



„Vorsprung 2030“: Audi beschleunigt Transformation

- **Audi Strategie fokussiert profitables Wachstum und Differenzierung**
- **Neue Audi Modelle ab 2026 fahren rein elektrisch – Verbrennerproduktion endet 2033 – umfangreiches Ökosystem für Elektroautos im Aufbau – Aftersales-Angebot wird um intelligente Hardware und vorausschauenden Service erweitert**
- **Nachhaltigkeit in Unternehmenssteuerung verankert**

Ingolstadt, 25. August 2021 – Bis 2030 will Audi nachhaltig, sozial und technologisch führend sein. Kund_innen von Elektroautos will die Premiummarke eine Erlebniswelt mit eigenem Ökosystem bieten. „Die Unternehmensstrategie ‚Vorsprung 2030‘ wird die Zukunftsfähigkeit von Audi sicherstellen“, sagt Audi CEO Markus Duesmann. „Das Tempo der Veränderungen in unserer Gesellschaft nimmt rasant zu. Daher beschleunigen wir unsere Transformation.“ Vor einigen Wochen war bekannt geworden, dass Audi ab 2026 neue Modelle nur noch mit Elektroantrieb auf den Weltmarkt bringt. Bis 2033 lässt das Unternehmen die Produktion seiner Verbrenner nach und nach auslaufen. Eine klare Entscheidung als Ergebnis eines intensiven Strategieprozesses mit dem Anspruch, weiter profitabel zu wachsen.

Um den Audi Claim „Vorsprung durch Technik“ auch in Zukunft mit Leben zu füllen, hat das Audi Vorstandsteam in den vergangenen Monaten die Strategie „Vorsprung 2030“ formuliert. Mit einem klaren Datum für den Umstieg in die Elektromobilität packen die Vier Ringe die Transformation entschlossen an. Audi steht zu seiner Rolle als Vorreiter und Innovationstreiber der Automobilindustrie. „Vorsprung durch Technik ist weiter nötig, denn viele große Probleme der Welt, wie den CO₂-Ausstoß und die Klimaerwärmung, können wir nur gemeinsam mit Clean Technologies lösen. Wir sehen uns als Garant für Freiheit und individuelle Mobilität unserer Kund_innen“, betont Markus Duesmann. Deshalb setze Audi auf emissionsfreie Antriebe. „Wir entwickeln Technik nicht um ihrer selbst willen. Sie muss bedeutungsvoll und wirksam sein, um die Welt in Bewegung zu halten.“

Der CEO sprach auf dem Thementag „Corporate & Business“ der Audi Media Days im Vorfeld der IAA 2021 und stellt sich am 1. September 2021 den Fragen der Weltpresse: Welche Vision verfolgt Audi? Wie wird sich das Unternehmen in den nächsten Monaten und Jahren wandeln, um den technologischen Fortschritt weiter zu forcieren und sich zukunftsicher aufzustellen? Wie entstehen zusätzlich Prozesse im Unternehmen, die weitere Innovationskraft fördern? Und auf welche Innovationen und Produkte dürfen sich Kund_innen in den nächsten Jahren freuen?



Entwicklung der neuen Strategie „Vorsprung 2030“

Vorsprung durch Technik beschreibt seit 50 Jahren die Audi-DNA. Damit das so bleibt, entwickelten Audis Chefstrategin Silja Pieh und ihr Team einen neuen Entstehungsprozess für eine nachhaltige und zukunftsweisende Unternehmensstrategie. Gemeinsam mit rund 500 Audianer_innen aller Hierarchieebenen und aus großen Märkten wie China und den USA analysierte sie über Monate hinweg mehr als 600 globale Trends im Mobilitätssektor bis 2030, die für das Unternehmen relevant werden könnten. Daraus entstanden strategische Aktionsfelder, die das Team mit dem Vorstand intensiv diskutierte und bewertete. Einige Erkenntnisse liegen auf der Hand: So werden sich Umsatz und Gewinn schrittweise verschieben – zunächst vom Verbrenner zum Elektroauto, später, wenn das autonome Fahren zusätzliche Wachstumspotenziale bietet, hin zu Software und Services.

