

# Lagebericht des Audi Konzerns

für das Geschäftsjahr 2007

## Geschäft und Rahmenbedingungen

### Konzern

#### Unternehmen

Der Audi Konzern zählt mit den Marken Audi und Lamborghini zu den erfolgreichsten Automobilherstellern im Premiumsegment.

Den Kern des Unternehmens bildet die Marke Audi, deren Fahrzeuge durch modernes Design und hohe Verarbeitungsqualität Kunden auf der ganzen Welt begeistern. Mit dem Markenkern „Vorsprung durch Technik“ und den Markenwerten Sportlichkeit, Hochwertigkeit und Progressivität manifestiert die Marke Audi ihren Anspruch, die hohen Erwartungen der Kunden nach wegweisenden Innovationen zu erfüllen, und rückt dabei die Nachhaltigkeit der technologischen Lösungen in den Mittelpunkt. Dieses Markenleitbild wird für die Kunden in einer umfassenden Modellvielfalt erlebbar, die es Audi auch 2007 ermöglichte, die starke Position auf den weltweiten Automobilmärkten weiter auszubauen.

#### Auslieferungen von Audi Fahrzeugen nach Regionen

	2007	Anteil in %
Deutschland	254.014	26,3
Europa ohne Deutschland	432.466	44,9
China (inkl. Hongkong)	101.996	10,6
USA	93.506	9,7
Sonstige	82.169	8,5
<b>Gesamt</b>	<b>964.151</b>	<b>100,0</b>

Die italienische Marke Lamborghini setzt eine langjährige Tradition im Segment der Supersportwagen fort. Dabei ist die Faszination der kompromisslosen und einzigartigen Fahrzeuge bis heute ungebrochen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr erfreute sich die Marke Lamborghini erneut einer stark gestiegenen Nachfrage.

#### Konzernstruktur und wesentliche Konzerngesellschaften

Die Zentrale des Audi Konzerns befindet sich in Ingolstadt. Hier sind außer der Technischen Entwicklung auch der Vertrieb, die Verwaltung und große Teile der Produktion ansässig. Am Standort werden neben den Erfolgsmodellen A3, A3 Sportback, A4 Limousine und Avant auch das neue A5 Coupé sowie die besonders sportlichen Varianten S3 und S5 Coupé gefertigt. Im Jahr 2008 wird zusätzlich die Serienfertigung des neuen Audi Q5 aufgenommen. Darüber hinaus werden in Ingolstadt die Karosserien für TT Coupé und Roadster sowie für das A3 Cabriolet hergestellt.

In Neckarsulm, dem zweiten deutschen Standort, produziert die AUDI AG die Modelle A4 Limousine, A6 Limousine, Avant und allroad quattro, S6 Limousine und Avant sowie die Luxuslimousine A8 mit den besonders leistungsstarken Derivaten A8 W12 und S8.

Die äußerst anspruchsvolle Manufaktur des Mittelmotor-Sportwagens Audi R8 sowie die Produktion des neuen RS 6 Avant erfolgt durch die ebenfalls in Neckarsulm ansässige quattro GmbH. Das Unternehmen, eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der AUDI AG, bietet zudem ein attraktives Angebot von Individualisierungsmöglichkeiten für alle Audi Modelle (z.B. S line, exclusive line) und vertreibt hochwertige Accessoires rund um die Marke mit den Vier Ringen.

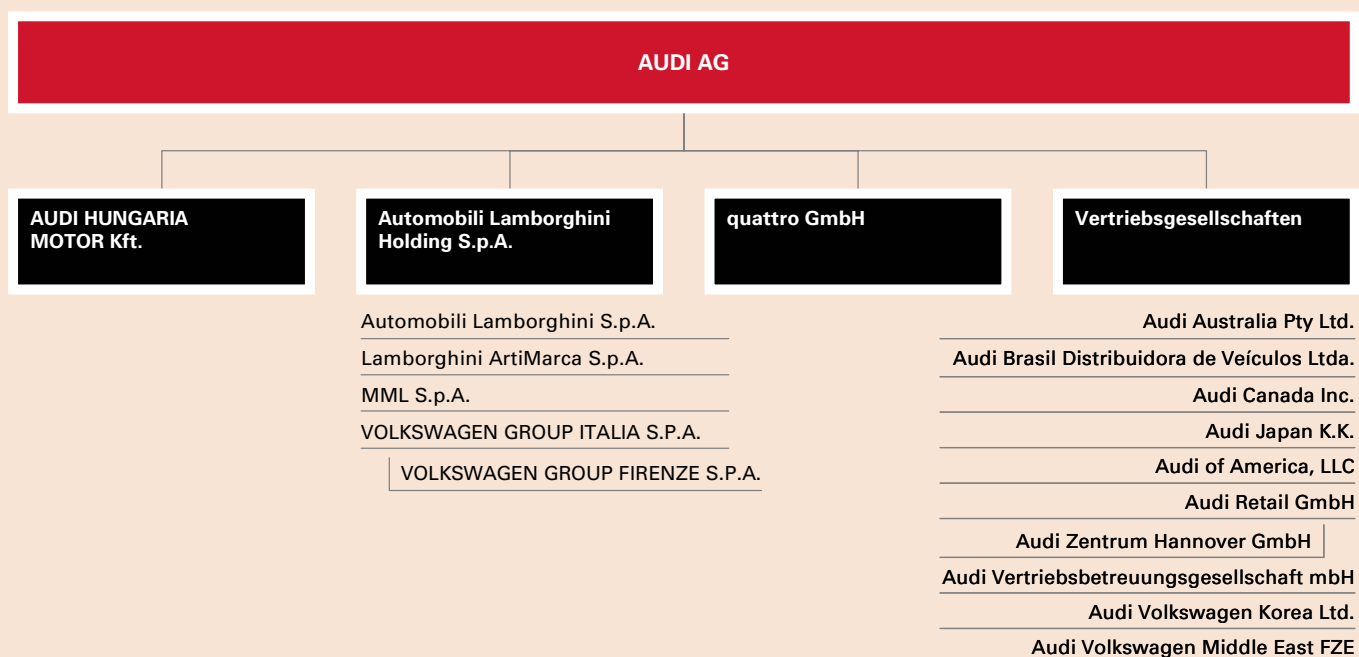
Am belgischen Standort in Brüssel, der den Audi Produktionsverbund seit März 2007 ergänzt, werden derzeit der A3 Sportback und im Auftrag der Volkswagen AG der VW Polo gefertigt.

Die AUDI HUNGARIA MOTOR Kft. entwickelt und baut im ungarischen Győr Motoren für die AUDI AG und weitere Gesellschaften des Volkswagen Konzerns sowie für Dritte. Zusätzlich werden dort die Modelle Audi TT Coupé und Roadster sowie das neue A3 Cabriolet im Verbund mit dem Werk Ingolstadt gebaut. Das Unternehmen hat sich bis heute zu einem der größten Exporteure und einer der umsatzstärksten Gesellschaften des Landes entwickelt.

Die Region Bologna in Italien ist die Heimat der Automobili Lamborghini S.p.A., welche die Supersportwagen Gallardo Coupé, Gallardo Spyder, Gallardo Superleggera, Murciélago LP640 Coupé, Murciélago LP640 Roadster und Reventón fertigt.

Der Vertrieb von Fahrzeugen der Marke Audi sowie sonstiger Marken des Volkswagen Konzerns erfolgt in Italien durch die VOLKSWAGEN GROUP ITALIA S.P.A., einer Tochtergesellschaft der Automobili Lamborghini Holding S.p.A., mit Sitz in Verona.

#### Wesentliche Gesellschaften im Audi Konzern



#### Konsolidierungskreis

Der größte Anteilseigner der AUDI AG ist die Volkswagen AG, die derzeit rund 99 Prozent des Aktienkapitals besitzt. Zwischen beiden Unternehmen besteht ein Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag. Die Volkswagen AG bezieht den Konzernabschluss der AUDI AG in den eigenen Konzernabschluss ein.

Im Audi Konzernkreis ergaben sich im abgelaufenen Geschäftsjahr folgende Änderungen: Seit dem 1. Januar 2007 werden die Audi Retail GmbH sowie die VOLKSWAGEN GROUP FIRENZE S.P.A. als vollkonsolidierte Gesellschaften in den Konzernabschluss einbezogen. Zwischen der Audi Retail GmbH und der AUDI AG wurde ein Gewinnabführungsvertrag geschlossen. Ebenfalls vollkonsolidiert werden die zum 1. Januar 2007 erworbene Audi Zentrum Hannover GmbH sowie die nach Maßgabe der Kriterien des IAS 27.13 Satz 2 zu konsolidierenden Gesellschaften Audi of America, LLC und Audi Canada Inc., die zum 1. Januar 2007 neu gegründet wurden.

Die AUTOGERMA S.p.A. wurde mit Wirkung zum 1. Januar 2007 in VOLKSWAGEN GROUP ITALIA S.P.A. umbenannt.

Zwischen der AUDI AG und den wesentlichen inländischen Tochtergesellschaften bestehen Gewinnabführungsverträge.

### **Ergänzende Angaben nach § 315 Abs. 4 HGB**

Mit dem Inkrafttreten des Übernahmerichtlinie-Umsetzungsgesetzes am 14. Juli 2006 wurde die Richtlinie 2004/25/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 21. April 2004 bezüglich Übernahmeangeboten („EU-Übernahmerichtlinie“) in deutsches Recht umgesetzt. Das Gesetz sieht unter anderem Änderungen im HGB vor und erfordert ergänzende Angaben im Lagebericht, die nachfolgend dargestellt werden:

#### **Kapitalverhältnisse**

Am 31. Dezember 2007 betrug das gezeichnete Kapital der AUDI AG unverändert 110.080.000 EUR und setzte sich aus 43.000.000 auf den Inhaber lautende Stückaktien zusammen. Eine Aktie gewährt einen rechnerischen Anteil von 2,56 EUR am Gesellschaftskapital.

#### **Aktionärsrechte und -pflichten**

Dem Aktionär stehen Vermögens- und Verwaltungsrechte zu.

Zu den Vermögensrechten gehören vor allem das Recht auf Teilhabe am Gewinn (§ 58 Abs. 4 AktG) und an einem Liquidationserlös (§ 271 AktG) sowie das Bezugsrecht auf Aktien bei Kapitalerhöhungen (§ 186 AktG).

Zu den Verwaltungsrechten gehören das Recht, an der Hauptversammlung teilzunehmen, und das Recht, auf dieser zu reden, Fragen und Anträge zu stellen sowie die Stimmrechte auszuüben. Der Aktionär kann diese Rechte insbesondere durch Auskunfts- und Anfechtungsklagen durchsetzen.

Jede Aktie gewährt in der Hauptversammlung eine Stimme. Die Hauptversammlung wählt die von ihr zu bestellenden Mitglieder des Aufsichtsrats und den Abschlussprüfer; sie entscheidet insbesondere über die Entlastung der Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats, über Satzungsänderungen und Kapitalmaßnahmen, über Ermächtigungen zum Erwerb eigener Aktien sowie gegebenenfalls über die Durchführung einer Sonderprüfung, über eine vorzeitige Abberufung von Mitgliedern des Aufsichtsrats und über eine Auflösung der Gesellschaft.

Die Hauptversammlung fasst ihre Beschlüsse in der Regel mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen, soweit aufgrund gesetzlicher Bestimmungen nicht eine qualifizierte Mehrheit erforderlich ist.

Zwischen der AUDI AG und der Volkswagen AG als herrschender Gesellschaft besteht ein Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag. Dieser Vertrag erlaubt Volkswagen, Weisungen zu erteilen. Der Jahresüberschuss der AUDI AG ist an Volkswagen abzuführen. Die Volkswagen AG ist zum Ausgleich eines möglichen Verlusts verpflichtet. Außen stehende Audi Aktionäre erhalten eine Ausgleichszahlung, die an die Dividende der Volkswagen Aktie gekoppelt ist.

#### **Besetzung des Aufsichtsrats**

Der Aufsichtsrat setzt sich aus 20 Mitgliedern zusammen und besteht zur einen Hälfte aus Kapitaleignervertretern, die von der Hauptversammlung gewählt werden. Die andere Hälfte des Aufsichtsrats besteht aus Arbeitnehmervertretern, die von den Arbeitnehmern nach dem Mitbestimmungsgesetz gewählt werden. Insgesamt sieben dieser Arbeitnehmervertreter sind Beschäftigte des Unternehmens; die anderen drei Aufsichtsratsmitglieder der Arbeitnehmer vertreten die Gewerkschaften. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats, ein vom Aufsichtsrat aus seiner Mitte gewählter Kapitaleignervertreter, hat nach § 13 Abs. 3 der Satzung bei Stimmgleichheit im Aufsichtsrat letztlich zwei Stimmen.

### Gesetzliche Vorschriften und Bestimmungen der Satzung über die Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands und über die Änderung der Satzung

Die Bestellung und die Abberufung von Mitgliedern des Vorstands sind in § 84 und § 85 AktG geregelt. Danach werden Vorstandsmitglieder vom Aufsichtsrat auf höchstens fünf Jahre bestellt. Eine wiederholte Bestellung oder Verlängerung der Amtszeit, jeweils für höchstens fünf Jahre, ist zulässig. Ergänzend hierzu bestimmt die Satzung in § 6, dass die Zahl der Vorstandsmitglieder vom Aufsichtsrat festgesetzt wird und dass der Vorstand aus mindestens zwei Personen bestehen muss.

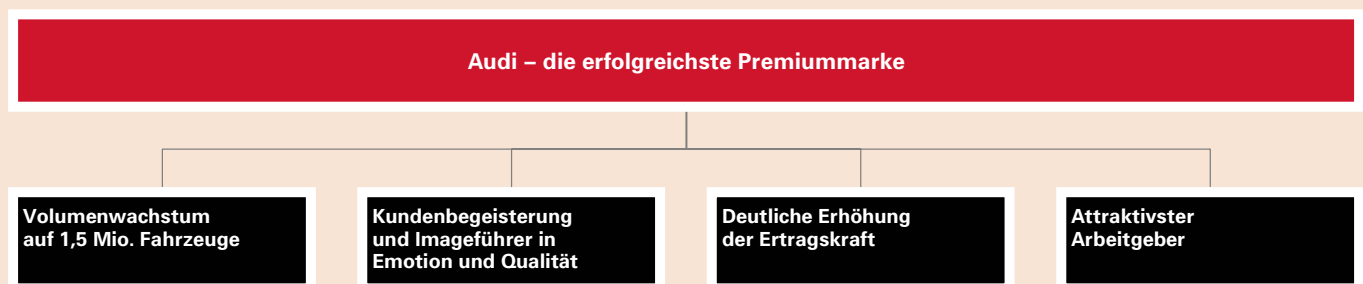
### Wesentliche Vereinbarungen des Mutterunternehmens, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebots stehen

Die AUDI AG hat keine Vereinbarungen getroffen, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebots stehen. Ferner wurden mit Mitgliedern des Vorstands oder Arbeitnehmern keine Entschädigungen für den Fall eines Übernahmeangebots vereinbart.

## Unternehmenssteuerung

### Strategie

Das Management des Audi Konzerns hat es sich zum Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2015 die Kernmarke Audi als weltweit erfolgreichste Premiummarke zu etablieren. Auch im Geschäftsjahr 2007 wurde hierzu ein umfassender und detaillierter Maßnahmenkatalog erarbeitet. Alle Aktivitäten im Rahmen dieser jährlichen Planungen richteten sich entlang vier strategischer Zieldimensionen aus:



### Volumenwachstum auf 1,5 Mio. Fahrzeuge

Für das Jahr 2015 plant Audi 1,5 Mio. Premiumfahrzeuge an Kunden auszuliefern. Zur Umsetzung dieses ehrgeizigen Ziels hat das Unternehmen 2007 seine langfristig angelegte Modelloffensive mit unverändert hohem Tempo fortgesetzt. Fahrzeuge wie das im Frühjahr in die Märkte eingeführte Audi A5 Coupé, der reinrassige Mittelmotor-Sportwagen Audi R8 oder die im Herbst der Öffentlichkeit vorgestellte neue Audi A4 Limousine begeisterten Kunden und Fachjournalisten auf der ganzen Welt. Im Jahr 2008 werden weitere neue Modelle wie das Audi A3 Cabriolet, Audi TTS Coupé und Roadster oder der Audi Q5 die junge und sportliche Produktpalette des Unternehmens ergänzen. Die Markteinführung des neuen Audi A4 Avant rundet das Feuerwerk an Produktneuheiten im Jahr 2008 ab.

