

Lagebericht des Audi Konzerns

für das Geschäftsjahr 2006

Geschäft und Rahmenbedingungen

Konzern

Unternehmen

Als Hersteller hochwertiger und innovativer Automobile ist Audi eine der führenden Premi-ummarken, die zu den begehrtesten auf dem Weltmarkt gehört. Basis dieses Erfolgs bilden die zukunftsweisenden Lösungen in den Bereichen der Unternehmensführung und der technologischen Weiterentwicklung. Die hohen Erwartungen der Kunden sind dabei die Triebfeder einer kontinuierlichen Suche nach immer besseren Lösungen. Dies kommt im Markenkern „Vorsprung durch Technik“ mit den Markenwerten Sportlichkeit, Hochwertigkeit und Progressivität zum Ausdruck, die damit die Philosophie der Marke Audi manifestieren.

Diese Werte erfährt der Kunde über die umfangreiche Modellvielfalt, welche es dem Audi Konzern auch im Jahr 2006 ermöglichte, auf den globalen Automobilmärkten zu wachsen und damit seine Position weiter auszubauen.

Auslieferungen von Audi Fahrzeugen an Kunden nach Märkten

	2006	Anteil in %
Deutschland	257.792	28,5
Europa ohne Deutschland	400.671	44,3
USA	90.116	10,0
China	81.708	9,0
Sonstige	74.901	8,2
Gesamt	905.188	100,0

Konzernstruktur und wesentliche Konzerngesellschaften

Der Sitz des Audi Konzerns mit den Schwerpunktbereichen Technische Entwicklung, Vertrieb und Verwaltung sowie große Teile der Produktion befinden sich in Ingolstadt. Hier werden neben den Modellen A3, A3 Sportback, A4 Limousine und Avant sowie S4 Limousine und Avant auch die Karosserien für das TT Coupé und den TT Roadster gefertigt.

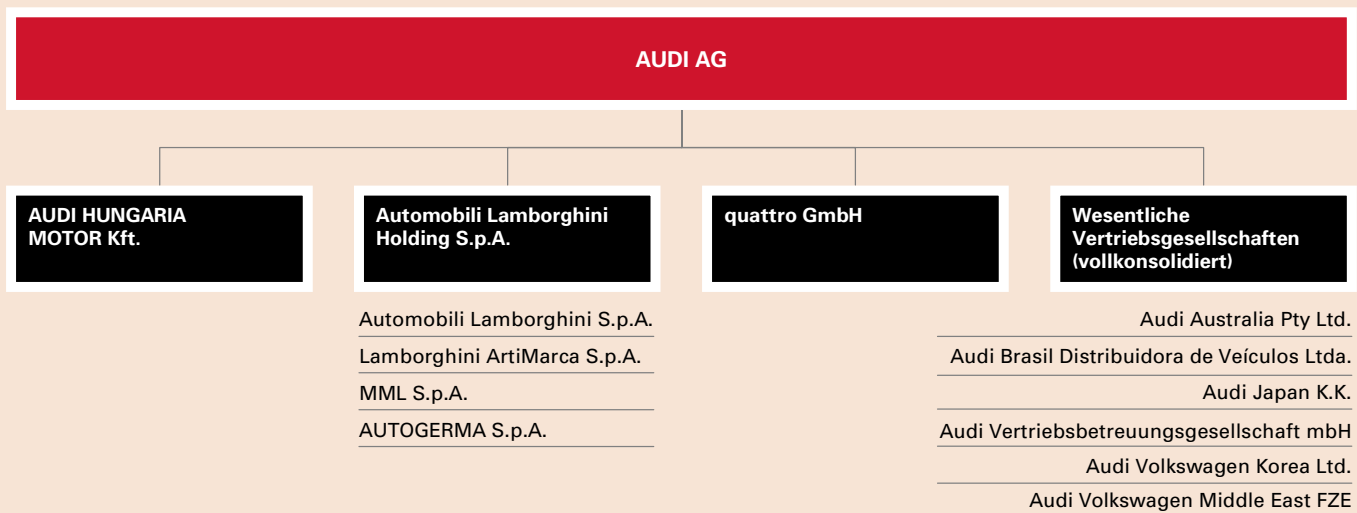
Am zweiten deutschen Standort in Neckarsulm werden die Modelle A6 Limousine, Avant und allroad quattro, S6 Limousine und Avant, A8, A8 W12 und S8 produziert. Die ebenfalls in Neckarsulm ansässige quattro GmbH ist Hersteller von High-Performance-Fahrzeugen der RS Reihe und produzierte im abgelaufenen Geschäftsjahr die Modelle RS 4 Limousine und Avant. Seit Herbst 2006 fertigt die 100-prozentige Tochtergesellschaft der AUDI AG auch den ab 2007 erhältlichen Audi R8. Die Montage dieses reinrassigen Mittelmotor-Sportwagens ist eine hochwertige Manufaktur und markiert einen neuen Meilenstein in der Geschichte des Audi Konzerns. Darüber hinaus umfasst das Angebot der quattro GmbH ein umfangreiches Individualisierungsprogramm (z. B. S line, exclusive line) für alle Audi Modelle sowie hochwertige Accessoires rund um die Marke Audi.

In Győr, Ungarn, entwickelt und fertigt die AUDI HUNGARIA MOTOR Kft. Motoren für die AUDI AG und weitere Gesellschaften des Volkswagen Konzerns sowie Dritte. Darüber hinaus erfolgt dort die Produktion des TT Coupé und des TT Roadster. Seit 2005 verfügt das Unternehmen auch über einen eigenen Werkzeugbau. Die AUDI HUNGARIA MOTOR Kft. ist bis heute zu einem der größten Exporteure und umsatzstärksten Unternehmen Ungarns gewachsen.

Die Automobili Lamborghini S.p.A. fertigt in der Region Bologna, Italien, die extremen und kompromisslosen Supersportwagen Gallardo Coupé, Gallardo Spyder, Murciélago LP640 Coupé und Murciélago LP640 Roadster.

Die AUTOGERMA S.p.A., eine Tochtergesellschaft der Automobili Lamborghini Holding S.p.A., mit Sitz in Verona, vertreibt in Italien Fahrzeuge der Marke Audi sowie der anderen Marken des Volkswagen Konzerns.

Wesentliche Gesellschaften im Audi Konzern



Konzernkreis

Mit derzeit rund 99 Prozent des Aktienkapitals ist die Volkswagen AG größter Anteilseigner der AUDI AG. Zwischen beiden Unternehmen besteht ein Gewinnabführungs- und Beherrschungsvertrag. Volkswagen bezieht den Konzernabschluss der AUDI AG in seinen Konzernabschluss mit ein.

