kommentar
GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016		
GRI 103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	14, 22f, 85ff, 99ff, 115	
GRI 103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	85ff, 99ff	
GRI 103-3: Beurteilung des Managementansatzes	20f, 37	
GRI 404-1: Durchschnittliche Stundenzahl der Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	107	Angaben differenziert nach Geschlecht liegen aktuell nicht vor.
GRI 404-2: Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	28, 85ff	
GRI 404-3: Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten	87	
GRI 405: Diversität und Chancengleichheit 2016		
GRI 103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	14, 22f, 29f, 83ff, 88ff, 99ff, 115	
GRI 103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	83ff, 88ff, 99ff	
GRI 103-3: Beurteilung des Managementansatzes	20f, 37	
GRI 405-1: Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	83ff, 88, 107, FB (S.54, S.57f)	
GRI 405-2: Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern	88ff	

GRI Standards	Seite	Auslassung/Kommentar
GRI 412: Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte 2016		
GRI 103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	14, 22f, 25ff, 65ff	
GRI 103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	25ff, 65ff	
GRI 103-3: Beurteilung des Managementansatzes	20f, 37	
GRI 412-1: Betriebsstätten, an denen eine Prüfung auf die Einhaltung der Menschenrechte oder eine menschenrechtliche Folgenabschätzung durchgeführt wurde	65ff	
GRI 412-2: Schulungen für Angestellte zu Menschenrechtspolitik und -verfahren	10ff, 25ff	
GRI 412-3: Erhebliche Investitionsvereinbarungen und -verträge, die Menschenrechtsklauseln enthalten oder auf Menschenrechtsaspekte geprüft wurden	65ff	
GRI 413: Lokale Gemeinschaften 2016		
GRI 103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	14, 22f, 96ff	
GRI 103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	96ff	
GRI 103-3: Beurteilung des Managementansatzes	20f, 37	
GRI 413-1: Betriebsstätten mit Einbindung der lokalen Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogrammen	21, 96ff	

VORWORT	KURZPORTRÄT	STRATEGIE	WIRTSCHAFTEN & INTEGRITÄT	PRODUKTE & SERVICES	WERTSCHÖPFUNG & PRODUKTION	MITARBEITER & GESELLSCHAFT	ANHANG
---------	-------------	-----------	---------------------------	---------------------	----------------------------	----------------------------	---------------

GRI Standards	Seite	Auslassung/Kommentar
GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten 2016		
GRI 103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	14, 22f, 10ff, 65ff, 78, 114	
GRI 103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	10ff, 65ff, 78	
GRI 103-3: Beurteilung des Managementansatzes	20f, 37	
GRI 414-1: Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien bewertet wurden	65ff	
GRI 414-2: Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	65ff	
GRI 416: Kundengesundheit und -sicherheit 2016		
GRI 103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	14, 22f, 43ff, 57f, 112, 113	
GRI 103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	43ff, 57f	
GRI 103-3: Beurteilung des Managementansatzes	20f, 37	
GRI 416-1: Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	43ff	
GRI 416-2: Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit	19, 28f, FB (S.102ff)	
GRI 417: Marketing und Kennzeichnung 2016		
GRI 103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	6ff, 14, 22f	
GRI 103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	6ff	
GRI 103-3: Beurteilung des Managementansatzes	20f, 37	

GRI Standards	Seite	Auslassung/Kommentar
GRI 417-1: Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Kennzeichnung	110	
GRI 417-2: Verstöße im Zusammenhang mit Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung		Die AUDI AG macht grundsätzlich keine allgemeinen Angaben zum Umfang von Feldmaßnahmen.
GRI 417-3: Verstöße im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation	26	
GRI 418: Schutz der Kundendaten 2016		
GRI 103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	14, 22f, 31f, 41, 58f, 113	
GRI 103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	31f, 41, 58f	
GRI 103-3: Beurteilung des Managementansatzes	20f, 37	
GRI 418-1: Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten	32	
GRI 419: Sozioökonomische Compliance 2016		
GRI 103-1: Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Abgrenzung	14, 22f, 25ff, 35ff, 41, 111	
GRI 103-2: Der Managementansatz und seine Bestandteile	25ff, 35ff, 41	
GRI 103-3: Beurteilung des Managementansatzes	20f, 37	
GRI 419-1: Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich	25ff	

Impressum

Herausgeber

AUDI AG
85045 Ingolstadt
Deutschland
Telefon +49 841 890
Telefax +49 841 8932524
E-Mail zentrale@audi.de
www.audi.com

Kontakt

Prof. Dr.-Ing. Peter F. Tropschuh
Leiter Strategie Nachhaltigkeit
I/GU-3
E-Mail nachhaltigkeit@audi.de

Bildquellennachweis SDG

www.un.org

Veröffentlichung

14. Mai 2020