Parallel baut Audi weltweit das Engagement auf den Automobilmärkten stetig aus. Im wichtigen Absatzmarkt USA wurde die Audi Vertriebsorganisation neu strukturiert sowie die flächendeckende Einführung der besonders effizienten Dieselmotortechnologie vorbereitet – ein Gebiet, auf dem Audi seit Jahren über höchste Kompetenz verfügt. In bedeutenden Wachstumsmärkten wie China und Russland erweiterte das Unternehmen das exklusive Händler- und Servicenetz und legte in Indien mit dem Beginn der lokalen CKD-Montage des Audi A6 den Grundstein für zukünftige Erfolge.

Bereits 2008 will Audi mehr als 1 Mio. Premiumfahrzeuge an Kunden übergeben. Zur Absicherung der notwendigen Produktionskapazitäten wurde im Frühjahr des Jahres 2007 das Werk Brüssel, Belgien, in den Audi Produktionsverbund integriert.

#### **Kundenbegeisterung und Imageführer in Emotion und Qualität**

Im Mittelpunkt aller Aktivitäten steht bei Audi, die hohen Erwartungen der Kunden nach innovativen und nachhaltigen Lösungen umfassend zu erfüllen und diese durch begeisterte Produkte emotional an die Marke zu binden. So hat das Unternehmen beispielsweise im abgelaufenen Geschäftsjahr die e-Modelle in den Markt eingeführt. Diese zeichnen sich neben sehr niedrigen Verbrauchs- und Emissionswerten durch die gewohnte Sportlichkeit aus und belegen deutlich erlebbar den markentypischen „Vorsprung durch Technik“. Das besonders effiziente Fahrzeugkonzept wurde von den Kunden mit großer Begeisterung angenommen.

2007 gelang es Audi erneut, zahlreiche Auszeichnungen für Fahrzeuge zu erhalten. Bei einer der bedeutendsten Leserwahlen, durchgeführt von der Fachzeitschrift *auto motor und sport*<sup>1)</sup>, gewannen der Audi A3, der Audi A6 und der Audi Q7 das begehrte Prädikat „Best Cars“ ihrer Klasse. Bei der „Auto Trophy 2007“ des Fachmagazins *Auto Zeitung*<sup>2)</sup> führen mit dem Audi A3, dem Audi A4, dem Audi A6 und dem Audi R8 gleich vier Modelle auf die ersten Plätze. Auch international feierte die Marke mit den Vier Ringen große Erfolge. In China, dem größten Auslandsmarkt des Unternehmens, lag Audi bei der J.D. Power Asia Pacific Studie<sup>3)</sup>, welche die Zufriedenheit von Neuwagenkäufern analysiert, zum zweiten Mal in Folge an erster Stelle. Der Audi TT wurde von einer Jury renommierter Fachjournalisten aus 22 Ländern mit dem Titel „2007 World Car Design of the Year“ gekürt.

Dem sportlichen Anspruch der Marke wurde das Unternehmen auch 2007 wieder durch zahlreiche Erfolge im Rennsport gerecht. So wiederholte Audi den legendären Triumph des Dieselrennwagens R10 TDI beim 24-Stunden-Rennen in Le Mans. In der Rennserie der Deutschen Tourenwagen Masters DTM siegte Audi bereits zum fünften Mal.

#### **Deutliche Erhöhung der Ertragskraft**

Im Rahmen des anhaltend hohen Wachstumstempos ist das Management des Audi Konzerns bestrebt, die Ertragskraft des Unternehmens nachhaltig zu steigern, um so die notwendigen finanziellen Mittel für neue zukunftsweisende Investitionen zu generieren. Neben einer weiteren Erhöhung des Geschäftsvolumens kommt hierbei der kontinuierlichen Analyse und Verbesserung aller Unternehmensprozesse große Bedeutung zu. So erhöhen wegweisende Konzepte wie die „Produktions-Drehscheibe“ oder modulare Baukastensysteme die Synergieeffekte und tragen damit zu einer kosteneffizienteren Umsetzung neuer Fahrzeugkonzepte bei. Darüber hinaus setzt das Unternehmen auf ein konsequentes Investitionsmanagement, um die vorhandenen Finanzmittel optimal einzusetzen.

#### **Attraktivster Arbeitgeber**

Auf dem ambitionierten Wachstumspfad ist Audi auch zukünftig auf engagierte und hochqualifizierte Arbeitskräfte angewiesen. Daher ist es ein wesentliches strategisches Ziel des Unternehmens, die Attraktivität als Arbeitgeber weiter auszubauen. Im Mittelpunkt der Aktivitäten steht hierbei die Schaffung eines Arbeitsumfeldes, in dem sich eine hochmotivierte Mannschaft permanent weiterentwickeln kann. Zudem bietet das Unternehmen neben Programmen zur individuellen Gestaltung der Arbeitszeit auch eine leistungsgerechte Entloh-

<sup>1)</sup> Ausgabe 04/2007, S. 120 ff.

<sup>2)</sup> Ausgabe 26/2007, S. 78 ff.

<sup>3)</sup> J.D. Power Asia Pacific 2007 China Customer Satisfaction Index (CSI) Study<sup>SM</sup>, Pressemitteilung vom 30.07.2007

nung und schüttet eine ergebnisabhängige Erfolgsbeteiligung aus, um so den großen Einsatz seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu würdigen.

Den großen Erfolg dieser Maßnahmen belegt neben regelmäßig durchgeführten internen Belegschaftsbefragungen unter anderem eine Umfrage des renommierten trendence Instituts nach dem beliebtesten Arbeitgeber im Jahr 2007.<sup>1)</sup> Dort wurde Audi bei den Studenten der Ingenieurwissenschaften auf den zweiten Platz gewählt.

Für das Geschäftsjahr 2008 plant Audi weitere Einstellungen.

### Unternehmensinternes Steuerungssystem

Alle Aktivitäten im Audi Konzern sind im Rahmen eines finanziellen Zielsystems auf die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes ausgerichtet. Die interne Steuerung erfolgt hierbei anhand der Kapitalrendite (Return on Investment – RoI), die es erlaubt, alle Investitionsprojekte unterschiedlicher Art und Größe hinsichtlich der Verzinsung des eingesetzten Kapitals zu bewerten. Der RoI gibt somit Auskunft über die Entwicklung der Ertragskraft eines Unternehmens und wird anhand nachfolgender Formel berechnet:

$$\text{Kapitalrendite (RoI)} = \frac{\text{operatives Ergebnis nach Steuern}}{\text{durchschnittlich investiertes Vermögen}} \times 100$$

Die Ermittlung des operativen Ergebnisses nach Steuern erfolgt infolge der unterschiedlichen Steuersätze der Gesellschaften im Konzern mit einer durchschnittlichen Konzern-Steuerquote von 35 Prozent.

in Mio. EUR	2007	2006
operatives Ergebnis vor Steuern	2.705	2.015
– Steuern (35 %)	947	705
<b>= operatives Ergebnis nach Steuern</b>	<b>1.758</b>	<b>1.310</b>
durchschnittliche betriebliche Aktiva	12.100	11.575
– durchschnittliches unverzinsliches Abzugskapital	2.639	2.321
<b>= durchschnittlich investiertes Vermögen</b>	<b>9.461</b>	<b>9.254</b>
<b>Kapitalrendite (in %)</b>	<b>18,6</b>	<b>14,2</b>

Mit einer Kapitalrendite von 18,6 Prozent übertraf der Audi Konzern im Geschäftsjahr 2007 den Vorjahreswert von 14,2 Prozent deutlich und zählt damit zu den ertragsstärksten Unternehmen im internationalen Automobilgeschäft.

### Vergütungssystematik für Aufsichtsrat und Vorstand

Angaben zur Vergütungssystematik des Aufsichtsrats und des Vorstands sind im Anhang des Konzernabschlusses unter dem Punkt „Angaben zu Aufsichtsrat und Vorstand“ enthalten.

## Forschung und Entwicklung

Die Premiumfahrzeuge des Audi Konzerns zeichnen sich neben hoher Verarbeitungsqualität vor allem durch innovative Technologiekonzepte aus. Auch 2007 konnten zahlreiche Entwicklungen zur Serienreife gebracht werden.

Im Bereich Forschung und Entwicklung waren im Jahresdurchschnitt 6.211 (5.946) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tätig, davon 5.973 (5.717) bei der AUDI AG, 109 (99) bei der AUDI HUNGARIA MOTOR Kft. und 129 (130) bei der Automobili Lamborghini S.p.A.

<sup>1)</sup> trendence Institut: Das Absolventenbarometer 2007 – Business und Engineering Edition, Berlin 2007

## Forschungs- und Entwicklungsaufwand

in Mio. EUR	2007	2006
Forschungskosten und nicht aktivierte Entwicklungskosten	1.570	1.077
Abschreibungen und Abgänge aktivierter Entwicklungskosten	656	905
<b>Forschungs- und Entwicklungsaufwand gesamt</b>	<b>2.226</b>	<b>1.982</b>

## Technische Innovationen

### Effiziente Sportlichkeit: Die Audi e-Modelle

Zu Beginn des Jahres 2007 wurden die ersten hocheffizienten Audi e-Modelle erfolgreich in den Markt eingeführt. Die Fahrzeuge zeichnen sich durch einen besonders niedrigen Verbrauch sowie geringe Schadstoffemissionen aus und begeistern gleichzeitig mit der gewohnten Audi Sportlichkeit. Ermöglicht wird dies durch den Einsatz fortschrittlichster Technologien im Bereich der Benzin- und Dieseldirekteinspritzung sowie ein umfassendes Paket an Maßnahmen wie Getriebemodifikationen, Aerodynamikoptimierungen, Fahrerassistenzsystemen und modernster Audi Leichtbauweise.

So besticht beispielsweise der im zweiten Halbjahr 2007 vorgestellte Audi A8 2.8 FSI e bei einer Leistung von 154 kW (210 PS) mit einem Durchschnittsverbrauch von 8,3 Litern Superkraftstoff auf 100 Kilometern. Dies entspricht einem Emissionswert von 199 g CO<sub>2</sub>/km. In den nächsten Jahren sollen e-Modelle in allen Volumenbaureihen angeboten werden.

### Audi TDI mit „ultra low emission system“

Als eines der weltweit führenden Unternehmen auf dem Gebiet hochmoderner Dieselschnologie läutet der Audi Konzern mit der Entwicklung der neuesten TDI-Generation eine neue Ära des überlegenen Antriebskonzepts ein. So wurde das bewährte Prinzip der Dieseldirekteinspritzung mit Turboaufladung mit einer Reihe innovativer Maßnahmen wie dem neuen Piezo-Common-Rail-System mit 2.000 bar Einspritzdruck, der weiter verbesserten Aufladung und den weltweit erstmals eingesetzten Brennraumsensoren kombiniert und dadurch die Motor-Rohemissionen deutlich verringert. In Verbindung mit dem nachgeschalteten ultra low emission system, das die Stickoxidemissionen um bis zu 90 Prozent reduziert, wird das Antriebskonzept zu einem besonders ressourcenschonenden Hightechdiesel. Die entwickelten Aggregate erfüllen aktuell die weltweit strengsten Abgasnormen sowie bereits die derzeit für das Jahr 2014 diskutierten Grenzwerte in Europa. Als erste Baureihen werden zukünftig der Audi Q7 und der Audi A4 mit dem 3,0-Liter-TDI-Motor mit ultra low emission system ausgestattet.

### Neuer 1,4-Liter-TFSI-Motor im Audi A3

Mit dem neuen 1,4-Liter-TFSI-Motor wurde die erfolgreiche Baureihe des Audi A3 um ein weiteres, besonders effizientes und leistungsfähiges Aggregat erweitert. Der Motor basiert auf dem bewährten Konzept der FSI-Technologie mit Turboaufladung und leistet 92 kW (125 PS) bei maximal 200 Newtonmeter Drehmoment. Mit Beschleunigungswerten von 9,6 Sekunden von 0 auf 100 km/h und einem Durchschnittsverbrauch von 6,5 Litern Superkraftstoff auf 100 Kilometern bietet der neue 1.4 TFSI im Audi A3 hohen Fahrspaß bei geringem Verbrauch und einem Emissionswert von 154 g CO<sub>2</sub>/km.

### Mehrere Fahrzeuge in einem: Audi drive select

In der neuen Audi A4 Limousine wurde Audi drive select erstmals in einem Serienfahrzeug vorgestellt. Das fortschrittliche System ermöglicht es dem Fahrer, die Charakteristik des Wagens auf seine ganz persönlichen Wünsche einzustellen.

Konkret wird dies durch die simultane Einbindung verschiedener Technikkomponenten wie der Motorsteuerung, des Automatikgetriebes, der Lenkung oder der Stoßdämpfer möglich, deren Einstellungen individuell verändert werden können. Neben den drei Hauptmodi „comfort“ für komfortables, „auto“ für ausgewogenes und „dynamic“ für betont sportliches Fahrverhalten steht hierzu optional auch der Modus „individual“ zur Verfügung. Dabei kann eine aus zahlreichen Möglichkeiten frei wählbare Abstimmung von einzelnen Komponenten des Fahrzeugs vorgenommen werden. So bietet Audi drive select den Kunden ein hohes Maß an Individualität und vereint so mehrere Fahrzeugphilosophien in einem.

### Akustikverdeck im Audi A3 Cabriolet

Für das neue Audi A3 Cabriolet wurde ein vollautomatisches Akustikverdeck als optionale Ausstattung vorgestellt. Durch weitere Verbesserungen in der Wärme- und Schalldämmung des Softtops liegen die Fahrgeräusche im Innenraum bei einer Geschwindigkeit von 140 km/h nur um 1 dB(A) über denen eines geschlossenen Audi A3. Damit bietet das Akustikverdeck ein völlig neues Fahrgefühl. Dank einer leistungsfähigen Kinematik öffnet es zudem in nur neun Sekunden. Z-förmig zusammengefaltet benötigt es nur wenig Platz und bietet zusätzlichen Gepäckraum gegenüber einer Stahldachlösung. Darüber hinaus erlaubt der Einsatz eines Stoffverdecks die klassische und zeitlose Linie eines Cabriolets beizubehalten.

### Innovationen für die Sicherheit

#### LED-Technologie

Bereits seit mehreren Jahren arbeitet der Audi Konzern sehr erfolgreich an der Weiterentwicklung der LED-Technologie, die gegenüber konventionellen Lösungen Vorteile bietet. Neben einem niedrigeren Energieverbrauch und geringerem Verschleiß schafft die tagesähnliche Ausleuchtung mehr Kontrast und sorgt für ein angenehmeres Empfinden.

Die Marke Audi, die bereits im Audi R8 den ersten Voll-LED-Scheinwerfer (Abblendlicht, Fernlicht, Tagfahrlicht, Blinker) für ein Serienfahrzeug präsentierte, setzt auch bei den neuen Modellen auf das innovative Lichtkonzept. So sind Fahrzeuge, wie beispielsweise der neue Audi A4 oder das Audi A3 Cabriolet, optional mit LED-Tagfahrlicht erhältlich. Dabei unterstreichen die weißen Leuchtdioden den einzigartigen Charakter der Marke mit den Vier Ringen.

#### Umfassendes Paket an Assistenzsystemen für die Mittelklasse

Mit der neuen Audi A4 Limousine ist erstmals ein umfassendes Paket an Assistenzsystemen aus der Oberklasse auch in einem Audi der Mittelklasse verfügbar. Das Fahrzeug kann optional mit dem Audi side assist ausgestattet werden, der beim Spurwechsel auf Fahrzeuge im toten Winkel aufmerksam macht. Ebenso steht der Audi lane assist zur Verfügung, der bei ungewolltem Verlassen der Fahrspur warnt. Ebenfalls verfügbar ist das System adaptive cruise control (ACC), das durch begrenztes Bremsen oder Beschleunigen den Abstand zu einem, von seinem Radarsensor erkannten, vorausfahrenden Fahrzeug regelt. Bei einem abrupten Bremsen des Vordermanns wird der Audi braking guard aktiv, der zunächst den Fahrer durch ein akustisches und optisches Signal warnt, um danach, falls notwendig, durch ein kurzes, aber merkliches Abbremsen den Fahrer zu warnen und gegebenenfalls zu einer notwendigen Bremsung zu animieren.