Zwischen der AUDI AG und den wesentlichen Tochtergesellschaften Audi Vertriebsbetreuungsgesellschaft mbH sowie der quattro GmbH wurden Gewinnabführungsverträge vereinbart.

Der Audi Konzernkreis hat sich im abgelaufenen Geschäftsjahr wie folgt geändert: Die vollkonsolidierten Gesellschaften Audi Synko GmbH und die Audi Zentrum Hannover GmbH sowie die at-Equity-einbezogene Audi Zentrum Stuttgart GmbH & Co. KG sind aus dem Konsolidierungskreis ausgeschieden. Zur Umsetzung der Marken- und Exklusivitätsstrategie in Audi eigenen Handelsbetrieben wurde die Audi Retail GmbH gegründet. Zwischen der AUDI AG und der Audi Retail GmbH besteht ein Gewinnabführungsvertrag, der noch der Zustimmung durch die Hauptversammlung 2007 bedarf.

Mit Wirkung zum 1. Januar 2007 wird die AUTOGERMA S.p.A. in VOLKSWAGEN GROUP ITALIA S.P.A. umbenannt.

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 2006 betrug das gezeichnete Kapital der AUDI AG 110.080.000 (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 Bilanzgewinn der AUDI AG ist an Volkswagen abzuführen. Die Volkswagen AG ist zum Ausgleich eines möglichen Verlusts verpflichtet. Die außenstehenden 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 wesentlichen 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 richtet seine Geschäftsaktivitäten konsequent an dem Ziel aus, Audi bis zum Jahr 2015 als erfolgreichste Premiummarke weltweit zu etablieren. Auch im Geschäftsjahr 2006 wurde deshalb wieder ein detaillierter Maßnahmenkatalog erarbeitet, um die beschlossenen Meilensteine auf diesem ehrgeizigen Pfad zu realisieren. Eckpunkte dieses Maßnahmenkatalogs bilden vier strategische Zieldimensionen:



Hinter dem Strategiebaustein, attraktivster Arbeitgeber zu sein, steht die Überzeugung, dass das Unternehmen langfristig kompetente und engagierte Mitarbeiter für sich begeistern muss. Hierzu bedarf es unter anderem eines hervorragenden externen Arbeitgeberimages. Zentrales Ziel ist es auch, ein Umfeld anzubieten, in dem sich eine hoch motivierte Mannschaft permanent weiterentwickeln kann. Die hohe Leistungsbereitschaft der Belegschaft zahlt sich aber auch unter monetären Aspekten aus: So wurde die ergebnisabhängige Erfolgsbeteiligung der Mitarbeiter bereits im Jahr 2005 neu gestaltet und ist damit noch attraktiver.

Nur mit dieser Hochleistungsmannschaft lassen sich die faszinierenden Automobile der Marke Audi entwickeln und herstellen, die den hohen Kundenanforderungen gerecht werden. Repräsentative Umfragen belegen, dass die Produkte selbst einer der wichtigsten Treiber für Image und Prestige einer Marke sind. Gerade in Zeiten stetig wachsenden Wettbewerbs bildet eine möglichst starke und begehrte Marke die Basis für anhaltenden Erfolg. Ziel bleibt deshalb auch in den kommenden Jahren, die Imageposition der Marke Audi weltweit nachhaltig zu stärken. Erfolgreich war der Audi Konzern dabei auch wieder im Jahr 2006. Den sportlichen Anspruch der Marke unterstreicht der historische Sieg des neuen R10 TDI beim 24-Stunden-Rennen in Le Mans, bei dem erstmals ein Rennwagen mit einem Dieselmotor die Gesamtwertung für sich entscheiden konnte. Mit dem A3, dem A6 und dem A8 belegte die Marke Audi jeweils die ersten Plätze in ihren Kategorien bei der Leserwahl

des bedeutenden deutschen Automagazins auto motor und sport. Bei der Wahl „Auto Trophy 2006“ der AUTO ZEITUNG konnte Audi für die Modelle A3, A6, A8 und R8 sogar vier der begehrten Preise erringen. Und auch in der internationalen Presse erhielten die Audi Fahrzeuge zahlreiche Auszeichnungen. In Großbritannien – einem der wichtigsten Exportmärkte des Audi Konzerns – wurde die Marke Audi sogar jüngst zur „Brand of the Year“ gekürt. Die hohe Qualität der Audi Fahrzeuge spiegelt sich unter anderem in dem ersten Platz in der J.D. Power Asia Pacific Studie wider.

Der Audi Konzern hat sich auf dem Weg zum erfolgreichsten Premiumhersteller darüber hinaus das Ziel gesetzt, bis 2015 mehr als 1,5 Mio. Audi Fahrzeuge an Kunden zu verkaufen. Dazu wird die bestehende Modellpalette um neue Produktfamilien und Derivate erweitert. Die Markteinführung des Audi Q7 und die Vorstellung des Supersportwagens R8 sind erste Botschaften dieser Produktoffensive. Zeitgleich fokussiert sich das Unternehmen gezielt auf neue Märkte: So werden Wachstumsmärkte wie beispielsweise Indien in einem frühen Stadium zielgerichtet aufgebaut. Die Marke mit den Vier Ringen ist bereits jetzt über die Importe von Fahrzeugen vertreten. Ab Herbst 2007 werden darüber hinaus auch Fahrzeuge aus lokaler Produktion erhältlich sein. Und auch in etablierte Wachstumsmärkte wie China wird kontinuierlich investiert, um die Marktführerschaft der Marke Audi im Premiumsegment weiter auszubauen.

Das Unternehmen setzt bei seiner Wachstumsstrategie in erster Linie auf ein qualitatives und nachhaltiges Wachstum. Neben der Erreichung ehrgeiziger Volumenziele steht damit vor allem die Verbesserung der Profitabilität im Mittelpunkt der Strategie. Möglich wird dies unter anderem durch die kontinuierliche Analyse und Verbesserung aller Unternehmensprozesse. Zur nachhaltigen Steigerung der Ertragskraft trägt in besonderem Maße der Modulare Längsbaukasten bei, der eine flexible und kosteneffiziente Umsetzung zukünftiger Fahrzeugprojekte gewährleistet. Neben einem effizienten Kostenmanagement setzt das Unternehmen auf ein konsequentes Investitionsmanagement, um die vorhandenen Finanzmittel optimal einzusetzen.