„Erfreulich für unser gesamtes Team ist, dass das Thema Nachhaltigkeit bei vielen Mitarbeiter_innen und dem Vorstand bereits sehr tief verankert ist. Wir wollen verantwortungsvolles Wirtschaften künftig weiter stärken und konsequent handeln“, erklärt Silja Pieh. Die neue Strategie fokussiert profitables Wachstum und Differenzierung – und gibt Leitlinien für eine Priorisierung der strategischen Aktionsfelder. Dabei greifen verschiedene Bausteine wie Qualifizierung der Mitarbeitenden, Unternehmenskultur und eine neue Unternehmenssteuerung ineinander.

Neben dem Plan, aus dem Verbrenner auszusteigen, spielen eine stärkere Differenzierung der rein elektrischen Fahrzeuge gegenüber dem Wettbewerb durch Qualität und Design sowie die Steigerung des Mehrwerts für Kund_innen eine wichtige Rolle. Dazu zählt auch ein nahtloses Ökosystem für elektrisches und autonomes Fahren. „Mit dem Wandel wird Audi künftig mit Kund_innen viel häufiger und intensiver in Kontakt treten und mit neuen digitalen und physischen Angeboten erreichen“, sagt John Newman, Leiter Digitalisierung bei Audi.

Audi wird zudem die Wechselwirkung von wirtschaftlichem Erfolg und nachhaltigem Engagement noch enger verzahnen, und zwar nach den Kriterien Environment, Social und Governance (ESG). Die Kriterien umfassen unter anderem Klimaschutz und den Schutz von endlichen Ressourcen, Sicherheit und Gesundheit der Belegschaft, gesellschaftliche Verantwortung und Unternehmenssteuerung beim Compliance- und Risikomanagement. Silja Pieh weist darauf hin, dass der Strategieprozess nicht abgeschlossen sei, sondern dass es sich um einen permanenten Entwicklungsprozess handle: „Die Welt dreht sich schnell – insbesondere die Mobilität entwickelt sich rasant weiter. Darauf werden wir künftig noch schneller und flexibler reagieren.“ Im Rahmen des integrierten Planungsprozesses des Konzerns werde Audi die strategischen Rahmenbedingungen regelmäßig analysieren und gegebenenfalls nachschärfen.

Audi will den Beweis antreten, dass sich individuelle Premiummobilität und Nachhaltigkeit auf höchstem Niveau miteinander vereinbaren lassen. Gemeinsam mit dem Volkswagen Konzern und dessen anderen Marken will Audi eine führende Rolle in der neuen Mobilitätswelt einnehmen. Die geballte Gestaltungskraft des Konzerns ist dabei ein entscheidender



Wettbewerbsvorteil in der Transformation in Richtung E-Mobilität und Software. Mit der Konzernstrategie NEW AUTO hatte der Volkswagen Konzern im Juli seine Prioritäten nachgeschärft und stützt klar die erfolgreiche Umsetzung von „Vorsprung 2030“.

Für Martin Primus, Leiter Generalsekretariat bei Audi, liegt der Vorteil des strategischen Zielbildes darin, dass sich alle Mitarbeitenden auf die anstehenden Aufgaben konzentrieren können – innerhalb der Marke und in der gesamten Markengruppe mit Bentley, Lamborghini, Ducati und Italdesign. Frühe Weichenstellungen verschaffen dem Audi-Team die nötige Klarheit und ausreichend Zeit für die Transformation. Ein neu strukturiertes, starkes Fundament soll die Umsetzung finanziell, personell und organisatorisch ermöglichen.

Neue Ideen für die Zukunft – Innovationen bei Audi

Audi space frame, quattro, Matrix LED-Scheinwerfer und zahlreiche Patente rund um die Elektromobilität: Die Liste der Innovationen von Audi ist lang – und wird künftig noch länger. Oliver Hoffmann, Vorstand Technische Entwicklung bei Audi, spricht von weiteren Höhepunkten in den nächsten Jahren. „Im Zeitalter der neuen Mobilität interpretieren wir Vorsprung nicht nur als höchste Ingenieurskunst, State-of-the-art-Design und digitales Erlebnis. Wir denken nicht nur in Fahrzeugen. In Zukunft geht es verstärkt um ganzheitliche Mobilitätslösungen, dazu gehört auch das Thema Infrastruktur“, erklärt er.

Mit dem Projekt „Audi-DNA“ will der neue Entwicklungschef einen starken Fokus auf erlebbare Innovationen legen. Dabei geht Audi tief in technische Details wie Lenkwinkelbedarf, Handmoment und Akustik, um für die Kund_innen ein unvergleichliches Gefühl zu entwickeln. „Wir müssen unseren Produkten eine klare, unverkennbare DNA geben. Wir werden künftig sehr eindeutig definieren, wie sich ein Audi beim Fahren anfühlen muss. Das gilt übrigens auch für das hochautomatisierte Fahren“, sagt Hoffmann.