## Arbeitnehmerbelange

## Belegschaft

	2007	2006
Audi Konzern im Jahresdurchschnitt	53.347	52.297
davon:		
AUDI AG	44.698	44.701
Werk Ingolstadt	31.369	31.276
Werk Neckarsulm	13.329	13.425
AUDI HUNGARIA MOTOR Kft.	5.623	5.204
Lamborghini-Gruppe*	933	720
VOLKSWAGEN GROUP ITALIA S.P.A.	900	873

\* ohne VOLKSWAGEN GROUP ITALIA S.P.A. und VOLKSWAGEN GROUP FIRENZE S.P.A.

Der Audi Konzern beschäftigte 2007 im Jahresdurchschnitt weltweit 53.347 (52.297) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Die Belegschaft der AUDI AG mit den beiden Standorten Ingolstadt und Neckarsulm lag trotz der hohen Steigerung der Fahrzeugauslieferungen mit 44.698 (44.701) Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auf dem Niveau des Vorjahres. Die AUDI HUNGARIA MOTOR Kft. beschäftigte 5.623 (5.204) Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer. Der Personalzuwachs ist hauptsächlich auf den Ausbau des Werkzeugbaus sowie den starken Anstieg der TT Fertigung und den Produktionsanlauf des Audi A3 Cabriolet zurückzuführen. Die Belegschaft der Lamborghini-Gruppe (ohne VOLKSWAGEN GROUP ITALIA S.P.A.) erhöhte sich auf 933 (720) Beschäftigte. Bei der VOLKSWAGEN GROUP ITALIA S.P.A. waren im Berichtszeitraum 900 (873) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter angestellt.

Der Anteil schwerbehinderter Menschen stieg bei der AUDI AG zum Jahresende leicht auf 5,4 (5,2) Prozent. Darüber hinaus nimmt Audi durch die regelmäßige Vergabe von Aufträgen an Lebenshilfe-Werkstätten in den Regionen Ingolstadt und Neckarsulm gesellschaftliche Verantwortung wahr. In den Einrichtungen werden unter anderem Schalthebelverkleidungen und Stoßdämpfer montiert.

#### Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie hat bei Audi einen hohen Stellenwert. So gibt das Unternehmen Müttern und Vätern, die in Elternzeit gehen, eine siebenjährige Wiedereinstellungszusage. Um die Integration nach der Elternzeit zu erleichtern, bietet Audi das Programm „Job&Child“ an. Auf diese Weise können Eltern während der Erziehungszeit Kontakt mit dem Unternehmen halten und unter anderem an Fortbildungsmaßnahmen teilnehmen.

#### Arbeitssicherheit mit neuen Bestwerten

Die effiziente Produktion von Fahrzeugen des Premiumsegments ist nur durch die Nutzung modernster Produktionsanlagen wirtschaftlich zu realisieren. Innovative Fertigungsverfahren helfen mit, hochwertige Produkte herzustellen. Gleichzeitig erfordert dies die Beherrschung komplexer Prozesse. Neben der permanenten Suche nach weiteren Potenzialen zur Produktivitätssteigerung steht hierbei auch die Sicherheit am Arbeitsplatz im Vordergrund. Deshalb wird bei Audi bereits im Produktionsplanungsprozess den Aspekten der Arbeitssicherheit Rechnung getragen.

Der Effekt ist deutlich erkennbar: Bei den „meldepflichtigen“ Unfällen je einer Million geleisteter Arbeitsstunden unterbietet Audi den Branchendurchschnitt in der Automobilindustrie um fast 50 Prozent.

Für das hohe Engagement von Führungskräften und Mitarbeitern wird jährlich der Arbeitssicherheitspreis verliehen. Vorstand und Gesamtbetriebsrat überreichten im Juni 2007 Preise und Urkunden in den drei Preiskategorien „Unfallfreies Arbeiten“, „Kontinuierliche Senkung der Unfallzahlen“ und „Initiative im Arbeitsschutz“.

Arbeitnehmer- und Arbeitgeberseite haben bei Audi eine eigene Betriebsvereinbarung zum Arbeitsschutz geschlossen. Damit wird sichergestellt, dass Arbeitsschutz als gemeinsame und umfassende Aufgabe verstanden wird. Dies gilt nicht nur in der Fertigung, sondern über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg.

#### **Beteiligung der Mitarbeiter am Unternehmenserfolg**

Der Erfolg eines Unternehmens ist immer auch der Erfolg aller Belegschaftsmitglieder. Die AUDI AG beteiligt die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter daher seit vielen Jahren mit einem variablen Betrag am Unternehmenserfolg. Im Jahr 2005 ist mit der Vereinbarung „Zukunft Audi – Leistung, Erfolg, Beteiligung“ die bisherige Erfolgsbeteiligung erweitert worden. Die zusätzliche Prämie ist direkt an das operative Ergebnis des Audi Konzerns gebunden und spiegelt auf diese Weise den Unternehmenserfolg wider. Zusammen mit der bisherigen Erfolgsbeteiligung erhielt ein Mitarbeiter der AUDI AG 2007 für das vorangegangene Geschäftsjahr eine durchschnittliche Erfolgsprämie von 3.700 EUR.

#### **Effizientes Ideenprogramm**

Die fortlaufende Verbesserung von Produkten und Arbeitsabläufen ist eine der wesentlichen Säulen des großen Erfolgs von Audi. Einen immer wichtigeren Beitrag hierzu liefert das unternehmensweite Ideenprogramm – mit doppeltem Effekt: Auf der einen Seite gewinnt das Unternehmen an Effizienz, auf der anderen finden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verstärkte Motivation durch Umsetzung und Prämierung ihrer Verbesserungsvorschläge.

Im Jahr 2007 hat die Einsparsumme mit rund 60 Mio. EUR einen neuen Rekordwert erreicht. Die Zahl besonders hochwertiger Ideen – mit einem Einsparpotenzial von mehr als 20.000 EUR – lag im vergangenen Jahr so hoch wie nie zuvor, ebenso die tatsächliche Einsparung pro realisierter Idee. Die Beteiligungsquote ist im Vergleich zum Vorjahr deutlich angestiegen.

Im Juli 2007 hat das Deutsche Institut für Betriebswirtschaft die AUDI AG zum vierten Mal in Folge mit dem Preis für das beste Ideenmanagement der Automobilindustrie ausgezeichnet.

#### **Gestaltung des demografischen Wandels**

Die AUDI AG verfolgt das strategische Ziel, erfolgreichster Automobilhersteller im Premiumsegment zu werden. Auf dem Weg dorthin wird sich das Durchschnittsalter der Belegschaft der AUDI AG demografisch bedingt binnen fünf Jahren auf etwa 45 Jahre erhöhen. Etwa 5.400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im direkten Produktionsbereich – das ist jeder vierte – werden dann über 50 Jahre alt sein. Das Unternehmen hat daher schon vor geraumer Zeit die Initiative ergriffen, um dieser Entwicklung richtig zu begegnen.

Das interdisziplinäre Audi Demografie-Projekt verfolgt das Ziel, die Arbeitsbedingungen für eine älter werdende Belegschaft so zu gestalten, dass zum Beispiel auch über 60-Jährige noch in der Fahrzeugmontage arbeiten können. In der Produktion findet bei Audi die „Arbeitsplatz-Strukturanalyse“ Anwendung. Jeder einzelne Arbeitsplatz wird auf mögliche Belastungen für die Mitarbeiter hin analysiert und bewertet. Auf Basis der Ergebnisse gilt es dann, die Belastungen am Arbeitsplatz weiter zu minimieren und für jüngere und ältere Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer gleichermaßen geeignet zu gestalten.

Zu diesem Themenkomplex gehört auch die Entwicklung altersgerechter Arbeitszeitmodelle. Dies beinhaltet sowohl Modelle für die individuelle Lebensarbeitszeit als auch spezielle Teilzeitarbeitsmöglichkeiten. Repräsentative Mitarbeiterumfragen bilden hier die Basis für das künftige Angebot in Sachen Arbeitszeit.

Ein weiteres Feld des Demografie-Projekts ist die präventive Gesundheitsarbeit: „gesund leben und arbeiten“. Ein wichtiges Präventionsinstrument ist der Audi Checkup, eine umfassende medizinische Untersuchung auf freiwilliger Basis, die kostenlos und während der Arbeitszeit für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter angeboten wird. Nach einer Reihe von Tests werden die Ergebnisse in einem intensiven ärztlichen Beratungsgespräch mit den Teilnehmern diskutiert.

Mit dem Entfall der staatlichen Förderung bei der Altersteilzeit ergeben sich weitere wichtige Arbeitsfelder für den kompetenten Umgang mit dem demografischen Wandel. Eine Kommunikationskampagne mit dem Titel „my way“ ist Teil des Demografie-Projekts und will vor allem Bewusstsein für das Älterwerden und für Eigeninitiative schaffen. Dabei steht der Gedanke im Vordergrund, dass die meisten Aspekte des Älterwerdens nicht schicksalhaft sind, sondern im Gestaltungsbereich des Einzelnen liegen – von der persönlichen Fitness über die Lebensführung bis hin zur finanziellen Altersvorsorge.

## **Audi in der Gesellschaft**

### **Wissenschaftskooperationen**

Ein Automobilhersteller, der sich dem „Vorsprung durch Technik“ verschrieben hat, braucht lebendige Kontakte zur Wissenschaft. Den Anfang der systematischen Zusammenarbeit mit Hochschulen machte das Projekt INI.TUM, eine erfolgreiche Kooperation mit der Technischen Universität München, die im Jahr 2003 begonnen wurde. In der Zwischenzeit wurden Kooperationsprojekte mit den Universitäten Stuttgart und Karlsruhe, der Fachhochschule Ingolstadt, der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg und der Ludwig-Maximilians-Universität München vereinbart. Die AUDI HUNGARIA MOTOR Kft. unterhält in Ungarn Kooperationen mit der Hochschule Győr und der Technischen Universität Budapest.

Zwei Ziele wurden bei der Auswahl der Hochschulpartner konsequent verfolgt: Die Partner in den Hochschulen sollten einen sehr guten Ruf in Bezug auf Forschung und Lehre mitbringen. Und: Die Wissenschaft sollte von den Metropolen zu den Audi Standorten kommen. Die jungen Forschenden erhalten auf diese Weise neue Einblicke in die industrielle Nutzung wissenschaftlicher Ergebnisse, und die Städte, in denen Audi aktiv ist, werden in ihrer Standortqualität gestärkt. Zum Jahresende 2007 lagen bereits 22 Projektabschlüsse vor, die unter dem Dach dieser Institute erarbeitet wurden, 63 weitere sind in Arbeit. Bisher sind 17 Erfindungen aus den Audi Hochschulinstitutionen hervorgegangen.

Die fünf deutschen Hochschulen, mit denen Audi zusammenarbeitet, wurden im Rahmen der Exzellenzinitiative der Bundesregierung ausgezeichnet – ein Beleg für das hohe Niveau der Wissenschafts-Kooperationspartner.

### **Standortkooperationen**

Ein Unternehmen wie Audi trägt nicht nur die Verantwortung für seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Audi steht auch für die Förderung von Bildung und für gemeinnütziges Engagement.

Die AUDI AG hat zusammen mit der Stadt Ingolstadt, weiteren namhaften Unternehmen sowie den Landkreisen Pfaffenhofen, Neuburg-Schrobenhausen und Eichstätt den Verein „Initiative Regionalmanagement Region Ingolstadt“ auf den Weg gebracht. Dieser verfolgt das Ziel, die Attraktivität der ganzen Region um den Hauptsitz Ingolstadt mit vereinten Kräften zu fördern. Der Verein will die Lebensqualität in der Region steigern, Wissenschaft und Bildung fördern sowie die Beschäftigungsmöglichkeiten weiter ausbauen. Schon heute zählt die Region zu den Gebieten mit der höchsten Beschäftigungsrate in ganz Deutschland. Zudem gehört die Pflege und Entwicklung der Natur- und Kulturlandschaft zu den Kernzielen der Initiative.

Audi engagiert sich darüber hinaus für die „Europäische Metropolregion München“. Zusammen mit Wirtschaft, Politik, Bildung, Kultur und Verwaltung sollen die Entwicklungschancen in ganz Südbayern verbessert werden.

## Umweltaspekte

### Leitbild zur Umweltpolitik

Als global tätiges Unternehmen übernimmt der Audi Konzern aktiv Verantwortung in der Gesellschaft. Hierunter fällt insbesondere der Gedanke des nachhaltigen Wirtschaftens, der integraler Bestandteil der Audi Konzernstrategie ist. Neben vorsorgenden Maßnahmen, wie einem effizienten Ressourcenmanagement, trägt das Unternehmen durch zahlreiche wegweisende technologische Innovationen zu großen Fortschritten im Umweltschutz bei und führt das Markenzeichen der Europäischen Union für hervorragenden Umweltschutz.

Auf Basis dieser stetigen Bemühungen, Ökonomie und Ökologie in Einklang zu bringen, können sich die Kunden darauf verlassen, dass neben Langlebigkeit, Qualität und Sicherheit auch Ressourcenschonung ein wesentlicher Aspekt bei der Entwicklung und Herstellung eines Audi Fahrzeugs ist.

### Standortbezogener Umweltschutz auf hohem Niveau

Der Audi Konzern zählt sowohl in Deutschland als auch im Ausland zu den Vorreitern des standort- und unternehmensbezogenen Umweltschutzes.

Neben organisatorischen Maßnahmen im Rahmen der Umweltmanagementsysteme bildet der Einsatz neuester Technologien die Grundlage für eine kontinuierliche Senkung der Umweltbelastung an allen Standorten. Die Fortschritte im Rahmen dieser Bemühungen werden neben regelmäßigen internen Überprüfungen auch durch externe Zertifizierungen aller Produktionsstätten sichergestellt.

So sind alle Standorte der AUDI AG nach dem EG-Öko-Audit-System (EMAS) validiert. Bereits 1995 erlangte das Unternehmen als erster Automobilhersteller im Premiumsegment das begehrte Zertifikat am Standort Neckarsulm. Zwei Jahre später folgte Ingolstadt und 1999 das ungarische Werk Győr. Die beiden Produktionsstandorte Ingolstadt und Győr sind zusätzlich nach der weltweit gültigen Norm DIN EN ISO 14001 zertifiziert.

### Einsparung von Energie und Emissionsreduktion

Ein besonderer Schwerpunkt des standortbezogenen Umweltschutzes liegt in der Einsparung von Energie sowie dem Klimaschutz durch die Reduzierung von Emissionen. So konnte der Gesamtenergieverbrauch im Audi Konzern im Jahr 2007 trotz der erfreulichen Steigerung der Fahrzeugproduktion wie auch in den Jahren zuvor auf einem stabilen Niveau gehalten werden.