Unternehmensinternes Steuerungssystem

Als Instrument der internen Steuerung des Audi Konzerns dient die Kapitalrendite (Return on Investment – RoI), mittels der Investitionsprojekte unterschiedlicher Art und Größe hinsichtlich der Verzinsung des eingesetzten Kapitals bewertet werden können. Sie erlaubt somit die Beurteilung der Entwicklung der Ertragskraft eines Unternehmens und wird gemäß folgender Formel berechnet:

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

Dem operativen Ergebnis nach Steuern unterliegt, auf Basis der unterschiedlichen Steuersätze der Gesellschaften im Konzern, eine durchschnittliche Konzern-Steuerquote von 35 Prozent.

in Mio. EUR	2006	2005
Operatives Ergebnis vor Steuern	2.015	1.407
– Steuern (35 %)	705	492
= operatives Ergebnis nach Steuern	1.310	915
Durchschnittliche betriebliche Aktiva	11.575	11.608
– unverzinsliches Abzugskapital	2.321	2.150
= investiertes Vermögen	9.254	9.458
Kapitalrendite (in %)	14,2	9,7

Für das Geschäftsjahr 2006 erzielte der Audi Konzern eine Kapitalrendite von 14,2 Prozent. Damit hat Audi erstmalig die nachhaltig angestrebte Zielgröße von zehn Prozent deutlich übertroffen und befindet sich damit im Spitzenfeld der Automobilbranche.

Vergütungssystematik für Aufsichtsrat und Vorstand

Informationen zur Vergütungssystematik des Aufsichtsrats und des Vorstands finden Sie im Anhang des Konzernabschlusses unter dem Punkt „Angaben zu Aufsichtsrat und Vorstand“ auf den Seiten 203 bis 205.

Forschung und Entwicklung

Der Audi Konzern wird seinem Markenleitbild „Vorsprung durch Technik“ insbesondere durch die konsequente Entwicklung von Innovationen zur Serienreife gerecht.

Im Jahresdurchschnitt waren im Bereich Forschung und Entwicklung 5.946 (5.653) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tätig, davon 5.717 (5.419) bei der AUDI AG, 99 (93) bei der AUDI HUNGARIA MOTOR Kft. und 130 (141) bei der Automobili Lamborghini S.p.A.

Forschungs- und Entwicklungsaufwand

in Mio. EUR	2006	2005
Forschungskosten und nicht aktivierte Entwicklungskosten	1.077	999
Abschreibungen und Abgänge aktivierter Entwicklungskosten	905	586
Forschungs- und Entwicklungsaufwand gesamt	1.982	1.585

Technische Innovationen

Motoren für die Zukunft: 1.8 TFSI und 2.8 FSI

Der neue 1.8 TFSI Motor leistet 118 kW (160 PS) und liefert bis zu 250 Newtonmeter Drehmoment. Er bildet die Basis einer komplett neuen verbrauchsoptimierten Motorenfamilie. Der Motor ist für den weltweiten Einsatz und insbesondere auf die Erfüllung aller schon heute bekannten Abgasgrenzwerte ausgelegt.

Das 2,8-Liter-FSI-Aggregat leistet 154 kW (210 PS) und 280 Newtonmeter Drehmoment. Neben der FSI-Benzindirekteinspritzung präsentiert dieser V6-Motor erstmals das innovative Audi valvelift system, welches mit intelligenter Betätigung direkt über die Nockenwellen den Benzinverbrauch um bis zu zehn Prozent senkt, das Drehmoment im unteren Bereich erhöht und dadurch gleichzeitig den Fahrspaß deutlich steigert.

V8-FSI-Mittelmotor im Audi R8

Die Evolution der FSI-Benzindirekteinspritzung hat mit dem V8-FSI-Mittelmotor einen neuen Höhepunkt erreicht. Der Hochdrehzahlmotor des Audi R8 entfaltet bei 4,2 Litern Hubraum 309 kW (420 PS), ein Drehmoment von 430 Newtonmetern und beschleunigt den Supersportwagen von 0 auf 100 km/h in 4,6 Sekunden.

LED-Scheinwerfer für den Audi R8

Beim Audi R8 ist erstmals in einem Serienautomobil der Hauptscheinwerfer mit allen Funktionen (Abblendlicht, Fernlicht, Tagfahrlicht, Blinker) in Zukunft auch optional in LED-Technologie bestellbar. Gegenüber konventionellen Scheinwerfern ist nicht nur die deutlich längere Lebensdauer ein klarer Vorteil, sondern vor allem auch die größere Flexibilität beim Fahrzeugdesign.

Vollaluminium-Karosserie des Audi R8

Eine Rahmenstruktur in Audi Space Frame Bauweise bildet die tragende Basis der Vollaluminium-Karosserie. Sie liefert mit ihrer perfekten Synthese von geringem Gewicht und extrem hoher Steifigkeit die Grundlage für eine bessere Fahrdynamik bei gleichzeitig hervorragendem Crashverhalten. Die gesamte Karosserie wiegt nur 272 Kilogramm – und damit rund 20 Prozent weniger als bei herkömmlicher Bauweise.

Weltsensation V12 TDI im Audi Q7

Der weltstärkste Pkw-Dieselmotor wurde im Audi Q7 vorgestellt und wird demnächst in Serie angeboten. Der 12-Zylinder-Diesel bietet in der vom Le-Mans-Sieger R10 abgeleiteten Straßenversion 368 kW (500 PS), 1.000 Newtonmeter Drehmoment und eine Beschleunigung von 0 auf 100 km/h in nur 5,5 Sekunden. Der Durchschnittsverbrauch über den Gesamtzyklus liegt bei 11,9 Litern.

Audi TDI mit „Bluetec“

Im Rahmen einer Kooperation mit Volkswagen und DaimlerChrysler mit dem Zweck, die leistungsstarken und zugleich sparsamen Dieselfahrzeuge in den USA populärer zu machen, führt Audi im Jahr 2008 die Bluetec®-Technologie in den amerikanischen Markt ein. Damit werden auch den Verbrauchern in den USA die Vorteile moderner Dieselmotoren aufgezeigt. Bei diesem von Audi verfolgten innovativen System der Abgasnachbehandlung wird eine wässrige Kohlendioxidlösung in die Abgasanlage in niedrigen Dosen eingespritzt und so die Emission schädlicher Stickoxide weitgehend reduziert. Damit erfüllen die Dieselmotoren die strengen US-Abgasnormen in allen amerikanischen Bundesstaaten. Der Audi Q7 V6 TDI wird als erstes Modell diese fortschrittliche Technologie erhalten.