Wie das gesamte Unternehmen vollzieht auch die Technische Entwicklung die größte Transformation seit dem Bestehen dieses Bereichs – vor dem Unternehmen liegt das herausforderndste Jahrzehnt der Automobilindustrie. Dazu zählen unter anderem die stetig steigende Fokussierung auf Software in den Modellen und das automatisierte Fahren. Die zunehmende Vernetzung, digitale Dienstleistungen und der Ausbau selbst programmierter Systeme sind neben der Elektromobilität auch Schwerpunkte der Volkswagen Konzernstrategie.

Künftig können Kund_innen ihre Fahrzeuge upgraden und dabei Teilsysteme aktualisieren oder nachrüsten. Auch Besitzer_innen von Fahrzeugen mit Verbrennungsmotoren in verschiedenen Ländern erhalten einen besonderen Service über den gesamten Lebenszyklus. „Unsere Fahrzeuge werden durch intelligente Hardware im Aftersales-Geschäft noch stärker auf die Kund_innen ausgerichtet sein, individueller und nachhaltiger“, erklärt Oliver Hoffmann die Entscheidung.

CARIAD spielt in der neuen Strategie 2030 eine wichtige Rolle. Bis 2025 wird die Softwareschmiede des Konzerns eine skalierbare Softwareplattform mit einheitlichem



Betriebssystem und Cloud-Anbindung für alle Marken des Volkswagen Konzerns entwickeln. „Die Softwareplattform E³ 2.0 wird der Enabler für die Synergien und Innovationen der Zukunft sein, einschließlich des autonomen Fahrens“, sagt Markus Duesmann. Während CARIAD die technische Umsetzung softwarebasierter Lösungen verantwortet, erfolgt die Integration ins Fahrzeug in Abstimmung mit CARIAD durch die jeweiligen Marken.

Jürgen Rittersberger, Vorstand für Finanz und Recht, erläutert im Rahmen der Audi Media Days, wie er die finanzielle Basis dafür legen will, Innovationen im Audi Konzern voranzutreiben. „Hinter jeder technischen Innovation steht für uns bei Audi eine Haltung: Wir wollen ganzheitlich denken und den gesellschaftlichen und sozialen Kontext stets im Blick behalten.“ Damit Innovationen bezahlbar bleiben, optimiert das Unternehmen weiter seine Prozesse und Kosten. „Um eine Transformation, wie sie Audi gerade erlebt, zu stemmen, müssen und werden wir die entsprechenden finanziellen Mittel freispielen. Nur so sichern wir langfristig unsere Wettbewerbs- und Zukunftssicherheit“, sagt Rittersberger. Neben einer ergebnisorientierten Volumensteuerung sowie einer starken operativen Performance sind Synergien innerhalb des Volkswagen Konzerns bei Hard- und Software wesentliche Erfolgsfaktoren. Das erste Halbjahr 2021 habe gezeigt, dass Audi auf dem richtigen Weg sei: Rekorde bei den Auslieferungen und ein erheblicher Volumenzuwachs bei den batterieelektrischen Fahrzeugen belegen, dass die Vier Ringe nachhaltige und profitable Mobilität forcieren.

Mit der Berliner Innovationseinheit Denkwerkstatt entwickelt Audi seit rund fünf Jahren neue Ideen für die Zukunft. Mittlerweile zählt die Audi Denkwerkstatt zu den anerkannt führenden Innovationseinheiten deutscher Unternehmen und ist ein Schnellboot von Audi, das mit seiner Start-up-Atmosphäre innovative Geschäftsmodelle in agilen Teams entwickelt. Zudem erarbeiten Audianer_innen aus verschiedenen Unternehmensbereichen beim Intrapreneurship-Programm innerhalb weniger Wochen Geschäftsideen. Am Ende jeder Phase bewertet eine Fachjury anhand festgelegter Kriterien, ob das Projekt weiterverfolgt oder gestoppt wird. „Unser Ziel ist es, neue Ideen schnell in kundenrelevante Innovationen zu verwandeln. Hierbei leistet die Audi Denkwerkstatt einen wichtigen Beitrag“, so Oliver Hoffmann.