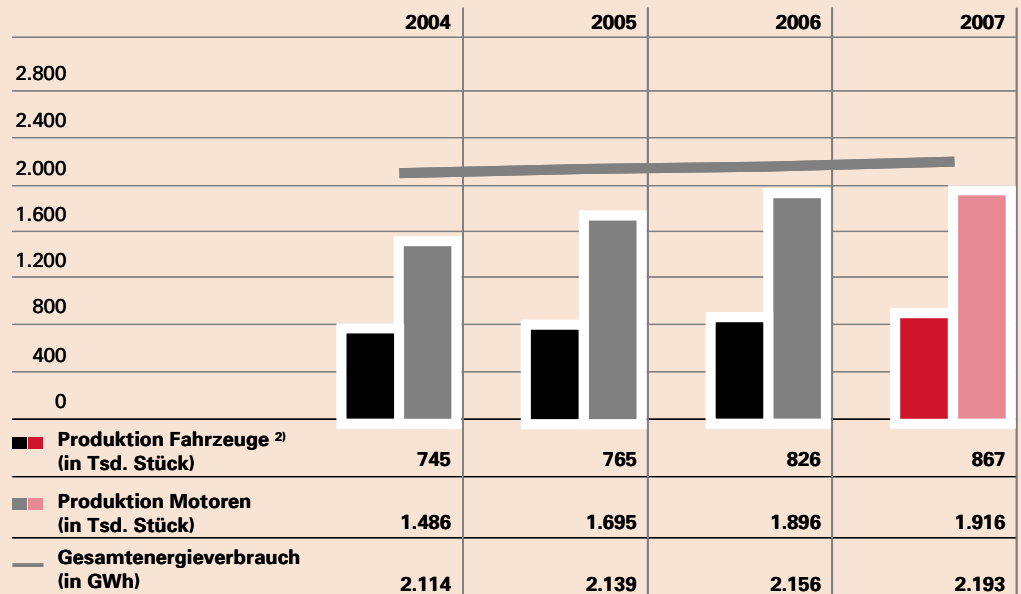
Der nachhaltigen Steigerung der Energieeffizienz von Produktionsanlagen kommt große Bedeutung zu. Eine weitere Maßnahme bildet der stetige Ausbau des Schienenanteils für den Transportverkehr. Bereits heute werden rund 80 Prozent des Güterverkehrs zwischen den Standorten Ingolstadt und Győr, Ungarn, mit der Bahn abgewickelt. Zusätzlich arbeitet Audi an umfassenden logistischen Verfahren, wie der optimalen Ausnutzung des Lkw-Ladevolumens, um so notwendige Transportfahrten auf ein Minimum zu reduzieren.

Der Einsatz von Erdgas, die Nutzung von Fernwärme, Wärmerückgewinnungssysteme sowie eine moderne Kraft-Wärme-Kälte-Kopplungsanlage sind nur einige weitere wichtige Beispiele zu dieser Thematik.

Die Emissionen organischer Verbindungen lassen sich durch den Einsatz moderner Agententechnik und effizienter Lackierverfahren wie beispielsweise der Verwendung wasserbasierter Lacke weiter verringern. So hat die AUDI AG in der Lackiererei des Standorts Ingolstadt seit 1998 einen Rückgang der Emissionen organischer Verbindungen um rund 38 Prozent erzielt.

Dem hohen Anstieg der Fahrzeug- (plus 16,4 Prozent) und Motorenproduktion (plus 28,9 Prozent) seit dem Jahr 2004 steht insgesamt ein deutlich unterproportionales Wachstum des Energiebedarfs von nur 3,7 Prozent gegenüber:

### Entwicklung Gesamtenergieverbrauch, Fahrzeug- und Motorenproduktion im Audi Konzern <sup>1)</sup>



<sup>1)</sup> Standorte Ingolstadt, Neckarsulm, Győr und Sant'Agata Bolognese

<sup>2)</sup> ohne Audi A4 Cabriolet, RS 4 Cabriolet, Audi Q7 sowie Teilumfänge der A3 Produktion

### Umfassende Maßnahmen zur weiteren Verbrauchssenkung der Audi Modelle

Bereits in der Vergangenheit war Audi im Rahmen einer umfassenden Strategie zur Senkung von Verbrauchs- und Emissionswerten der Fahrzeugflotte einer der führenden Premiumhersteller. Auch in Zukunft werden diese Bemühungen nachhaltig fortgesetzt, ohne dabei den betont sportlichen Charakter der Marke zu verändern. Konkret werden hierbei parallel vier sich ergänzende Handlungsfelder bearbeitet:

#### Effizienz und Sportlichkeit dank „Vorsprung durch Technik“

Optimierung der  
Otto- und Dieselmotoren

Alternative Antriebe  
und Kraftstoffe

Verbesserungen am  
Gesamtfahrzeug

Beitrag vom und  
für den Fahrer

#### Optimierung der Otto- und Dieselmotoren

Otto- und Dieselmotoren werden auch in den nächsten Jahren die wesentliche Grundlage für den Antrieb von Fahrzeugen bilden. Einer weiteren Optimierung dieser Antriebskonzepte kommt somit eine entscheidende Bedeutung zu. Mit Entwicklungen wie den fortschrittlichen TFSI- und TDI-Technologien hat Audi einmal mehr die große Kompetenz im Bereich hocheffizienter Verbrennungsmotoren bewiesen.

Zukünftig wird bei den Dieselmotoren das ultra low emission system in den USA und Europa in Serie gehen. Dabei werden die bereits heute schon geringen Stickoxidemissionen moderner Dieselmotoren durch gezielte Einspritzung einer wässrigen Amoniaklösung im Abgassystem weitgehend beseitigt. Mit diesem hocheffizienten Dieselaggregat wird Audi als erster Hersteller die weltweit strengste Abgasnorm (LEV II BIN 5) in Kalifornien erfüllen und die derzeit für 2014 diskutierten Grenzwerte der EU6-Norm erreichen.

Bei den Ottomotoren zählen zu den Maßnahmen technologische Innovationen wie beispielsweise das Audi valvelift system, das im Audi A6 2.8 FSI bereits seit Herbst 2006 in Serie ist. Durch die gezielte Steuerung des Ventilhubes werden Drehmoment und Leistung des Ottomotors weiter gesteigert und zugleich der Verbrauch signifikant reduziert. Beim A6 2.8 FSI konnte so der Verbrauch auf 100 Kilometern nachhaltig um einen Liter Superkraftstoff gesenkt werden.

#### **Alternative Antriebe und Kraftstoffe**

Alternative Antriebe und Kraftstoffe werden mittelfristig klassische Antriebskonzepte ersetzen. Die ökologisch wie ökonomisch sinnvolle Umsetzung dieser Innovationen stellt dabei eine große Herausforderung dar.

Neben dem Audi Q7 hybrid, der einem ausgewählten Fachpublikum im August 2007 auf exklusiven Fahrveranstaltungen, den Audi TechDays, vorgestellt wurde, gehören dazu auch innovative Konzepte für Ethanol- und Erdgasantrieb, die entsprechend der Marktnachfrage ab 2009 angeboten werden können.

Darüber hinaus soll im Rahmen bestehender Partnerschaften mit Kraftstoffherstellern schnellstmöglich der breite Einsatz nahezu CO<sub>2</sub>-neutraler Alternativkraftstoffe vorbereitet werden. Diese modernen, aus Reststoffen gewonnenen Kraftstoffe stehen nicht in Konkurrenz zu Nahrungsmitteln und werden den Performance-Ansprüchen heutiger Motoren in vollem Umfang gerecht.

#### **Verbesserungen am Gesamtfahrzeug**

Ein weiteres wichtiges Handlungsfeld zur Effizienzsteigerung sieht Audi in den Verbesserungen am Gesamtfahrzeug. Hierunter fallen verschiedene Maßnahmen zum Thermomanagement, mittels derer Motor und Getriebe schneller die verbrauchsgünstigste Betriebstemperatur erreichen, und die Bremsenergie-Rückgewinnung, die zukünftig in Audi Fahrzeugen angeboten wird.

Ein entsprechendes Konzept stellte Audi im September 2007 auf der Internationalen Automobil-Ausstellung (IAA) in Frankfurt im neuen Audi A4 vor. Das Konzeptfahrzeug zeigte ebenfalls eine Start-Stopp-Automatik, die den Motor beim Halt an der Ampel automatisch abschaltet und dadurch, ohne Einbußen beim Fahrkomfort, den Leerlaufverbrauch auf null reduziert. Im vorgestellten Konzeptfahrzeug Audi A4 2.0 TDI mit 105 kW (143 PS) werden so beispielsweise CO<sub>2</sub>-Werte von unter 130 g/km erreicht.

#### **Beitrag vom und für den Fahrer**

Die Verbrauchs- und Emissionswerte eines Fahrzeugs werden bis zu 30 Prozent vom individuellen Fahrstil beeinflusst. Daher bietet Audi im Rahmen des Audi Economy Training seit vielen Jahren Schulungen an, die dem Fahrer die wesentlichen Inhalte zum effizienteren Umgang mit Kraftstoff vermitteln. Darüber hinaus wurden bereits auf Messen und Veranstaltungen informative Assistenzsysteme vorgestellt, die dem Fahrer umfassende Informationen für eine verbrauchsgünstigere Fahrweise bereitstellen.

Auf der Shanghai Motorshow präsentierte Audi im Konzeptfahrzeug Audi Cross Coupé quattro im Rahmen eines speziell konfigurierten Audi drive select zusätzlich zu den Fahrmodi „sport“ und „dynamic“ das Fahrprogramm „efficiency“. In diesem wurden Motorkennfeld und Schaltzeitpunkt zugunsten einer besonders ökonomischen Fahrweise modifiziert. Falls nicht anders gewünscht, schaltet das System des Konzeptfahrzeugs zudem besonders energieaufwendige Komponenten wie den Kompressor der Klimaanlage ab. Zusätzlich nutzt das System Streckendaten der Navigation sowie die radargestützte adaptive Geschwindigkeitsregelanlage, um deutliche Verbrauchseinsparungen zu erzielen.

Mit den genannten Maßnahmen, die im Modularen Effizienzbakasten zusammengefasst sind, beabsichtigt Audi, bis 2012 den CO<sub>2</sub>-Ausstoß der Fahrzeugflotte um 20 Prozent zu reduzieren.

Die neue Generation der Audi A4 Limousine demonstriert die bereits erzielten Erfolge eindrucksvoll mit einer Verringerung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes um 15 Prozent bei einer gleichzeitigen Leistungssteigerung um 14 Prozent.

#### Effizienzsteigerungen am Beispiel der Audi A4 Limousine

	Audi A4 (B6) 1.8 T 2000	Audi A4 (B7) 1.8 T 2004	Audi A4 (B8) 1.8 TFSI 2007	
Leistung	110 kW (150 PS)	120 kW (163 PS)	125 kW (170 PS)	+ 14 %
Drehmoment	210 Nm	225 Nm	250 Nm	+ 19 %
CO <sub>2</sub>	199 g/km	197 g/km	169 g/km	- 15 %

Seit Anfang 2007 bietet Audi mit der Einführung der e-Modelle darüber hinaus eine besonders attraktive Möglichkeit, ressourcenschonend und dynamisch unterwegs zu sein. Den Anfang machte im Januar 2007 der Audi A3 1.9 TDI e, der bei einer Leistung von 77 kW (105 PS) einen CO<sub>2</sub>-Wert von 119 g/km erzielt.

#### Audi Fahrzeuge erfüllen künftige EU-Richtlinie zum Recycling bereits heute

Als erster und einziger Automobilgroßserienhersteller erfüllt die AUDI AG mit allen aktuellen Modellen bereits heute die im Jahr 2010 in Kraft tretende EU-Richtlinie 2005/64/EG zur Recyclingfähigkeit und Verwertbarkeit von Kraftfahrzeugen. Demnach müssen Neufahrzeuge zu 85 Prozent recyclingfähig und bis zu 95 Prozent wiederverwertbar sein. Bereits bei der Entwicklung der Fahrzeuge achten die Ingenieure der Marke mit den Vier Ringen auf die Wiederverwertbarkeit der eingesetzten Materialien. So wird jedes Fahrzeug vor seiner Markteinführung ausführlichen Recyclingtests und Wertstoffanalysen unterzogen.

Weitere Erläuterungen zum Thema Umwelt finden sich im Internet auf [www.audi.de/umweltschutz](http://www.audi.de/umweltschutz) sowie im Konzernportal auf [www.volkswagen-nachhaltigkeit.de](http://www.volkswagen-nachhaltigkeit.de).

#### Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

#### Weltwirtschaftliche Lage

Im Jahr 2007 setzte sich das kräftige Weltwirtschaftswachstum des Vorjahres mit nur wenig gebremstem Tempo fort. Wachstumstreiber waren dabei vor allem die Volkswirtschaften in den Schwellenländern Asiens, Lateinamerikas sowie Zentral- und Osteuropas, die mit hoher Dynamik expandierten. In den Industrieländern sorgte die vom US-Hypothekenmarkt ausgehende Krise auf den internationalen Finanzmärkten in der zweiten Jahreshälfte für eine Eintrübung des Wirtschaftsklimas.

Die wirtschaftliche Entwicklung in den USA verlangsamte sich 2007 merklich. Mit einer Steigerung um 2,2 (2,9) Prozent lag das Wachstum des Bruttoinlandsprodukts deutlich unter dem Vorjahreswert. Dies war zum einen durch die verringerte Zunahme des privaten Konsums im Zuge der Finanzmarktkrise bedingt. Zum anderen schwächte sich auch die Investitionstätigkeit, insbesondere im privaten Wohnungsbau, ab.

Die Konjunktur in Westeuropa knüpfte an die stabile Entwicklung des Vorjahres an. So nahm die Wirtschaft im Euroraum um 2,6 (2,8) Prozent zu. Im Wesentlichen war die Entwicklung von den Unternehmensinvestitionen sowie den privaten Konsumausgaben getrieben, die positiv von der weiter verbesserten Arbeitsmarktsituation beeinflusst wurden. Großbritannien wies erneut ein stabiles Wirtschaftswachstum von 3,1 (2,9) Prozent auf.

In Deutschland hielt der konjunkturelle Aufschwung mit leicht verminderter Dynamik an. Mit einer Zunahme um 2,5 (2,9) Prozent lag das Wirtschaftswachstum jedoch unter dem Vorjahreswert. Stützen der Konjunktur waren die Unternehmensinvestitionen und die Exporte, die trotz ungünstiger Wechselkursrelationen einen neuen Rekordwert erreichten. Als belastend erwiesen sich besonders der verstärkte Anstieg der Energiepreise sowie die zu Jahresbeginn 2007 in Kraft getretene Mehrwertsteuererhöhung. Diese führte vor allem in den ersten Monaten zu einem deutlichen Rückgang der privaten Konsumausgaben. Gestützt auf die verbesserte Beschäftigungsentwicklung erholte sich der private Verbrauch im Jahresverlauf zwar etwas, konnte aber das Vorjahresniveau nicht ganz erreichen.

Die Volkswirtschaften in den Ländern Zentral- und Osteuropas expandierten 2007 unverändert kräftig. In Russland erhöhte sich das Bruttoinlandsprodukt um 7,8 (6,7) Prozent. Dabei profitierte die Exportwirtschaft von den im Jahresverlauf stark gestiegenen Energie- und Rohstoffpreisen.

Das Wirtschaftswachstum in den Ländern Lateinamerikas war erneut hoch. Dafür war im Wesentlichen der starke Anstieg der Weltmarktpreise für Rohstoffe wie auch für Lebensmittel verantwortlich, der den Export aus der Region beflügelte.

Die Schwellenländer Asiens waren 2007 weiterhin durch eine hohe wirtschaftliche Dynamik gekennzeichnet. In China erhöhte sich die konjunkturelle Schlagzahl nochmals. So lag die Wachstumsrate des Bruttoinlandsprodukts mit 11,4 (11,1) Prozent leicht über dem hohen Vorjahreswert. Die indische Wirtschaft setzte mit einer Zuwachsrate von 8,8 (9,4) Prozent ebenfalls ihre kräftige Expansion fort. Dagegen blieb die Wirtschaftsentwicklung in Japan mit einem Wachstum des Bruttoinlandsprodukts um 1,9 (2,4) Prozent verhalten.

### **Internationale Automobilkonjunktur**

Die globale Automobilnachfrage wurde 2007 in hohem Maße durch das anhaltend hohe Wirtschaftswachstum in den Schwellenländern getragen. Vor allem die konjunkturelle Dynamik in den Regionen Asien, Lateinamerika sowie Zentral- und Osteuropa sorgte für eine Zunahme des weltweiten Fahrzeugabsatzes um 4,2 Prozent auf 58,4 Mio. Pkw. Dagegen war die Marktentwicklung in den USA und Japan rückläufig. Der westeuropäische Pkw-Gesamtmarkt erreichte insbesondere wegen der stark verringerten Neuzulassungen in Deutschland nur das Vorjahresniveau.