Audi Photomischdetektoren

Mit der konsequenten Weiterentwicklung der Photomischdetektoren-Technologie (PMD) leistet die Audi Electronics Venture GmbH, eine 100-prozentige Tochter der AUDI AG, in Kooperation mit PMDTechnologies und Harman/Becker einen bedeutenden Beitrag zur Erhöhung der Sicherheit im Straßenverkehr. Die noch junge Technologie erlaubt es einem Fahrzeug „räumlich zu sehen“ und so Gefahren wie plötzlich auftretenden Hindernissen oder ungewolltem Spurwechsel aktiv und zeitnah entgegenzuwirken. Sie ist nahezu unempfindlich gegen Sonneneinstrahlung und arbeitet auch bei Dunkelheit. Erreicht wird dies durch eine Lichtquelle, die unsichtbares Infrarotlicht vor das Fahrzeug aussendet. Das von Objekten vor dem Fahrzeug reflektierte Licht wird dann von einem PMD-Sensor erfasst und zu einem dreidimensionalen Bild umgerechnet. Aufgrund der hohen Geschwindigkeit des Lichtes erfolgt dies auf 6,6 billionstel Sekunden genau. In naher Zukunft könnten Photomischdetektoren auch für den Insassenschutz sowie intelligente Bedienungssysteme in Fahrzeugen eingesetzt werden.

Innovationen für mehr Sicherheit

Neue Generation der adaptive cruise control (ACC) im Audi Q7

ACC ist eine Erweiterung der Geschwindigkeitsregelanlage und sorgt, innerhalb bestimmter Systemgrenzen, mittels eines Radarsensors auch für die Einhaltung eines zuvor eingestellten Abstands zum vorausfahrenden Fahrzeug. Als einer der ersten Anbieter hat Audi eine neue Generation im Audi Q7 eingeführt, die das Premium-SUV hinter einem vorausfahrenden Fahrzeug bis zum Stillstand verzögern kann und damit erstmals auch den Geschwindigkeitsbereich unterhalb von 30 km/h abdeckt.

Die Bremsfunktion – und auch das ist eine Premiere im Audi Q7 – übernimmt ein aktiver Bremskraftverstärker. Er sorgt für Verzögerungen von bis zu 4 m/s^2 . Der Fahrer erhält damit eine komfortable Unterstützung vor allem im zähfließenden Verkehr beziehungsweise in Stausituationen. Nach dem Stopp kann der Fahrer das System einfach über den Bedienehebel wieder freigeben, sodass das Fahrzeug wieder beschleunigt und weiter dem Verkehr folgt.

Innovativer Beifahrer – der braking guard im Audi Q7

Auf großes Interesse stieß bei der Pressevorstellung des Audi Q7 die Weltneuheit braking guard, die in Kombination mit der adaptive cruise control (ACC) angeboten wird. Dabei überwacht der Radarsensor permanent – unabhängig davon, ob ACC aktiv genutzt wird – die Fahrspur vor dem Audi Q7. Wird ein abrupt bremsendes oder ein deutlich langsames Fahrzeug vor dem Audi Q7 erkannt, so warnt der braking guard den Fahrer zunächst durch ein optisch-akustisches Signal. Reagiert der Fahrer nicht, wird in der zweiten Stufe ein kurzer Bremsruck ausgelöst. In Probandenstudien erwies sich der Bremsruck als geeignetes Medium, auch einen unaufmerksamen Fahrer mit möglichst geringen Reaktionszeitverlusten zu warnen, um gleichzeitig eine durch den Bremsassistenten unterstützte Vollbremsung einzuleiten. Die Vollbremsung wird jedoch aus Sicherheitsgründen nicht vom System selbst ausgelöst.

Arbeitnehmerbelange

Belegschaft

	2006	2005
Audi Konzern im Jahresdurchschnitt	52.297	52.412
davon:		
AUDI AG	44.701	44.902
Werk Ingolstadt	31.276	31.236
Werk Neckarsulm	13.425	13.666
AUDI HUNGARIA MOTOR Kft.	5.204	5.046
Lamborghini-Gruppe*	720	725
AUTOGERMA S.p.A.	873	836

* ohne AUTOGERMA S.p.A.

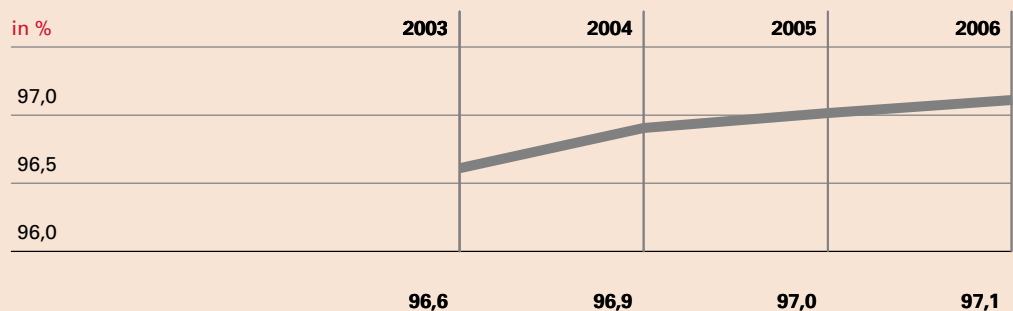
Im Audi Konzern waren 2006 durchschnittlich 52.297 (52.412) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt.

Die Belegschaft der AUDI AG lag mit 44.701 (44.902) Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auf dem Niveau des Vorjahres. Bei der AUDI HUNGARIA MOTOR Kft. erhöhte sich die Mitarbeiterzahl vor allem durch den Aufbau des Werkzeugbaus sowie den Anlauf der TT Fertigung auf 5.204 (5.046). Die Zahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Lamborghini-Gruppe (ohne AUTOGERMA S.p.A.) lag auf Vorjahresniveau. Die Belegschaft bei der

AUTOGERMA S.p.A. stieg vor allem wegen des Personalaufbaus in den Bereichen Vertrieb, Marketing und Service um 4,4 Prozent.

Der Anteil schwerbehinderter Menschen an der Gesamtbelegschaft der AUDI AG lag zum Jahresende bei 5,2 (5,1) Prozent. Zusätzlich vergibt Audi Aufträge an Lebenshilfe-Werkstätten in den Regionen Ingolstadt und Neckarsulm. Die Mitarbeiter der Lebenshilfe-Einrichtungen montieren unter anderem Stoßdämpfer und Schalthebelverkleidungen für die AUDI AG.

Gesundheitsstand



Für das Gesamtjahr 2006 konnte die AUDI AG den Gesundheitsstand auf 97,1 Prozent steigern. Dieses Ergebnis wurde durch die kontinuierliche Optimierung der Arbeitsorganisation und zahlreiche Initiativen bei der Gesundheitsprävention möglich.