Gleichzeitig arbeitet Audi intensiv an effizienten Herstellungsprozessen und smarten Technologien in der Produktion. Im Audi Production Lab etwa treibt das Unternehmen innovative Lösungen für die Fertigung voran. Dabei greift das Team auf ein Netzwerk aus Instituten, Start-ups und globalen Lieferanten zurück – und setzt vor allem auf die Kompetenz und Kreativität der Mitarbeitenden. Der Audi Standort Neckarsulm nimmt unterdessen als Pilotwerk und Reallabor für den digitalen Wandel eine zentrale Rolle ein. IT-Lösungen und Impulse von den Technologiepartnern Amazon Web Services, SAP und Capgemini fließen in das Industrie-4.0-Projekt einer vollvernetzten Fabrik ein.

Audi in China

Bei der strategischen Neuausrichtung wird der chinesische Markt auch in Zukunft eine wichtige Rolle spielen. Nach Schätzungen von Audi wird der Markt für Premiumfahrzeuge bis 2030 auf 4,5 Millionen Einheiten pro Jahr wachsen – 2020 lag der Absatz bei 3,1 Millionen Fahrzeugen.



Bei den Elektrofahrzeugen könnte sich der Anteil von heute 10 Prozent auf bis zu 40 Prozent bis Ende dieser Dekade erhöhen.

Daher ist es nur konsequent, dass Audi sein Geschäft in China weiter ausbaut. Dazu gehört auch die Ausweitung des Angebots an lokal produzierten Elektroautos. Audi gestaltet damit den Wandel der chinesischen Autoindustrie hin zu nachhaltiger Mobilität mit. Changchun ist der Stammsitz des Joint Ventures FAW-Volkswagen, in dem Audi seit über 30 Jahren – außer an anderen Standorten in China – Automobile produziert. Gemeinsam mit FAW wird das lokal produzierte Produktangebot bis Ende 2021 auf zwölf Modelle erweitert. Die ersten Produkte aus der Kooperation mit dem zweiten chinesischen Partner SAIC Volkswagen kommen 2022 auf den Markt. Sie werden ebenfalls über das bestehende Händler-Investoren-Netzwerk von FAW-Volkswagen Audi vertrieben.

„Unter dem Motto ‚In China für China‘ fokussiert Audi die speziellen Kundenwünsche im größten Automobilmarkt der Welt und treibt Innovationen aktiv voran“, sagt Werner Eichhorn, Präsident von Audi China. „Gemeinsam mit unseren beiden Partnern FAW und SAIC sind wir auf die Herausforderungen der Zukunft bestens vorbereitet.“ Bisher hat Audi auf dem chinesischen Markt insgesamt mehr als 7 Millionen Fahrzeuge ausgeliefert. Allein 2020 hat Audi in China 727.358 Fahrzeuge verkauft. Im ersten Halbjahr 2021 waren es 418.749 Fahrzeuge.

Audi Kommunikation

Dirk Arnold

Leiter Audi Kommunikation

Telefon: +49 841 89 92033

E-Mail: dirk.arnold@audi.de

www.audi-mediacyber.com/de





Der Audi-Konzern mit seinen Marken Audi, Ducati und Lamborghini ist einer der erfolgreichsten Hersteller von Automobilen und Motorrädern im Premiumsegment. Er ist weltweit in mehr als 100 Märkten präsent und produziert an 19 Standorten in zwölf Ländern. 100-prozentige Töchter der AUDI AG sind unter anderem die Audi Sport GmbH (Neckarsulm), die Automobili Lamborghini S.p.A. (Sant'Agata Bolognese/Italien) und die Ducati Motor Holding S.p.A. (Bologna/Italien).

2020 hat der Audi-Konzern rund 1,693 Millionen Automobile der Marke Audi sowie 7.430 Sportwagen der Marke Lamborghini und 48.042 Motorräder der Marke Ducati an Kund_innen ausgeliefert. Im Geschäftsjahr 2020 erzielte der Premiumhersteller bei einem Umsatz von €50,0 Mrd. ein Operatives Ergebnis vor Sondereinflüssen von €2,7 Mrd. Zurzeit arbeiten weltweit rund 87.000 Menschen für das Unternehmen, davon 60.000 in Deutschland. Mit neuen Modellen, innovativen Mobilitätsangeboten und attraktiven Services wird Audi zum Anbieter nachhaltiger, individueller Premiummobilität.