Ohne Berücksichtigung des deutschen Marktes zeigte der Automobilmarkt in Westeuropa 2007 dagegen eine Aufwärtstendenz. Mit 11,7 Mio. Pkw lag das Neuzulassungsvolumen um 3,1 Prozent über dem Niveau des Vorjahres. Aufgrund einer Entsorgungsprämie für Altfahrzeuge, die vor allem das Kleinwagensegment begünstigte, entwickelte sich der italienische Automobilmarkt mit einer Zunahme um 6,8 Prozent sehr positiv. Von den übrigen großen Volumenmärkten verzeichneten Großbritannien und Frankreich Zuwächse von 2,5 und 3,2 Prozent, während in Spanien 1,2 Prozent weniger Neufahrzeuge zugelassen wurden.

Eine gegenüber 2006 nochmals erhöhte Wachstumsdynamik herrschte in den Ländern Zentral- und Osteuropas, die eine Zunahme der Neuzulassungen um 30,2 Prozent auf insgesamt 4,2 Mio. Fahrzeuge verbuchten. Insbesondere in Russland verstärkte sich im Zuge des Wirtschaftsaufschwungs der Boom am Automobilmarkt, der im Berichtszeitraum um 37,5 Prozent auf 2,3 Mio. Pkw zunahm.

In den Vereinigten Staaten war das angespannte Marktumfeld unverändert durch intensive Verkaufsförderungsmaßnahmen gekennzeichnet. Dabei hatten die anhaltende Immobilienkrise und die hohen Kraftstoffpreise einen negativen Einfluss auf die Fahrzeugverkäufe. Mit 16,1 Mio. Pkw lag der Automobilgesamtmarkt um 2,5 Prozent unter dem Vorjahreswert.



Dagegen beschleunigte sich in Südamerika die Aufwärtsbewegung auf den Automobili-märkten. So erhöhte sich in Brasilien der Pkw-Absatz um 26,9 Prozent auf knapp 2,0 Mio. Fahrzeuge, während in Argentinien die Neuzulassungen um 28,9 Prozent auf 402 Tsd. Pkw zulegten.

Die Region Asien-Pazifik war 2007 erneut durch eine dynamische Automobilkonjunktur gekennzeichnet. Das Absatzvolumen lag dort bei insgesamt 14,3 Mio. Pkw und erreichte somit ein Plus von 7,8 Prozent. Bedeutendster Wachstumstreiber war wie bereits in den Vorjahren China, das eine überdurchschnittliche Zuwachsrate von 22,2 Prozent aufwies und mit einem Gesamtmarktvolumen von 5,1 Mio. verkauften Pkw hinter den USA zum weltweit zweitgrößten Automobilmarkt aufrückte. Weiterhin sehr dynamisch entwickelte sich auch der indische Pkw-Markt, der um 16,0 Prozent auf rund 1,2 Mio. Fahrzeuge anstieg. In Japan verringerten sich hingegen die Pkw-Neuzulassungen um 5,2 Prozent auf 4,4 Mio. Fahrzeuge.

### **Automobilmarkt Deutschland**

Die deutsche Automobilkonjunktur war in den ersten Monaten des Jahres 2007 stark durch die von privaten Kunden in das Jahr 2006 vorgezogenen Fahrzeugkäufe beeinflusst, die durch die Mehrwertsteuererhöhung zum 1. Januar 2007 hervorgerufen worden waren. Im weiteren Verlauf des Jahres verbesserte sich die Lage am Pkw-Markt aufgrund der anhalten-den Kaufzurückhaltung der Privatkunden nur unwesentlich. Zum Jahresende erreichten die Pkw-Neuzulassungen in Deutschland ein Niveau von rund 3,1 Mio. Fahrzeugen und lagen damit um 9,2 Prozent unter dem Vorjahreswert. Der wirtschaftliche Aufschwung in Deutsch-land fand insofern keinen Niederschlag im Pkw-Markt.

Angesichts der im Berichtsjahr weiter gestiegenen Kraftstoffpreise verstärkte sich die Nachfrage nach verbrauchsärmeren Dieselfahrzeugen. So wuchs der Dieselanteil an den Gesamtzulassungen um 3,4 Prozentpunkte auf 47,7 Prozent.

Auf den internationalen Märkten erfreuten sich Fahrzeuge aus deutscher Produktion hoher Beliebtheit, sodass der Erfolg beim Pkw-Export die schwache Inlandsnachfrage mehr als ausgleichen konnte. Im Berichtsjahr übertrafen die Pkw-Ausfuhren mit 4,3 Mio. Einheiten das Rekordergebnis des Vorjahres um 10,6 Prozent. Wichtigste Absatzregion waren die Län-der Westeuropas, in die 2,6 Mio. Pkw geliefert wurden, ein Plus von 10,7 Prozent. Die Exporte in die USA waren 2007 stark durch den hohen Eurokurs und ein schwieriges Marktumfeld belastet. Dennoch gelang es den deutschen Herstellern dank attraktiver Modellneuheiten, mit 551 Tsd. Pkw nahezu das Ausfuhrvolumen des Vorjahres zu erreichen.

Gestützt durch die hohe Auslandsnachfrage erzielten die deutschen Automobilhersteller 2007 mit 5,7 Mio. im Inland gefertigten Pkw ein Plus von 5,8 Prozent und damit einen neuen Rekordwert. Die deutsche Pkw-Auslandsproduktion übertraf mit 5,2 Mio. Einheiten das Vor-jahresniveau um 10,4 Prozent.

### **Gesamteinschätzung der Unternehmensleitung**

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen zeigten im Jahr 2007 für die Automobilindustrie ein zweigeteiltes Bild. So sorgte das hohe Weltwirtschaftswachstum für einen steigenden Pkw-Absatz in zahlreichen Märkten, insbesondere in den Schwellenländern wie China und Indien. Gleichzeitig koppelte sich jedoch die Automobilkonjunktur in den großen Volumen-märkten USA, Japan und Deutschland von der allgemeinen Wirtschaftsentwicklung ab und entwickelte sich rückläufig. Dies führte zu einer weiteren Zunahme der Wettbewerbsintensi-tät. Zusätzlich erhöhte sich infolge gestiegener Energie- und Rohstoffpreise der Kosten-druck.

Zur langfristigen Sicherung und Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit arbeitet der Audi Konzern stetig an der nachhaltigen Verbesserung der eigenen Produktivität. Aufgrund der kontinuierlichen Weiterentwicklung des eigenen Produkt-, Prozess- und Kostenmanage-ments war das Unternehmen sehr gut auf die erschwerten Rahmenbedingungen im Be-richtsjahr vorbereitet.

Der gestiegenen Wettbewerbsintensität in der Automobilbranche begegnete der Audi Konzern mit umfangreichen Maßnahmen, um die Attraktivität und Qualität von Produkten und Service noch weiter zu steigern. Darüber hinaus hat Audi zur Wahrnehmung der Wachstumschancen in aufstrebenden Märkten intensive Anstrengungen zur Markterschließung unternommen. Hierdurch wurde die Grundlage für ein qualitatives und nachhaltiges Wachstum im Sinne der Audi Strategie gelegt.

Die im Jahr 2007 erzielten Rekordwerte bei Produktion, Auslieferungen, Umsatz und nicht zuletzt auch beim Ergebnis spiegeln den Erfolg der Maßnahmen eindrucksvoll wider.

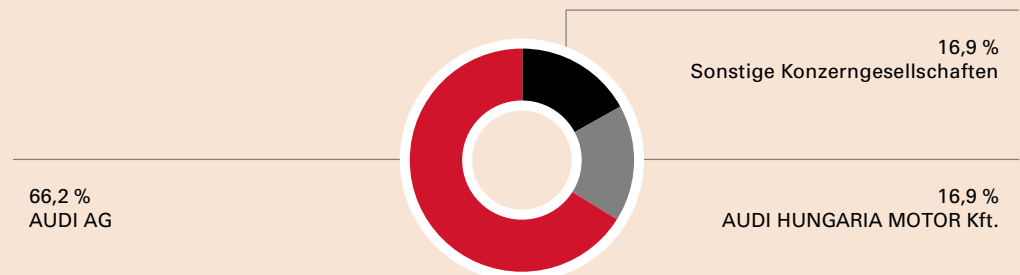
## Geschäftsverlauf

### Beschaffung

Der Einkauf des Audi Konzerns hat sich zum Ziel gesetzt, langfristig die global leistungsfähigsten Lieferanten an das Unternehmen zu binden. Neben Gesamtwirtschaftlichkeit kommt hierbei den Auswahlkriterien Zuverlässigkeit, Qualität, Innovation, Service und Preis besondere Bedeutung zu. Um mögliche gemeinsame Synergiepotenziale optimal zu nutzen, erfolgt dieser Prozess in enger Zusammenarbeit mit der VW Konzernbeschaffung.

2007 lag der Materialaufwand des Audi Konzerns bei insgesamt 23.092 (21.627) Mio. EUR. Darin enthalten sind alle Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie für bezogene Waren und Dienstleistungen.

### Verteilung des konsolidierten Materialaufwands nach Konzerngesellschaften



Das anhaltend hohe Preisniveau auf den Rohstoff- und Energiemärkten stellte den Einkauf des Audi Konzerns auch 2007 vor große Herausforderungen. Dennoch konnten die finanziellen Ergebnisauswirkungen dank der engen Kooperation mit Zulieferbetrieben und dem Abschluss von Langzeitverträgen weitgehend abgemildert werden.

Im Zuge des stark ansteigenden Produktionsvolumens und der zunehmenden Derivatisierung des Modellportfolios wird die Beschaffung weiter an strategischer Bedeutung gewinnen. Um bereits heute den Anforderungen von morgen zu begegnen, wurde die Zusammenarbeit mit den Partnern der Zulieferindustrie noch einmal intensiviert. Diese sind bereits in der Frühphase der Produktentwicklung involviert, um gemeinsam ökonomisch vorteilhafte Lösungen zu erarbeiten. Neben rein wirtschaftlichen Aspekten kommen dabei auch ökologische Aspekte zum Tragen. So wird beispielsweise auf die Recyclingfähigkeit der eingesetzten Materialien geachtet.

Ein wichtiges Instrument der engen Verzahnung mit der Zulieferindustrie sind die Liefertantage des Audi Konzerns. Diese dienen dem informellen Austausch und der Vernetzung. Verschiedene Veranstaltungen wie „TechShows“ bieten zudem Unternehmen die Möglichkeit, ihre Leistungsfähigkeit und Innovationskraft vorzustellen.

Darüber hinaus gewährleistet die weiter ausgebauten webbasierte Lieferantenplattform eine zeitnahe und permanente Kommunikation und steigert dadurch nachhaltig die Effizienz des Beschaffungsprozesses auf beiden Seiten.

## Produktion

Im abgelaufenen Geschäftsjahr steigerte der Audi Konzern die Fahrzeugproduktion um 5,9 Prozent auf 980.880 (926.180) Fahrzeuge und erzielte damit den höchsten Wert in der Unternehmensgeschichte. Insgesamt entfielen hierbei 978.300 (924.085) Fahrzeuge auf die Premiemarkte Audi sowie 2.580 (2.095) Supersportwagen auf die italienische Marke Lamborghini.

### Fahrzeugproduktion nach Modellen

	2007	2006
Audi A3	70.744	69.805
Audi A3 Sportback	160.171	159.581
Audi A3 Cabriolet	216	8
Audi TT Coupé	40.417	21.461
Audi TT Roadster	16.349	2.214
Audi A4 Limousine	156.281	165.139
Audi A4 Avant	129.805	142.027
Audi A4 Cabriolet	23.641	27.735
Audi RS 4 Limousine	2.401	4.384
Audi RS 4 Avant	2.191	2.666
Audi RS 4 Cabriolet	700	589
Audi A5 Coupé	25.554	487
Audi Q5	162	–
Audi A6 Limousine	157.645	150.901
Audi A6 Avant	71.945	70.430
Audi A6 allroad quattro	16.340	11.838
Audi RS 6	35	–
Audi Q7	77.396	72.188
Audi A8	22.182	22.468
Audi R8	4.125	164
<b>Gesamt Marke Audi</b>	<b>978.300</b>	<b>924.085</b>
Lamborghini Gallardo	1.951	1.651
Lamborghini Murciélago	629	444
<b>Gesamt Marke Lamborghini</b>	<b>2.580</b>	<b>2.095</b>
<b>Gesamt Konzern</b>	<b>980.880</b>	<b>926.180</b>

Am Standort Ingolstadt wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr 528.310 (537.039) Fahrzeuge gebaut. Neben dem erfolgreichen Produktionsanlauf der neuen Audi A4 Limousine wurde im Rahmen der sukzessiven Markteinführung die Serienfertigung des neuen Audi A5 Coupé aufgenommen.

Am zweiten deutschen Standort in Neckarsulm stieg die Anzahl der produzierten Fahrzeuge um 6,2 Prozent auf 279.184 (262.851). Im Rahmen der „Produktions-Drehscheibe“ mit dem Standort Ingolstadt wurde im vergangenen Jahr die Fertigung der neuen Audi A4 Limousine begonnen.

Das neu in den Audi Produktionsverbund integrierte Werk Brüssel, Belgien, fertigte im abgelaufenen Geschäftsjahr bereits 12.087 (–) Fahrzeuge.

Bei der AUDI HUNGARIA MOTOR Kft. in Győr, Ungarn, wurden im Zuge des großen Erfolges der neuen Generation des Audi TT insgesamt 56.982 (23.683) Fahrzeuge hergestellt. Seit November 2007 wird in Ungarn im Verbund mit dem Standort Ingolstadt das Audi A3 Cabriolet gebaut.

## Motorenproduktion

	2007	2006
Audi Konzern	1.915.633	1.895.695
davon AUDI HUNGARIA MOTOR Kft.	1.913.053	1.893.600
davon Automobili Lamborghini S.p.A.	2.580	2.095

Der Audi Konzern steigerte die Motorenproduktion um 1,1 Prozent auf 1.915.633 (1.895.695) Einheiten und erreichte damit im abgelaufenen Geschäftsjahr ebenfalls einen neuen Rekordwert. Der Anteil von Dieselmotoren an der Gesamtfertigung lag bei 55,4 (53,5) Prozent, was erneut die hohe Kompetenz des Unternehmens auf diesem Gebiet unterstreicht.

Bei der Konzerntochter AUDI HUNGARIA MOTOR Kft. wurden insgesamt 1.913.053 (1.893.600) Motoren gebaut. Davon wurden 692.521 (728.191) Aggregate an Gesellschaften des Audi Konzerns sowie 1.073.097 (1.056.504) Motoren an andere Gesellschaften des Volkswagen Konzerns und 109.612 (91.287) Motoren an Dritte geliefert.

Die Automobili Lamborghini S.p.A. fertigte im Berichtszeitraum 1.951 (1.651) Zehnzylinder- und 629 (444) Zwölfzylinder-Motoren.

### Erweiterung des Audi Produktionsverbundes

Im Mai 2007 wurde das Produktionswerk Brüssel, Belgien, mit rund 2.100 Beschäftigten in den Audi Produktionsverbund integriert. Angesichts der strategischen Zielsetzung, im Jahr 2015 über 1,5 Mio. Premiumfahrzeuge zu bauen, wurden damit wichtige Kapazitäten für den Audi Konzern hinzugewonnen. An dem belgischen Standort werden der Audi A3 Sportback und im Auftrag der Volkswagen AG der VW Polo montiert. Ab 2009 soll der neue Audi A1 von den Bändern rollen.

### Konzept der „Produktions-Drehscheibe“

Zur weiteren Steigerung der Effizienz setzt der Audi Konzern das Konzept der Produktions-Drehscheibe bei den beiden volumenstärksten Baureihen Audi A4 und Audi A3 ein. Neben dem Standort Ingolstadt fertigt Neckarsulm parallel die neue Audi A4 Limousine und das belgische Werk Brüssel den Audi A3 Sportback. Dies ermöglicht eine flexible Reaktion auf Nachfrageschwankungen und eine optimale Auslastung der Audi Standorte. Damit trägt die Produktions-Drehscheibe maßgeblich zu einer nachhaltigen Beschäftigungssicherung bei.

### Produktionsstart in Indien

Im Herbst 2007 startete der Audi Konzern mit der Montage des Audi A6 in Aurangabad im Westen Indiens. Das in Teilesätzen (CKD) gelieferte Fahrzeug wird auf dem Gelände von Skoda Auto India Private Ltd. in einem exklusiven Bereich nach den Qualitätsstandards der AUDI AG montiert. Durch die lokale Produktion baut Audi das Engagement auf dem aufstrebenden Markt weiter aus und wird in den nächsten Jahren rund 30 Mio. EUR investieren. Gegen Ende des laufenden Geschäftsjahres wird zusätzlich die CKD-Montage des neuen Audi A4 aufgenommen.