Strategieziel: Audi als attraktivster Arbeitgeber

Eine der Säulen der langfristigen Unternehmensstrategie ist eine Spitzenposition bei der Attraktivität als Arbeitgeber. Das erklärte Ziel lautet: die Besten gewinnen und halten. Interne Studien zeigen, wie hoch die Bindung der Mitarbeiter an Marke und Unternehmen ist. Ein wichtiges Instrument der Personalarbeit ist das Stimmungsbarometer, eine unternehmensweit angebotene Online-Umfrage im Firmennetzwerk. Die Antworten auf zehn Fragen zum persönlichen Empfinden der Arbeitsumgebung werden für jede Organisationseinheit aufbereitet. Engpässen oder Problemen in einer Abteilung können Führungskräfte und Personalreferate auf diese Weise schnell und wirkungsvoll begegnen. Im Jahr 2006 beteiligten sich rund 80 Prozent der Belegschaft am Audi Stimmungsbarometer.

Zur internen Attraktivität als Arbeitgeber zählen die Sicherheit des Arbeitsplatzes, leistungsgerechtes Entgelt, ein gutes Betriebsklima, ein interessantes Standortumfeld, Produkt- und Unternehmensimage, eine interessante Tätigkeit – und natürlich transparente Entwicklungsmöglichkeiten für die Mitarbeiter. Im Jahr 2006 begann bei Audi deswegen ein groß angelegtes Pilotprojekt zur Personalentwicklung für Tarifmitarbeiter: Zentrale Inhalte sind mittel- und langfristige Entwicklungsperspektiven und Qualifizierungsmöglichkeiten für die Beschäftigten.

Auch in der externen Betrachtung der Arbeitgeberattraktivität hat sich das Unternehmen einen festen Platz unter den Besten in der deutschen Industrie erarbeitet. Für Studierende von Ingenieurwissenschaften und Betriebswirtschaft gehört Audi zu den beliebtesten Arbeitgebern in Deutschland.

Neues Entgeltsystem: leistungsgerechte Bezahlung

Das Jahr 2006 stand im Zeichen der intensiven Vorbereitung auf ein völlig neues Entgeltsystem für die Tarifmitarbeiter der deutschen Standorte. In der Betriebsvereinbarung „Zukunft Audi – Leistung, Erfolg, Beteiligung“ hatten die Tarifparteien vor zwei Jahren beschlossen, 2007 den Entgeltrahmentarifvertrag (ERA) umzusetzen – zusammen mit einer Beschäfti-

gungsgarantie und weiteren Attraktivitätsfaktoren wie der besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

Zentrale Inhalte des ERA-Projekts sind die Neubewertung sämtlicher Tätigkeiten im Unternehmen, die Betonung der Leistungskomponente im Entgelt und der Wegfall der traditionellen Unterscheidung zwischen Arbeitern und Angestellten. Das bringt für viele Beschäftigte bessere Entwicklungsmöglichkeiten mit sich. Anfang 2007 werden die rund 45.000 Audi Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an den beiden deutschen Standorten den tariflichen Entgeltgruppen zugeordnet. ERA bringt für die Beschäftigten auch mehr Transparenz mit sich: Das Entgelt ist in eine Grund-, Leistungs- und – für bestimmte Tätigkeiten in der Produktion – eine Belastungskomponente aufgegliedert. Außerdem gibt es oberhalb des Flächentarifniveaus eine sogenannte Audi Komponente für alle Mitarbeiter.

Internationalisierung

Etwa zwei von drei Audi Neuwagen werden außerhalb Deutschlands abgesetzt – mit steigender Tendenz. Wer auf Kunden im Ausland eingehen will, muss Land und Leute kennen. Der internationale Personaleinsatz ist deswegen bei Audi in den vergangenen Jahren stark angewachsen. Waren 1996 noch knapp 100 Mitarbeiter in ausländischen Standorten im Einsatz, betrug die Zahl im Jahr 2006 schon über 500. Schwerpunkte der Entsendungen sind Ungarn, USA, China, Spanien und Italien. Audi Mitarbeiter sind aber auch in anderen aufstrebenden Märkten wie Dubai oder Südkorea eingesetzt. Im laufenden Jahr kommt auch der noch junge Premiummarkt Indien dazu.

Auslandsaufenthalte sind für viele Audi Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein wichtiges Element der beruflichen und persönlichen Weiterbildung. Für das Unternehmen sind die im Ausland arbeitenden Beschäftigten Botschafter der Marke. Zugleich bringen sie internationale Kompetenzen sowie kulturelle und marktspezifische Erkenntnisse mit, die helfen, auf die Bedürfnisse der Exportmärkte noch besser einzugehen.

Ausbildung bei Audi

Die AUDI AG beschäftigte zum Jahresende 2006 insgesamt 2.231 (2.236) Auszubildende. Davon waren 2.053 (2.061) im gewerblichen und 178 (175) im technisch-kaufmännischen Bereich tätig. Im September 2006 starteten 694 Jugendliche ihre Ausbildung an den deutschen Standorten – in insgesamt 20 verschiedenen Berufen. Neu ist die Ausbildung zum „technischen Produktdesigner“, einem Beruf, der die virtuellen Grundlagen liefert, um die Wünsche von Design, Technik und Werkstatt in Einklang zu bringen.

Audi hat für den Übergang von der Ausbildung in die berufliche Praxis ein eigenes Programm entwickelt, die sogenannte Personaldrehscheibe. Einerseits, um den fachlichen und persönlichen Horizont der jungen Audi Mitarbeiter zu erweitern, andererseits, um auf den unterschiedlichen Arbeitskräftebedarf der Standorte flexibel reagieren zu können. Bis zu 24 Monate können die Mitarbeiter ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten an anderen Standorten des Konzerns oder bei externen Unternehmen, beispielsweise Lieferanten, erweitern. Außerdem wird in der zweijährigen Drehscheibenzeit eine zusätzliche arbeitsplatz- und unternehmensprozessbezogene Qualifizierung durchgeführt.

Wie in der Vergangenheit bietet Audi jungen Menschen, die ihre Ausbildung im Unternehmen abgeschlossen haben, eine attraktive und sichere Beschäftigung an. Das Drehscheibenkonzept fördert dabei Kompetenzentwicklung, Mobilität und Flexibilität der jungen Erwachsenen. Im Jahr 2006 waren rund 850 Audi Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Personaldrehscheibe.