### Produktion des Audi A3 Cabriolet startet in Győr, Ungarn

Die AUDI HUNGARIA MOTOR Kft. begann im November 2007 mit der Produktion des neuen Audi A3 Cabriolet. Das Fahrzeug wird in Verbundfertigung mit dem Werk Ingolstadt (Karosseriebau und Lackiererei) gebaut. Die maximale Produktionskapazität des Werkes umfasst insgesamt 300 Einheiten pro Tag.

### Vertrieb und Auslieferungen

Im abgelaufenen Geschäftsjahr steigerte der Audi Konzern die Auslieferungen an Kunden erneut eindrucksvoll um 5,7 Prozent auf 1.200.701 (1.135.554) Fahrzeuge.

Die Marke Audi erzielte im abgelaufenen Geschäftsjahr mit einem Plus von 6,5 Prozent auf 964.151 (905.188) Fahrzeuge das zwölfte Rekordjahr in Folge.

### Auslieferungen von Audi Fahrzeugen – Größte Märkte

	Auslieferungen an Kunden 2007	Veränderung zu 2006 in %	Marktanteil 2007 in %	Veränderung des Gesamtmarkts zu 2006 in %
<b>Audi weltweit</b>	<b>964.151</b>	<b>6,5</b>		
Deutschland	254.014	- 1,5	7,9	- 9,2
China (inkl. Hongkong)	101.996	24,8	2,0	22,2
Großbritannien	100.712	17,1	4,2	2,5
USA	93.506	3,8	0,6	- 2,5
Italien	59.123	0,2	2,4	6,8
Spanien	58.850	7,9	3,7	- 1,2
Frankreich	47.540	4,4	2,3	3,2
Belgien	26.663	0,6	4,8	- 0,3
Niederlande	16.734	- 4,8	3,1	4,5
Österreich	15.860	- 7,3	5,3	- 3,4
Schweiz	15.599	11,8	5,6	5,7
Schweden	15.477	6,1	4,9	8,5
Japan	15.152	1,2	0,3	- 5,2
Russland	15.007	49,3	0,6	37,5
Südafrika	12.150	- 7,3	2,8	- 9,7

Im Heimatmarkt Deutschland baute die Marke mit den Vier Ringen mit 254.014 (257.792) verkauften Fahrzeugen ihren Marktanteil weiter aus. Trotz der belastenden Wirkungen aus der Mehrwertsteuererhöhung zum 1. Januar 2007, einem anhaltend starken Wettbewerb und dem Modellwechsel der Audi A4 Limousine im November 2007 erreichte dieser den hervorragenden Wert von 7,9 (7,6) Prozent. Dies markiert zugleich den höchsten Marktanteil in der Geschichte des Unternehmens als Premiumhersteller.

Äußerst erfolgreich agierte Audi auch auf den wesentlichen Auslandsmärkten. So erhöhten sich die Auslieferungen in Westeuropa (ohne Deutschland) um 6,1 Prozent auf 396.393 (373.588) Fahrzeuge. Besonders erfreulich war hierbei die Entwicklung der Auslieferungen in Großbritannien (plus 17,1 Prozent), Spanien (plus 7,9 Prozent), Frankreich (plus 4,4 Prozent) und der Schweiz (plus 11,8 Prozent).

In China (inkl. Hongkong) setzte Audi das Wachstum unverändert fort und ist damit weiterhin die unangefochtene Nummer eins im Premiumsegment. Mit einem Anstieg um 24,8 Prozent auf 101.996 (81.708) Fahrzeuge wurde erstmals die Hürde von 100.000 verkauften Audi Modellen in China überschritten. Der größte asiatische Pkw-Markt stieg damit zum wichtigsten Auslandsmarkt der Marke mit den Vier Ringen auf. Um das starke Image in China weiter zu stärken, engagiert sich Audi in zahlreichen Initiativen des Kultur- und Sport-sponsorings. So werden Audi Fahrzeuge bei den Olympischen Spielen in Peking im Sommer dieses Jahres als „Official Premium Cars“ im Rampenlicht stehen.

Im hart umkämpften US-amerikanischen Markt legten die Auslieferungen der Marke Audi entgegen dem Gesamtmarkt erneut zu. Mit 93.506 (90.116) Fahrzeugen wurde der Wert des

Vorjahres um 3,8 Prozent übertroffen. Um die positive Entwicklung nachhaltig fortzusetzen, intensiviert Audi die Maßnahmen, das Service- und Händlernetz weiter zu optimieren. Zudem bereitet das Unternehmen eine Dieselloffensive in den USA vor. Hierzu sollen neue TDI-Motoren mit ultra low emission system in den Markt eingeführt werden. Diese zeichnen sich durch hohe Effizienz bei niedrigen Verbrauchs- und Emissionswerten aus.

Deutliche Zuwachsraten erzielte Audi auch auf den sehr jungen Märkten in Zentral- und Osteuropa. In Russland, dem wichtigsten Wachstumsmarkt der Region, steigerte die Marke die Auslieferungen um hervorragende 49,3 Prozent auf 15.007 (10.050) Premiumfahrzeuge.

#### Auslieferungen an Kunden nach Modellen

	2007	2006
Audi A3	71.701	73.678
Audi A3 Sportback	159.148	161.886
Audi TT Coupé	38.745	16.753
Audi TT Roadster	13.026	2.745
Audi A4 Limousine	157.258	162.239
Audi A4 Avant	136.135	142.302
Audi A4 Cabriolet	23.819	27.410
Audi RS 4 Limousine	2.408	4.375
Audi RS 4 Avant	2.193	2.661
Audi RS 4 Cabriolet	704	585
Audi A5 Coupé	18.553	232
Audi A6 Limousine	149.026	148.227
Audi A6 Avant	69.567	76.556
Audi A6 allroad quattro	15.622	9.799
Audi Q7	81.775	52.771
Audi A8	21.362	22.601
Audi R8	2.952	108
<b>Gesamt Marke Audi*</b>	<b>964.151</b>	<b>905.188</b>
Lamborghini Gallardo	1.793	1.610
Lamborghini Murciélago	613	477
<b>Gesamt Marke Lamborghini</b>	<b>2.406</b>	<b>2.087</b>
<b>Sonstige Marken des Volkswagen Konzerns</b>	<b>234.144</b>	<b>228.279</b>
<b>Gesamt Konzern</b>	<b>1.200.701</b>	<b>1.135.554</b>

\* inklusive interner Fahrzeuge zur Markteinführung

Die Auslieferungen des Audi A3 und Audi A3 Sportback erreichten im abgelaufenen Geschäftsjahr mit insgesamt 230.849 (235.564) Fahrzeugen das hervorragende Niveau des Vorjahres. Zudem wurde in der Premiumbaureihe der Kompaktklasse im November 2007 erstmals auch eine offene Variante der Öffentlichkeit vorgestellt. Das neue Audi A3 Cabriolet steht für hohen Fahrspaß und bietet den Kunden bereits zur Markteinführung im April 2008 insgesamt vier kraftvolle Benzin- und Diesel-Vierzylinder-Motoren mit fortschrittlicher TFSI- und TDI-Technologie.

Im Frühjahr 2007 rollte der neue Audi TT Roadster an den Start. Der sportliche Zweisitzer setzt die einzigartige Formensprache seines Vorgängers fort und überzeugt wie das Audi TT Coupé durch besonders dynamische Fahreigenschaften. Insgesamt wurden im letzten Jahr 51.771 (19.498) Coupé und Roadster an Kunden übergeben. Als besonders sportliche Version kommen im Frühsommer 2008 die Modelle Audi TTS Coupé und Roadster auf den Markt.

Seit November 2007 wird die neue Audi A4 Limousine an Kunden ausgeliefert. Ausgestattet mit zahlreichen technologischen Innovationen, neuen effizienten Antriebsvarianten und einzigartigem Design setzt das Fahrzeug Maßstäbe in der Mittelklasse. In der ersten Hälfte des laufenden Jahres folgt der neue Audi A4 Avant. Trotz des Modellwechsels entwickelte sich die Nachfrage nach den Modellen der Audi A4 Baureihe (Limousine, Avant und Cabriolet) mit 317.212 (331.951) Fahrzeugen äußerst erfreulich.

Das im Juni 2007 sehr erfolgreich im Markt gestartete Audi A5 Coupé ist seit September mit zwei zusätzlichen Antriebsvarianten bestellbar. Der 3.2 FSI quattro mit Handschaltung leistet 195 kW (265 PS). Als Einstiegsmodell bietet der 1.8 TFSI mit 125 kW (170 PS) eine besonders effiziente Variante. Bis Dezember wurden insgesamt bereits 18.553 (232) Audi A5 Coupé an Kunden ausgeliefert.

Mit 234.215 (234.582) Fahrzeugen der A6 Baureihe knüpfte Audi nahtlos an die großen Erfolge des Vorjahres an. Besonders erfreulich entwickelte sich die Nachfrage nach dem Audi A6 allroad quattro, der einen Zuwachs von eindrucksvollen 59,4 Prozent erzielte. Im April dieses Jahres wird der neue Audi RS 6 Avant in die Märkte eingeführt. Das High-Performance-Fahrzeug verfügt über ein neu entwickeltes Zehnzylinder-Triebwerk mit FSI-Direkteinspritzung und Biturbo-Aufladung, permanenten Allradantrieb quattro sowie über ein Sportfahrwerk mit Dynamic Ride Control und begeistert durch kompromisslose Sportlichkeit bei gleichzeitig hoher Alltagstauglichkeit.

Im Segment der Premium-SUV setzte der Audi Q7 mit 81.775 (52.771) ausgelieferten Fahrzeugen sein beeindruckendes Wachstum auch 2007 fort. Seit März vergangenen Jahres ist der Wagen mit dem 4,2-Liter-TDI-Motor zudem als derzeit weltweit stärkstes Diesel-SUV erhältlich.

Die mehrfach ausgezeichnete Baureihe Audi A8 wurde im vergangenen Jahr konsequent weiterentwickelt. Ein präziseres Fahrgefühl, ein noch höherer Abroll- und Geräuschkomfort sowie dezente Verfeinerungen am Design und im Innenraum unterstreichen die Ausnahmestellung der sportlichsten Limousine in der Luxusklasse. Eine besonders effiziente Variante bietet zudem der neue Audi A8 2.8 FSI e mit einem durchschnittlichen Emissionswert von 199 g CO<sub>2</sub>/km bei einer Leistung von 154 kW (210 PS). Trotz des erst im dritten Quartal 2007 in den Märkten eingeführten Facelifts erreichten die Auslieferungen der Luxuslimousine mit 21.362 (22.601) Fahrzeugen das hervorragende Niveau des Vorjahres.

Die Nachfrage nach dem seit dem Frühjahr 2007 erhältlichen Mittelmotor-Sportwagen Audi R8 übertraf alle Erwartungen. Von dem hoch emotionalen Modell, das mit zahlreichen technologischen Innovationen den Audi typischen „Vorsprung durch Technik“ verkörpert, wurden bis Dezember bereits 2.952 (108) Fahrzeuge von Kunden in Empfang genommen.

Neben der Marke Audi feierte auch die italienische Supersportwagenschmiede Lamborghini große Erfolge. So wurden im Jahr 2007 mehr Fahrzeuge als je zuvor an Kunden übergeben. Die Auslieferungen der Baureihe Gallardo, die im Frühjahr um das Modell Superleggera erweitert wurde, stiegen um 11,4 Prozent auf 1.793 (1.610) Sportwagen. Vom Spitzenmodell Murciélago wurden mit insgesamt 613 (477) Sportwagen 28,5 Prozent mehr Fahrzeuge an Kunden übergeben als noch im Vorjahr.

#### **Qualifizierungsoffensive für Audi Handelsbetriebe**

Im abgelaufenen Geschäftsjahr absolvierten die ersten 40 Audi Handelsbetriebe erfolgreich das 2006 gestartete Qualifizierungsprogramm der AUDI AG.

In dem modular angelegten Programm werden in enger Zusammenarbeit alle Unternehmensbereiche des Audi Partners analysiert und gemeinsam individuelle Maßnahmen erarbeitet. Der Fokus liegt hierbei neben Wirtschaftlichkeit insbesondere auf den Aspekten Kundenzufriedenheit sowie Reparatur- und Servicequalität. Über die erfolgreiche Beendigung der Umsetzungsphase hinaus werden zudem alle Betriebe zur nachhaltigen Sicherung der Leistungssteigerungen langfristig betreut. Bereits in den ersten Bewertungen konnten so Verbesserungen in den genannten Schwerpunkten von bis zu 50 Prozent belegt werden.

Derzeit durchlaufen rund 180 Audi Partner das Qualifizierungsprogramm in Deutschland, bis 2009 wird mit 400 Betrieben geplant. Europaweit sollen bis 2010 weitere 475 hinzukommen. In das umfassende Qualifizierungsprogramm und damit in die Leistungsfähigkeit des Händlernetzes investiert die AUDI AG bis Ende 2008 rund 50 Mio. EUR.

## Ertragslage

Der Audi Konzern steigerte im Geschäftsjahr 2007 die Umsatzerlöse um eindrucksvolle 7,9 Prozent und erzielte mit 33.617 (31.142) Mio. EUR einen neuen Rekordwert in seiner langjährigen Unternehmensgeschichte.

Einen wesentlichen Anteil an dem großen Erfolg hatte das Fahrzeuggeschäft der Marke Audi mit einem Gesamtumsatz von 25.249 (23.404) Mio. EUR. Bedeutendster Umsatzträger war dabei die Baureihe Audi A4, die sich trotz des Modellwechsels der Limousine in der zweiten Hälfte des Jahres insgesamt äußerst positiv entwickelte. Die mit dem Verkauf der Modelle Audi A3, A6 und A8 erzielten Umsatzerlöse übertrafen noch einmal das hervorragende Niveau des Vorjahres und belegen damit nachhaltig die hohe Attraktivität der Marke mit den Vier Ringen. Starke Wachstumsimpulse gingen vom neuen Audi A5 Coupé und der TT Baureihe aus, von der zu Beginn des Jahres 2007 der neue Audi TT Roadster in die Märkte eingeführt wurde. Der große Erfolg des im April vorgestellten Mittelmotor-Sportwagens Audi R8 übertraf bereits alle Erwartungen. Die Umsatzerlöse aus dem Verkauf des Audi Q7 stiegen im Berichtszeitraum erneut eindrucksvoll und lassen damit das Fahrzeug zu einem bedeutenden Wachstumsfaktor der Marke Audi werden.

Neben Fahrzeugen der Marke Audi wurden über die Vertriebsgesellschaften VOLKSWAGEN GROUP ITALIA S.P.A., Audi Volkswagen Korea Ltd. und Audi Volkswagen Middle East FZE auch Fahrzeuge der Marken Bentley, SEAT, Škoda, VW Pkw und VW Nutzfahrzeuge an Kunden ausgeliefert. Das Unternehmen steigerte im Geschäftsjahr 2007 die Umsatzerlöse aus dem Verkauf von Fahrzeugen sonstiger Marken des Volkswagen Konzerns erneut.

Die Herstellungskosten des Audi Konzerns erhöhten sich im Berichtszeitraum infolge des gestiegenen Absatzvolumens um 4,3 Prozent auf 28.478 (27.309) Mio. EUR. Dabei waren im Wesentlichen weitere Produktivitätsfortschritte, Prozessverbesserungen sowie Materialkostenoptimierungen für den unterproportionalen Anstieg der Herstellungskosten in Relation zu den Umsatzerlösen verantwortlich.

Insgesamt steigerte der Audi Konzern dadurch das Bruttoergebnis um beachtliche 34,1 Prozent auf 5.139 (3.833) Mio. EUR.