Audi in der Gesellschaft

Wissenschaftskooperationen

Im Jahr 2003 hat Audi begonnen, die Zusammenarbeit mit Hochschulen auf eine neue Basis zu stellen: Den Anfang machte das Kooperationsprojekt INI.TUM mit der Technischen Universität München, in das auch die Stadt Ingolstadt eingebunden ist. Ziel der Kooperation ist der Wissenstransfer zwischen Grundlagenforschung und industrieller Anwendung. In einem paritätisch besetzten Steuerkreis werden Promotionsprojekte festgelegt, die in engem Zusammenhang mit dem aktuellen Forschungs- und Entwicklungsbedarf des Audi Konzerns als innovativem Automobilhersteller stehen. Der Vorteil für die Beteiligten: Die Studierenden erhalten Einblick in die Entwicklungs- und Produktionswelt der Industrie, die Hochschulen erhalten Drittmittel für die Forschung und Audi erhält im Gegenzug Lösungsvorschläge für aktuelle Fragen in den Bereichen Produktionstechnologie, Maschinenbau oder Informatik. Essenzieller Teil der Hochschulkooperationen ist der enge Kontakt zwischen den Forschenden und den Audi Standorten: So ist nicht nur der Bezug zur Praxis im Unternehmen gesichert, sondern auch das gegenseitige Kennenlernen.

Nach dem erfolgreichen Beispiel von INI.TUM hat Audi weitere Kooperationen geschlossen: unter dem Titel „Institut für Angewandte Forschung“ mit der Fachhochschule Ingolstadt sowie im Rahmen der Hochschul-Institute Neckarsulm (HIN) mit den Universitäten Stuttgart und Karlsruhe. Im Herbst 2006 folgten Verträge mit der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg (INI.FAU) und mit der Technischen und Wirtschaftswissenschaftlichen Universität Budapest (Audi Hungaria Institut AHI).

Zwei der mit Audi verbundenen Universitäten gehören zum Exzellenzcluster des Bundesministeriums für Bildung und Forschung: die Universität Karlsruhe und die Technische Universität München. Die Erlanger Friedrich-Alexander-Universität erhielt im Rahmen der Exzellenzinitiative die Auszeichnung „Graduiertenschule zur Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses“.

Zum Ende des vergangenen Jahres unterhielt Audi allein innerhalb der deutschen Hochschulkooperationen 54 Promotionsprojekte, sieben Projekte mit der Fachhochschule Ingolstadt und weitere sieben in Ungarn. Zusätzlich hat das Unternehmen rund 30 Promotionsprojekte intern besetzt.

Standortkooperationen

Jenseits der Wissenschaftsprojekte verbindet Audi eine intensive Kooperation in den Bereichen Tourismus und Verkehrsmanagement mit der Stadt Ingolstadt. So verfolgt zum Beispiel das Projekt „Travolution“ das Ziel, mithilfe komplexer Rechenverfahren in Ampelanlagen und Fahrzeugen eine effiziente und dynamische Verkehrssteuerung zu entwickeln.

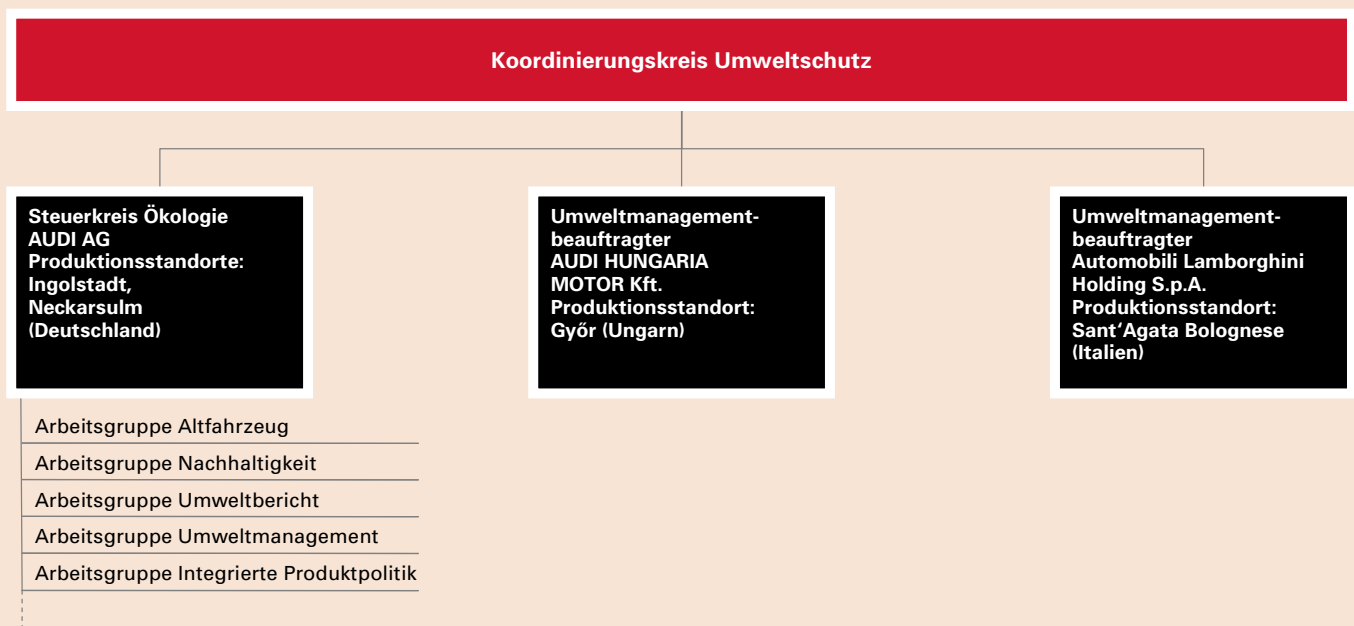
Seit Anfang 2006 ist ein Internetportal (www.living-ingolstadt.de) aktiv, das in Zusammenarbeit von Audi, der Ingolstadt Tourismus und Kongress GmbH und weiteren Partnern entwickelt wurde. Audi legt großen Wert auf die touristische Erschließung Ingolstadts. Allein im Jahr 2006 wurden rund 40.000 Neuwagen von externen Kunden im Audi Forum Ingolstadt abgeholt – bei durchschnittlich 2,5 Personen pro Fahrzeug entspricht das rund 100.000 Menschen, die Ingolstadt im Zeichen der Vier Ringe besuchten.

Umweltaspekte

Umweltmanagement

Nachhaltiges Wirtschaften ist ein integraler Bestandteil der Audi Konzernstrategie, die auf die Verknüpfung von Umweltschutz und Innovationen setzt. Der Audi Konzern trägt mit seinen wegweisenden technischen Innovationen zu großen Fortschritten im Umweltschutz bei und führt das Markenzeichen der Europäischen Union für hervorragenden Umweltschutz. So können sich die Kunden darauf verlassen, dass bereits bei der Herstellung ihres Fahrzeugs neben den Aspekten Langlebigkeit, Qualität und Sicherheit auch auf beste Umweltverträglichkeit geachtet wurde.

Umweltschutzorganisation des Audi Konzerns



Sowohl in Deutschland als auch im Ausland zählt der Audi Konzern zu den Vorreitern des standortbezogenen Umweltschutzes.

So führt die AUDI AG beispielsweise in der Fertigung am Standort Ingolstadt bis zu 95 Prozent des Gesamtwasserbedarfs im Kreislauf und sichert über Analysen ab, dass die vorgegebenen Grenzwerte des Abwassers eingehalten werden. Weiterhin wurde im März 2006 eine moderne, hocheffiziente Emulsionsverdampfungsanlage zur physikalischen Behandlung der am Standort anfallenden Emulsionen und Waschwässer in Betrieb genommen. Auf diese Weise reduzierte sich unter anderem der anfallende Transportaufwand für die Entsorgung um rund 70 Prozent.

Am Standort Neckarsulm erfolgte die Inbetriebnahme einer neuen Abwasserbehandlungsanlage, in der Prozessabwässer gereinigt werden. Durch diese Investition in Höhe von 3,7 Mio. EUR erhöhte sich die Reinigungsleistung der zentralen Industrieabwasserbehandlung deutlich. Ein weiteres Beispiel ist die Energieeinsparung bei Motorprüfständen am Standort Neckarsulm. Im neuen Motorprüfstandszentrum wird die elektrische Energie, die während der Tests der Verbrennungsmotoren durch die eingesetzten Elektromaschinen erzeugt wird, vollständig zur Deckung des Energiebedarfs der technischen Anlagen des Gebäudes genutzt. Auf diese Weise findet eine effiziente Energierückgewinnung statt.

Auch bei der AUDI HUNGARIA MOTOR Kft. in Győr (Ungarn) werden mittels eines komplexen Recyclingmanagements Abfälle vermieden. Das Recyclingmanagement beinhaltet unter anderem eine lückenlose Kontrolle der anfallenden Reststoffe bis zur Wiederverwertung und die Anlieferung von Bauteilen in Mehrwegverpackungen. Um die Entwicklung und

die Überprüfung der Motoren umweltfreundlich zu gestalten, kommen überwiegend emissionsfreie Kalttests zum Einsatz. Dank der Wärmerückgewinnung dient die Abluft aus den Produktionshallen als zusätzliche Energiequelle.

Bei der Automobili Lamborghini S.p.A., dem italienischen Hersteller leistungsstarker Sportwagen, werden ebenfalls Technik und Ökologie nachhaltig in Einklang gebracht. Die Automobili Lamborghini S.p.A. hält als Kleinserienmanufaktur die gleichen hohen Sicherheits- und Emissionsstandards wie Großserienhersteller ein.

Emissionshandel

Klimawandel und Energieeffizienz sind die zentralen Umweltthemen unserer Zeit. Die Europäische Union hat deshalb eine Vorreiterrolle in Sachen Klimaschutz eingenommen und führte am 1. Januar 2005 einen Handel mit CO₂-Emissionsrechten ein. Die Audi Werke Ingolstadt und Neckarsulm nehmen an diesem Emissionshandelssystem teil.

Durch Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz und durch eine gezielte Reduzierung des Energieverbrauchs weisen beide Werke in der ersten Handelsperiode (2005 bis 2007) ein insgesamt positives Verhältnis zwischen den zugeteilten Emissionsberechtigungen und den zu erwartenden CO₂-Emissionen auf. Ein Überschuss an Emissionsberechtigungen aus den ersten beiden Berichtsjahren wurde im Jahr 2006 verkauft.

Umweltpakt Bayern III

Die AUDI AG beteiligt sich an der dritten Auflage des Umweltpaktes Bayern, der die Steigerung der Innovationsfähigkeit und ein umweltverträgliches Wirtschaftswachstum zum Schwerpunkt hat. Durch die Mitarbeit in den Arbeitsforen des Umweltpaktes Bayern leistet die AUDI AG einen Beitrag zur Schaffung von Anreizen für ein umweltverträgliches Wirtschaftswachstum und trägt damit zum Gelingen der Vereinbarung bei. Der Standort Ingolstadt engagiert sich unter anderem in verschiedenen Projekten zur Integrierten Produktpolitik (IPP).

Nach dem Prinzip IPP werden bei der AUDI AG sämtliche Phasen des Produktlebenszyklus – von der Rohstoffgewinnung bis hin zur Entsorgung – in eine ganzheitliche Betrachtung einbezogen. Durch IPP bindet die AUDI AG zudem die Zulieferer konsequent in den nachhaltigen Produktionsprozess ein.

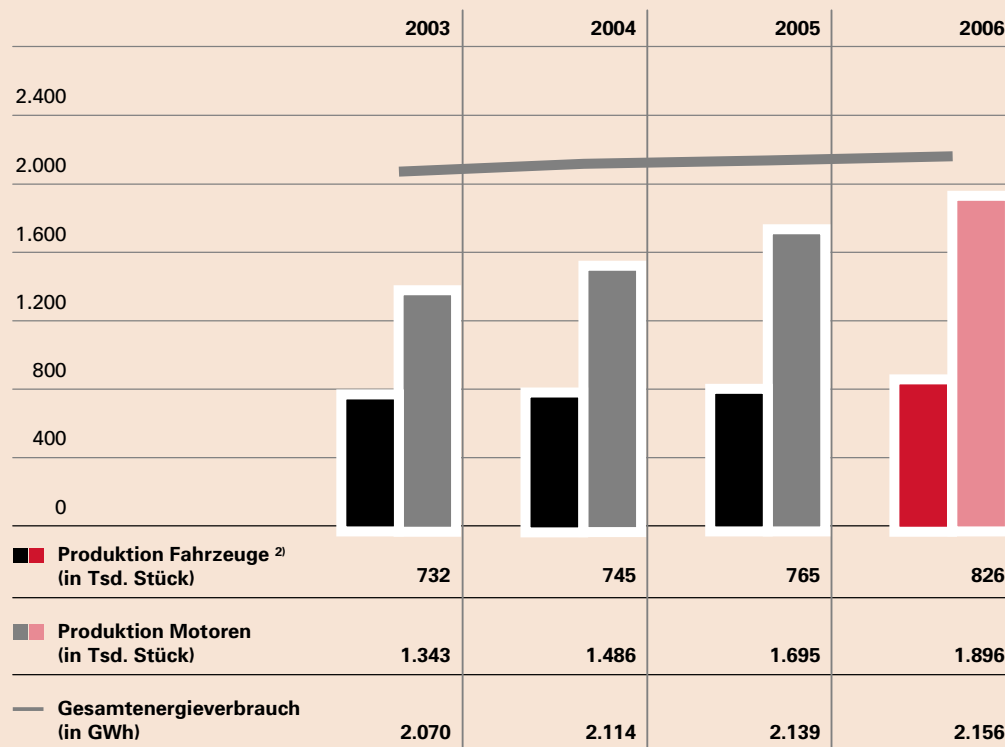
Rückgang der Umweltbelastungen an den Standorten des Konzerns

Der Gesamtenergieverbrauch im Audi Konzern konnte auch vor dem Hintergrund der erfreulichen Steigerung der Produktion auf einem stabilen Niveau gehalten werden.