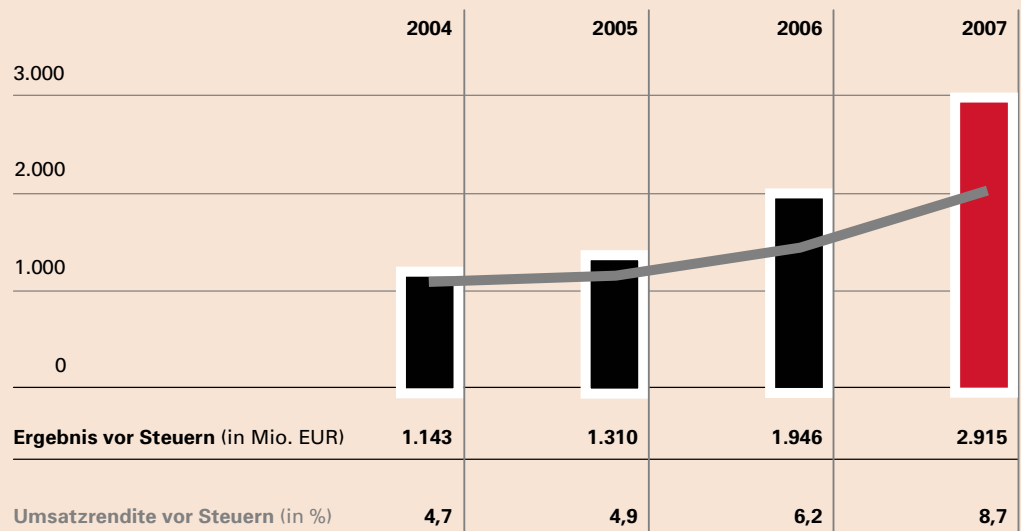
Der Anstieg der Vertriebskosten um 26,5 Prozent auf 2.737 (2.164) Mio. EUR und der Verwaltungskosten um 12,2 Prozent auf 266 (237) Mio. EUR ist maßgeblich durch die Erstkonsolidierung der Vertriebsgesellschaften Audi of America, LLC und Audi Canada Inc. zum 1. Januar 2007 beeinflusst. Das sonstige betriebliche Ergebnis lag auf dem Niveau des Vorjahres.

Der Audi Konzern steigerte das operative Ergebnis im abgelaufenen Geschäftsjahr trotz der anhaltend belastenden Währungseinflüsse erneut eindrucksvoll um 34,2 Prozent. Mit 2.705 (2.015) Mio. EUR erreichte das Unternehmen das höchste Ergebnis aus der operativen Geschäftstätigkeit in seiner Geschichte und dokumentiert so das gesunde und nachhaltige Wachstum.

Die nochmals verbesserte Netto-Liquidität erhöhte auch die daraus erzielten Zinserträge und hat damit wesentlich zur Verbesserung des Finanzergebnisses auf 210 (- 69) Mio. EUR beigetragen.



### Entwicklung des Ergebnisses vor Steuern und der Umsatzrendite vor Steuern



So steigerte der Audi Konzern das Ergebnis vor Steuern um 49,8 Prozent auf 2.915 (1.946) Mio. EUR. Nach Abzug der Steuern verblieb ein Ergebnis nach Steuern in Höhe von 1.692 (1.343) Mio. EUR – eine deutliche Steigerung um 26,0 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

### Ergebniskennzahlen

in %	2007	2006
Umsatzrendite vor Steuern	8,7	6,2
Eigenkapitalrendite nach Steuern	21,7	20,1
Kapitalrendite	18,6	14,2

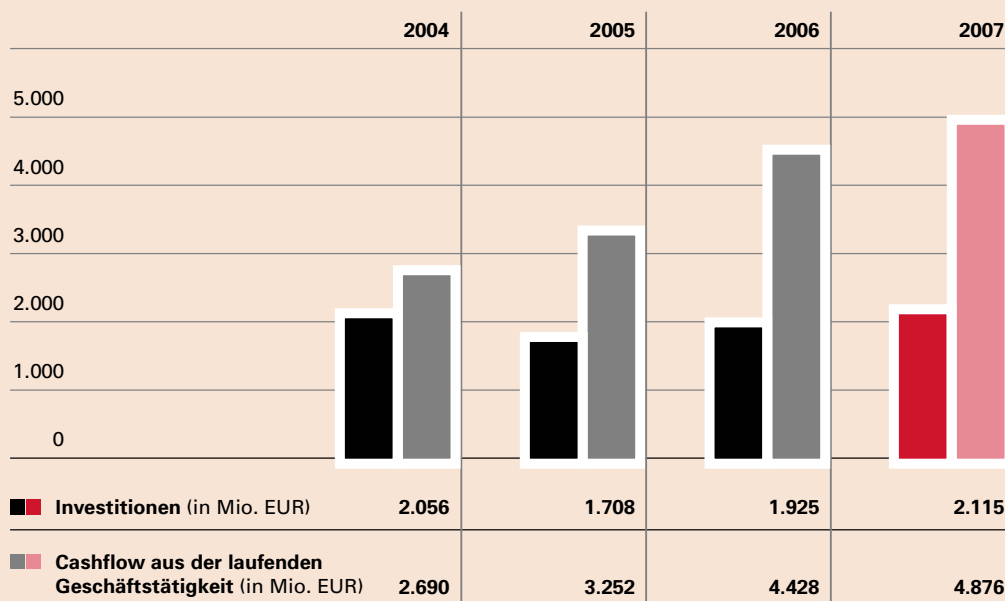
Die hohe Profitabilität des Wachstums des Audi Konzerns spiegelt sich auch in allen wesentlichen Renditekenngößen wider. So erhöhte sich die Umsatzrendite vor Steuern von 6,2 Prozent auf hervorragende 8,7 Prozent. Damit hat das Unternehmen die für 2010 geplante Zielgröße von 8 Prozent bereits frühzeitig erreicht. Nicht minder beeindruckend verbesserte das Unternehmen die Kapitalrendite. Diese stieg von 14,2 Prozent auf 18,6 Prozent und untermauert damit erneut die hohe Ertragskraft des Audi Konzerns. In den kommenden Jahren gilt es nun, die Nachhaltigkeit der erreichten Renditequalität zu sichern.



Mit 5.269 (4.610) Mio. EUR stiegen die langfristigen Schulden gegenüber dem Vorjahr insbesondere infolge der Erhöhung der sonstigen Verbindlichkeiten und Rückstellungen.

Die kurzfristigen Schulden erhöhten sich auf 8.954 (7.035) Mio. EUR. Neben einer absatzbedingten Zunahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen war hierfür die gestiegene Ergebnisabführung an die Volkswagen AG verantwortlich.

#### Investitionen und Cashflow im Audi Konzern



#### Finanzlage

Der Audi Konzern steigerte im Geschäftsjahr 2007 den Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit um hervorragende 10,1 Prozent auf 4.876 (4.428) Mio. EUR.

Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit erreichte mit 2.419 (2.442) Mio. EUR das hohe Niveau des Vorjahres. Dabei stiegen die Investitionen in Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte deutlich um 22,1 Prozent auf 1.578 (1.292) Mio. EUR. Investitionsschwerpunkte waren 2007 die Produktionsanläufe der Produktfamilien Audi A4 und Audi A5 sowie des Audi A3 Cabriolet und die Vorbereitung der Serienproduktion des Audi Q5. Dabei konnte der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit wie schon im Vorjahr vollständig aus dem Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit gedeckt werden. Dies unterstreicht nachhaltig die starke Finanzkraft des Unternehmens.

Die Netto-Liquidität lag zum 31.12.2007 bei 7.860 (5.720) Mio. EUR und damit um 37,4 Prozent über dem Vorjahr.

**Kapitalflussrechnung**

in Mio. EUR	2007	2006
Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit	4.876	4.428
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	- 2.419	- 2.442
<b>Netto-Cashflow</b>	<b>2.457</b>	<b>1.986</b>
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	- 582	- 202
Netto-Liquidität	7.860	5.720

Zum 31.12.2007 bestanden im Audi Konzern sonstige finanzielle Verpflichtungen, im Wesentlichen für Bestellobligo, in Höhe von 1.462 (1.520) Mio. EUR.

Weiterführende Angaben sind im Anhang unter Punkt 41 „Sonstige finanzielle Verpflichtungen“ enthalten.

**Nachtragsbericht**

Nach dem 31. Dezember 2007 ergaben sich keine Ereignisse von besonderer Bedeutung.

**Risikobericht****System des  
Risikomanagements im  
Audi Konzern**

Der Audi Konzern verfolgt mit seiner Risikomanagementstrategie das Ziel, die vielfältigen mit den geschäftlichen Aktivitäten verbundenen Risiken zu minimieren bzw. nach Möglichkeit zu vermeiden, um potenzielle Schäden vom Unternehmen abzuwenden und eine Bestandsgefährdung auszuschließen. Unternehmerische Risiken werden bewusst nur dann eingegangen, wenn diese überschaubar sind und sie zum erwarteten Nutzen aus der Geschäftstätigkeit in einem angemessenen Verhältnis stehen.

Zur aktiven Überwachung und Steuerung der Risiken ist im Audi Konzern ein unternehmensweites Risikomanagement- und Risikofrüherkennungssystem installiert. Dieses umfasst neben der AUDI AG auch alle Tochtergesellschaften, bei denen wesentliche und bestandsgefährdende Risiken für das Mutterunternehmen entstehen können.

Die Aufgaben des Risikomanagements sind im Audi Konzern durch dezentrale Verfahren in den Unternehmensbereichen und Tochtergesellschaften organisatorisch abgebildet. Durch die Integration in die bestehenden Geschäftsprozesse wird einer frühzeitigen Erkennung risikorelevanter Entwicklungen Rechnung getragen. Hierbei sind alle Aufgabengebiete sowie Berichts- und Dokumentationspflichten des Risikomanagements eindeutig definiert und werden fortlaufend auf ihre Aktualität kontrolliert.

Die Identifikation potenzieller Risiken erfolgt im Rahmen der festgelegten Zuständigkeiten innerhalb des Risikomanagements. Dies gilt auch für die Erarbeitung und Implementierung von geeigneten Verfahren zu deren Steuerung und Kontrolle sowie die kontinuierliche Überwachung der Wirksamkeit der eingeleiteten Maßnahmen zur Zielerreichung.

Für alle Einzelrisiken werden Eintrittswahrscheinlichkeiten geschätzt. Zudem werden diese hinsichtlich der zu erwartenden Schadenshöhe quantitativ bewertet. Als Maßstab dienen hierbei der entgangene Ergebnisbeitrag bzw. die anfallenden Kosten.

Vorstand und Aufsichtsrat werden regelmäßig über alle wesentlichen Risiken im Audi Konzern informiert.

## Umfeld- und Branchenrisiken

Der Audi Konzern sieht sich im Rahmen seiner Geschäftstätigkeit mit den nachfolgend aufgeführten wesentlichen Risiken konfrontiert. Die Darstellung einzelner Risiken bezieht sich auf den Planungshorizont 2008 bis 2010:

Als global tätiges Unternehmen ist der Audi Konzern in hohem Maße von den weltwirtschaftlichen Rahmenbedingungen abhängig. Dies gilt vor allem für die wichtigen Absatzmärkte Europa, USA, China und Japan. Zwar gestaltet sich die allgemeine konjunkturelle Entwicklung in diesen Regionen insgesamt positiv, jedoch spiegelt sich dies nur teilweise auf den Automobilmärkten wider. Zudem kann sich eine mögliche Abschwächung der globalen Konjunktur nachteilig auf das Käuferverhalten im automobilen Sektor auswirken. Anhaltend hohe oder gar steigende Energie- und Rohstoffpreise stellen ein weiteres Risiko dar. Neben finanziellen Auswirkungen bei Beschaffung und Produktion kann hieraus eine mögliche Kaufzurückhaltung resultieren.

Das Premiumsegment, in dem die Marken Audi und Lamborghini positioniert sind, ist den negativen Auswirkungen konjunktureller Schwankungen grundsätzlich weniger ausgesetzt. Dennoch können auch hier Absatzrisiken aus einer Abkühlung der allgemeinen Konjunktur und einem damit einhergehenden Marktrückgang nicht vollständig ausgeschlossen werden. Die über die Audi Vertriebsgesellschaften in Italien, Korea und im arabischen Raum vermarkteten sonstigen Marken des Volkswagen Konzerns sind von konjunkturbedingten Absatzrisiken grundsätzlich stärker betroffen.

Als weltweit agierendes Unternehmen erzielt der Audi Konzern einen großen Anteil seiner Umsatzerlöse in Fremdwährung. Diese Umsatzerlöse sind Risiken aus Devisenkurschwankungen ausgesetzt, die sich negativ auf das Konzernergebnis auswirken können. Neben dem britischen Pfund und dem japanischen Yen sind hier insbesondere mögliche Schwankungen beim US-Dollar gegenüber dem Euro zu nennen.

Die Automobilbranche ist einem sich stetig verschärfenden Verdrängungswettbewerb ausgesetzt, in dem ein verstärkter Einsatz von Verkaufshilfen zu beobachten ist. Dies kann zu möglichen Preiserosionen, bzw. erhöhten Vermarktungskosten auf den wichtigen Absatzmärkten des Audi Konzerns führen und sich entsprechend nachteilig auf die Ergebnisentwicklung auswirken.

Ebenfalls nachteilige Auswirkungen auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung des Konzerns können sich aus einer negativen Preisgestaltung des Wettbewerbs ergeben, der sich Audi unter Umständen nicht vollständig entziehen kann.

Im Zuge der umfassenden Modelloffensive erschließt der Audi Konzern zahlreiche neue Produktsegmente. Trotz sorgfältiger Planung und des Einsatzes von Marktstudien bereits ab Beginn der Produktentwicklung können Reaktionen des Marktes nicht in allen Einzelheiten antizipiert werden. Auch bei neuen Generationen bereits erfolgreich etablierter Modellreihen kann die Akzeptanz durch den Markt anders als erwartet ausfallen.

Zukünftige Änderungen der politischen und gesetzlichen Rahmenbedingungen sowie mögliche weitere Regulierungen bezüglich Fahrzeugsicherheit, Kraftstoffverbrauch oder Schadstoffemissionen stellen unverändert Risikofaktoren dar. Die aktuell geführte CO<sub>2</sub>-Diskussion kann sich nachteilig auf das Image der Automobilindustrie auswirken.

Der Audi Konzern begegnet den dargestellten Umfeld- und Branchenrisiken durch antizipative Maßnahmen und berücksichtigt bereits in der Planung potenziell eintretende negative Entwicklungen. Zudem sichert sich das Unternehmen in wirtschaftlich sinnvollem Maße durch geeignete Instrumente ab und überprüft regelmäßig das Umfeld auf sich verändernde und neu auftretende Risiken.

## Risiken aus der betrieblichen Tätigkeit

Aus der betrieblichen Tätigkeit ergeben sich vielfältige Risiken, die eine Beeinträchtigung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Audi Konzerns zur Folge haben können.

Darunter fallen entscheidende Ereignisse wie Großbrände und Explosionen, die neben einer Beschädigung oder Vernichtung von Wirtschaftsgütern auch beträchtliche Folgeschäden aufgrund von Behinderungen des Produktionsprozesses verursachen können. Produktionsstörungen können sich auch durch einen Ausfall der Energieversorgung, technische Ausfälle, insbesondere auch infolge von EDV-Störungen, ergeben. Zwar bergen derartige Ereignisse hohe Schadenspotenziale, ihre Eintrittswahrscheinlichkeit wird jedoch als verhältnismäßig gering eingeschätzt. Zudem wurden Versicherungsverträge in ausreichendem Umfang und unter wirtschaftlich sinnvollen Aspekten geschlossen und vorbeugende Maßnahmen wie Brandschutz installiert. Risikoreduzierend wirkt sich auch die hohe Flexibilität innerhalb des Audi Produktionsnetzwerkes aus.

Weitere Störungen im Produktionsprozess können sich aus Lieferverzögerungen oder -ausfällen infolge von Werkzeugbruch, Elementarschäden sowie Streiks bei Lieferanten oder aber auch im Transportgewerbe ergeben. Darüber hinaus ist eine steigende Anzahl an Lieferantenkrisen bis hin zur Insolvenz zu beobachten. Neben dem Abschluss von geeigneten Versicherungen trägt im Audi Konzern ein umfangreiches Lieferantenauswahl-, Kontroll- und Steuerungsverfahren frühzeitig zur Begrenzung von Risiken für die Ertragslage bei.

Die zunehmend enge Verzahnung zwischen Automobilherstellern und Zulieferindustrie birgt neben wirtschaftlichen Vorteilen auch eine zunehmende Abhängigkeit. Durch den exklusiven Einsatz innovativer Technologien durch global operierende Zulieferbetriebe wird dieser Trend weiter verstärkt. Den hieraus erwachsenden Risiken wirkt der Audi Konzern mit Maßnahmen wie einer entsprechenden Gestaltung der Vertragsbedingungen oder dem Verbleib des Eigentums an Werkzeugen beim Unternehmen entgegen.

Der komplexe Entwicklungsprozess neuer Fahrzeuge und Komponenten ist mit vielfältigen potenziellen Risiken, wie zeitlichen Verzögerungen, kurzfristig notwendigen Änderungen am Produkt sowie Know-how-Verlust durch Integration konzernfremder Dienstleister, verbunden.

Als Hersteller von Fahrzeugen des Premiumsegments hat der Audi Konzern ein weitreichendes und effizientes Qualitätsmanagement installiert. Dennoch können potenzielle Risiken aus der Produkthaftung nicht vollständig ausgeschlossen werden. Neben bedeutenden finanziellen Einbußen können hieraus auch Imageschäden für das Unternehmen resultieren.

Aus der betrieblichen Tätigkeit können sich Verstöße gegen rechtliche Vorschriften ergeben. Durch konzernweite Richtlinien sowie ein kontinuierliches Monitoring gesetzlicher Änderungen werden diese Risiken begrenzt.

Die zunehmende elektronische Vernetzung von Prozessen im Audi Konzern beinhaltet potenzielle Informations- und IT-Risiken. Neben dem Ausfall bedeutender Systeme für den betrieblichen Ablauf können sich unberechtigte Zugriffe, Zerstörung und Missbrauch sowie eine heterogene Systemlandschaft negativ auf die Ertragslage auswirken. Mit unternehmensweiten Richtlinien, hohen Sicherheitsstandards und zielgerichteten Kommunikationsmaßnahmen für die Mitarbeiter werden die Risiken entsprechend abgemildert.

## Finanzwirtschaftliche Risiken

Die sich aus der Geschäftstätigkeit des Audi Konzerns ergebenden finanzwirtschaftlichen Risiken beinhalten Marktpreisrisiken (Devisenkurs-, Zinsänderungs- und Preisrisiken aus Commodities) sowie Bonitäts- und Liquiditätsrisiken.

Des Weiteren kommt den Währungsrisiken, insbesondere beim US-Dollar, dem britischen Pfund und dem japanischen Yen, bedingt durch die weltweiten Absatzmärkte des Audi Konzerns besondere Bedeutung zu.

Detaillierte Informationen zur Sicherungspolitik und zum Risikomanagement im Bereich der finanzwirtschaftlichen Risiken, insbesondere auch in Bezug auf die Verwendung derivativer Finanzinstrumente bei Sicherungsgeschäften, sind dem Anhang im Kapitel „Sonstige Erläuterungen“ unter Punkt 35 „Management von Finanzrisiken“ zu entnehmen.

## Gesamteinschätzung der Risikosituation

In der Risikosituation des Audi Konzerns ergeben sich im Vergleich zum Vorjahr keine wesentlichen Änderungen.

Von den beschriebenen Risiken kann potenziell eine bedeutende Beeinträchtigung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Audi Konzerns ausgehen. Unter Berücksichtigung sämtlicher bekannter Tatsachen und Umstände liegen derzeit jedoch keine Risiken vor, die den Fortbestand des Unternehmens in einem überschaubaren Zeitraum gefährden können.

## Prognosebericht

### Voraussichtliche Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen

#### Gesamtwirtschaftliche Situation

Nach Einschätzung des Audi Konzerns wird sich die weltwirtschaftliche Entwicklung nach mehreren Perioden hoher Wachstumsraten im Jahr 2008 verlangsamen. Haupteinflussfaktor ist dabei die voraussichtlich starke Abkühlung der US-Konjunktur, die auch durch das robuste Wirtschaftswachstum in zahlreichen Entwicklungs- und Schwellenländern nicht voll kompensiert werden wird. Einen dämpfenden Einfluss wird zudem das anhaltend hohe Niveau bei den Rohöl- und Rohstoffpreisen ausüben.

In den Vereinigten Staaten wird die anhaltende Krise am Immobilienmarkt den privaten Konsum belasten. Hinzu kommt die zunehmend restriktivere Kreditvergabe durch die Banken, die eine Beeinträchtigung der Investitionstätigkeit der Unternehmen zur Folge haben wird. Für das Gesamtjahr ist daher mit einer weiteren Abschwächung des Wirtschaftswachstums zu rechnen.

Im Euroraum wird sich 2008 die konjunkturelle Entwicklung zwar etwas verlangsamen, die stabile Aufwärtstendenz bleibt jedoch erhalten. Für Deutschland geht der Audi Konzern von einer weiteren Verringerung des Wirtschaftswachstums aus. Dabei wird die Dynamik bei den Exporten und Investitionen voraussichtlich nachlassen. Der private Konsum sollte sich dagegen festigen und einen größeren Wachstumsbeitrag als 2007 leisten. Hierfür sprechen die weiterhin positive Beschäftigungsentwicklung sowie höhere Lohnabschlüsse und ein geringerer Preisauftrieb als noch im Vorjahr.

In den Regionen Lateinamerika sowie Zentral- und Osteuropa wird das wirtschaftliche Expansionstempo in zahlreichen Ländern hoch bleiben. Insbesondere in Russland wird sich der Aufschwung dank einer starken Exportentwicklung bei Energieträgern mit hohem Tempo fortsetzen.

China wird 2008 durch die Abschwächung der US-Konjunktur und den dadurch beeinträchtigten Export in die USA eine leichte konjunkturelle Dämpfung erfahren. Mit einem voraussichtlich zweistelligen Zuwachs des Bruttoinlandsprodukts wird die wirtschaftliche Dynamik jedoch auf einem weiterhin hohen Niveau bleiben. Für Indien ist mit einer Fortsetzung der kräftigen wirtschaftlichen Expansion zu rechnen. Die japanische Wirtschaft wird 2008 erneut nur verhalten expandieren.

#### Automobilindustrie

Der Audi Konzern rechnet für das Jahr 2008 mit einer weiteren Zunahme der globalen Automobilnachfrage um über 2 Prozent auf rund 60 Mio. Pkw. Als Wachstumszentren werden sich hierbei vor allem die aufstrebenden Märkte China, Indien und Russland erweisen.

In Deutschland wird das allgemeine Marktumfeld schwierig bleiben. Der prognostizierte Anstieg der privaten Konsumausgaben wird nur für eine geringfügige Verbesserung der Verkaufszahlen sorgen. Für den deutschen Gesamtmarkt geht der Audi Konzern von einer Zunahme des Neuzulassungsvolumens um knapp 2 Prozent auf rund 3,2 Mio. Pkw aus.

Für die Automobilmärkte in Westeuropa (ohne Deutschland) rechnet der Audi Konzern mit einem Rückgang der Neuzulassungen auf 11,4 Mio. Fahrzeuge. Hierfür sind vor allem sinkende Absatzzahlen in Italien verantwortlich.

In den Ländern Zentral- und Osteuropas wird die Marktdynamik dagegen hoch bleiben, wenngleich sich das Wachstumstempo zum Vorjahr etwas vermindern dürfte. Für den russi-

schen Automobilmarkt erwartet der Audi Konzern ein Wachstum von über 9 Prozent auf knapp 2,6 Mio. Pkw.

In den USA ist 2008 mit einer weiteren Verschlechterung der Automobilkonjunktur zu rechnen. Das Gesamtmarktvolumen dürfte infolge der Abschwächung des privaten Konsums mit 16 Mio. verkauften Einheiten den Vorjahreswert knapp unterschreiten.

Die Region Asien-Pazifik wird auch 2008 ein hohes Nachfragewachstum aufweisen. Insbesondere der chinesische Pkw-Markt wird weiter zulegen und dürfte annähernd 6 Mio. Fahrzeuge erreichen – ein Wachstum von 17 Prozent. Die für Indien prognostizierte Zuwachsrate liegt mit rund 19 Prozent auf 1,4 Mio. Pkw noch etwas höher. Dagegen ist in Japan von einem nur geringen Anstieg der Neuzulassungen auf knapp 4,5 Mio. Pkw auszugehen.

#### **Voraussichtliche Entwicklung des Audi Konzerns**

Die weiter steigende Wettbewerbsintensität innerhalb der Automobilindustrie und die sich verschlechternden konjunkturellen Rahmenbedingungen stellen den Audi Konzern auch 2008 vor große Herausforderungen. So wird die Fortsetzung der wirtschaftlichen Erfolge der Vergangenheit künftig nur unter noch größeren Anstrengungen möglich sein. Dennoch ist die Unternehmensleitung überzeugt, dass der Audi Konzern auch im Geschäftsjahr 2008 an die hervorragenden Ergebnisse des Jahres 2007 anknüpfen kann und eine insgesamt positive Bilanz der Geschäftstätigkeit vorlegen wird.

#### **Erwartete Entwicklung der Auslieferungen**

Der Audi Konzern will auch 2008 das Auslieferungswachstum fortsetzen und plant, mit über 1 Mio. verkauften Audi Fahrzeugen den Rekordwert des Vorjahres nochmals deutlich zu übertreffen.

Bei der Kernmarke Audi soll neben den im Markt bereits erfolgreich etablierten Produkten eine Vielzahl neuer Modelle und Derivate dazu beitragen, neue Kundensegmente zu erobern und die Attraktivität der Marke nachhaltig zu steigern.

Auf dem Heimatmarkt Deutschland, dem volumenstärksten Absatzmarkt für Audi Fahrzeuge, strebt die Marke mit den Vier Ringen eine Verbesserung der Marktperformance an. In Westeuropa sieht sich Audi trotz des intensiven Wettbewerbs gut gerüstet, weitere Erfolge zu erzielen und gegen den insgesamt rückläufigen Markttrend zu wachsen.

Weiterhin starke Wachstumsimpulse erwartet Audi auf den jungen Märkten Zentral- und Osteuropas und hier insbesondere in Russland.

Mit einem weiteren Ausbau des exklusiven Händlernetzes und der Einführung neuer attraktiver Modelle will Audi das Image und die Marktposition in den USA nachhaltig ausbauen. Wichtige Impulse sollen von der Markteinführung des neuen Audi A4 ausgehen.

Im größten Auslandsmarkt China plant Audi weiter am Marktwachstum zu partizipieren und die führende Position im Premiumsegment zu festigen. Einen wichtigen Beitrag wird hierzu die vor Ort gefertigte Langversion des Audi A6 leisten.

In Japan und den übrigen Märkten in der Region Asien-Pazifik erwartet Audi insgesamt eine positive Entwicklung der Auslieferungszahlen.

Dem indischen Automobilmarkt, in dem Audi 2007 mit einer lokalen CKD-Montage des Audi A6 begonnen hat, wird eine zunehmend stärkere Bedeutung zukommen.

#### **Erwartete Ertragslage**

Der Audi Konzern wird im Geschäftsjahr 2008 mit der angestrebten Verbesserung der Auslieferungszahlen auch seine Umsatzerlöse nochmals steigern.

Aufgrund der Erneuerung und Erweiterung der Produktpalette, des Ausbaus des exklusiven Händler- und Servicenetzes sowie weiterer Produktivitäts- und Prozessverbesserungen geht der Vorstand im Jahr 2008 von einer dem Volumen- und Umsatzwachstum entsprechenden Ergebnissteigerung aus.



### **Erwartete Finanzlage**

Der Audi Konzern rechnet auch für 2008 damit, das ehrgeizige Wachstum vollständig aus dem erwirtschafteten Cashflow ohne Rückgriff auf externe Quellen finanzieren zu können. Die erforderliche Liquidität wird für alle Konzerngesellschaften über den konzerninternen Cashpool sichergestellt.

Für den Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit wird ein ähnlich hohes Niveau wie 2007 erwartet. Im Bereich der Investitionstätigkeit wird der Mittelabfluss vor dem Hintergrund der Fortsetzung der längerfristig angelegten Modelloffensive den Wert des Vorjahres voraussichtlich übertreffen.

Die Netto-Liquidität des Audi Konzerns wird sich trotz höherer Investitionen bis Ende 2008 weiterhin positiv entwickeln.

### **Investitionen**

Die mittelfristig geplanten Investitionen dienen überwiegend der kundenorientierten Ausweitung der Modell- und Motorenpalette, dem dazu notwendigen Ausbau der Entwicklungs- und Fertigungsstrukturen, der Verbesserung der Produktivität und Qualität der Prozessketten sowie der Stärkung der Kundenbindung. Alle Investitionsmaßnahmen haben als gemeinsames Ziel, die Marktposition des Audi Konzerns durch eine vorausschauende Modell- und Markenstrategie nachhaltig zu steigern.

Das für den Zeitraum 2008 bis 2012 vorgesehene Investitionsvolumen für Sachinvestitionen beläuft sich im Audi Konzern auf rund 10,6 Mrd. EUR. Hiervon entfällt rund ein Fünftel auf das Geschäftsjahr 2008. Der Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit wird die Investitionsausgaben im gesamten Planungszeitraum vollständig decken.

Die Investitionen betreffen hauptsächlich den Produktbereich.

### **Erwartete Entwicklung der Belegschaft**

Die Zahl der Belegschaftsmitglieder wird sich 2008 im Vergleich zum abgelaufenen Geschäftsjahr leicht erhöhen. Wesentliche Ursache ist, infolge der Übertragung der Managementverantwortung von der Volkswagen AG auf die AUDI AG, die erstmalige Vollkonsolidierung der AUDI BRUSSELS S.A./N.V. mit rund 2.100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu Beginn des Jahres 2008.

### **Chancen der künftigen Entwicklung**

Die künftige positive Entwicklung des Audi Konzerns unterliegt wesentlich den zukunftsgerichteten Strategien und Maßnahmen, die ein nachhaltiges und profitables Wachstum des Unternehmens sicherstellen sollen.

Eine zentrale Rolle hat hierbei die konsequente Erneuerung und Erweiterung des Produktportfolios. Nach dem erfolgreichen Anlauf zahlreicher neuer Modelle im abgelaufenen Geschäftsjahr setzen 2008 wichtige Markteinführungen wie das Audi A3 Cabriolet, die Audi TTS Modelle, der neue Audi A4 Avant, der Audi RS 6 Avant oder der Audi Q5 die längerfristig angelegte Modelloffensive nahtlos fort.

Das weitere Wachstum auf den bestehenden Märkten bleibt auch für 2008 ein wichtiges Ziel. Ein besonderes Augenmerk liegt neben der Neuausrichtung der Vertriebsorganisation in Nordamerika auf der Fortführung des Ausbaus des weltweit exklusiven Audi Händler- und Servicenetzes.

Zudem wird der Audi Konzern die Bearbeitung der Wachstumsmärkte weiter intensivieren und aktiv neue Märkte erschließen.

Insgesamt erwartet der Audi Konzern aus den genannten Maßnahmen nachhaltige Wachstumschancen, welche die Entwicklung der Volumenzahlen und finanziellen Leistungsdaten des Unternehmens in den kommenden Jahren bestimmen werden.

Neben diesen strategiebezogenen Determinanten können Veränderungen externer Bestimmungsfaktoren weitere Chancen für den Audi Konzern beinhalten. So können positive Auswirkungen auf die Ertragslage beispielsweise aus sinkenden Rohstoffpreisen oder vorteilhaften Wechselkursentwicklungen resultieren.

**Gesamteinschätzung der erwarteten künftigen Entwicklung**

Der Audi Konzern hat sich für 2008 und die darauf folgenden Geschäftsjahre ein nachhaltiges quantitatives und qualitatives Wachstum zum Ziel gesetzt. Dies wird sich auch in den Unternehmenszahlen der Jahre 2008 und 2009 widerspiegeln.

**Disclaimer**

Der Lagebericht enthält zukunftsbezogene Aussagen über erwartete Entwicklungen. Diese Aussagen basieren auf aktuellen Einschätzungen und sind naturgemäß mit Risiken und Unsicherheiten behaftet. Die tatsächlich eintretenden Ergebnisse können von den hier formulierten Aussagen abweichen.