Eine besondere Umweltrelevanz im Produktionsprozess hat die Lackierung von Fahrzeugen. Im Jahr 2006 erfolgte deshalb eine weitere Automatisierung der Lackiererei am Standort Ingolstadt. Durch die damit verbundene Optimierung des Lackauftrags auf die Karosserie konnte der Lackverbrauch pro Fahrzeug um etwa zehn Prozent gesenkt und somit auch die Emissionen von Lösungsmitteln weiterhin reduziert werden.

Ausführliche Erläuterungen zum Thema Umwelt finden sich im Internet, im Audi Umweltbericht auf www.audi.de/umwelt sowie in den Umwelterklärungen und im Konzernportal auf www.volkswagen-nachhaltigkeit.de.

Entwicklung Gesamtenergieverbrauch, Fahrzeug- und Motorenproduktion im Audi Konzern ¹⁾



1) Standorte Ingolstadt, Neckarsulm, Győr und Sant'Agata Bolognese

2) ohne Audi A4 Cabriolet, RS 4 Cabriolet, Audi Q7 sowie Teilumfänge der A3 Produktion

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Weltwirtschaftliche Lage

Die Weltwirtschaft setzte 2006 ihren dynamischen Wachstumskurs fort. Der Aufschwung stand dabei auf einem breiten Fundament, da neben den weiterhin expandierenden Volkswirtschaften Asiens und den USA auch die Länder Westeuropas einen kräftigen Anstieg des Wirtschaftswachstums verzeichneten. Gebremst wurde der globale Aufschwung durch das zunehmende Zinsniveau und die anhaltend hohen Rohstoffpreise. Allerdings wirkte der im Jahresverlauf weiter gestiegene Ölpreis weniger stark dämpfend als in den vergangenen Perioden.

Die Konjunktur in den USA kühlte sich nach einem sehr schwungvollen Beginn im Jahresverlauf etwas ab. Höhere Zinsen, steigende Benzinpreise und die starke Abschwächung im Immobiliensektor belasteten die Privatchfrage. Mit einem Gesamtjahreswachstum von 3,4 (3,2) Prozent übertraf die Wirtschaftsleistung dennoch das Vorjahresniveau.

In Westeuropa war die wirtschaftliche Entwicklung im Vergleich zur Dynamik des Vorjahres kräftig. So belief sich das Wachstum im Euroraum auf 2,6 (1,4) Prozent und in Großbritannien auf 2,7 (1,9) Prozent. Ursächlich für diese positive Entwicklung in den Ländern Westeuropas war neben den gestiegenen Ausfuhren die verstärkte Binnennachfrage, zu der in hohem Maße die Unternehmensinvestitionen beitrugen. Hinzu kam ein leichter Zuwachs der Konsumausgaben, die von der verbesserten Arbeitsmarktsituation profitierten. In Zentral- und Osteuropa setzte sich die starke konjunkturelle Aufwärtsbewegung fort.

Die deutsche Wirtschaft erreichte 2006 mit 2,5 (0,9) Prozent die höchste Wachstumsrate der letzten sechs Jahre. Wesentlicher Einflussfaktor war neben dem Export die erhöhte Inlandsnachfrage nach Investitionsgütern. Dagegen nahm der private Konsum nur moderat zu. Der verbesserten Lage am Arbeitsmarkt stand dabei der verstärkte Preisauftrieb vor al-

lem bei den Energiekosten gegenüber, der zu Einbußen bei den Realeinkommen der Privathaushalte führte.

In den Ländern Lateinamerikas war die wirtschaftliche Expansion robust. Wachstumstreiber war in den meisten Ländern vor allem die Binnennachfrage. Als Rohstoffexporteur profitierte die Region zudem vom kräftigen Anstieg der Rohstoff- und Energiepreise auf den Weltmärkten.

Die konjunkturelle Dynamik in der Region Asien-Pazifik war weiterhin hoch. Während sich in einigen Schwellenländern das Wachstumstempo zur Jahresmitte etwas verlangsamte, entwickelte sich die chinesische Wirtschaft weiter mit hohem Tempo und nahm um 10,7 (10,4) Prozent zu. In Japan setzte sich der gemäßigte Aufschwung fort, allerdings ließ die Dynamik im Verlauf des Jahres etwas nach. Die Wachstumsrate des Bruttoinlandsprodukts lag mit 2,1 (1,9) Prozent leicht über Vorjahresniveau.

Internationale Automobilkonjunktur

Die weltweite Automobilnachfrage übertraf trotz der 2006 deutlich gestiegenen Kraftstoffpreise mit 54,6 Mio. Pkw das Vorjahr um 2,8 Prozent und erreichte damit einen neuen Rekordwert. Wachstumstreiber waren vor allem die Automobilmärkte in China und Indien sowie in Russland und Brasilien. Dagegen hatte die Pkw-Nachfrage in Westeuropa, Japan und den USA stagnierende bis rückläufige Tendenzen.

So befand sich der westeuropäische Automobilmarkt (ohne Deutschland) 2006 in einer Seitwärtsbewegung. Mit 11,2 Mio. Pkw lagen die Neuzulassungen um 0,2 Prozent unter dem Vorjahreswert. Dabei wiesen die großen Volumenmärkte teilweise deutliche Einbußen auf. So verringerte sich das Neuzulassungsvolumen in Großbritannien und Frankreich um 3,9 beziehungsweise 3,3 Prozent. Auch in Spanien war der langjährige Wachstumstrend gebrochen, die Pkw-Verkäufe gaben um 2,0 Prozent nach. Als stabilisierender Faktor erwies sich hingegen der italienische Automobilmarkt, der mit einem Plus von 4,0 Prozent deutlich zulegen konnte.

In den Ländern Zentral- und Osteuropas stiegen die Neuzulassungen um 19,8 Prozent auf 3,2 Mio. Fahrzeuge. Vor allem der russische Markt profitierte vom starken Wirtschaftswachstum und lag mit 1,7 Mio. Pkw-Neuzulassungen um 26,6 Prozent über dem Vorjahr.

Auf dem US-amerikanischen Automobilmarkt dämpften im Berichtsjahr die gestiegenen Kraftstoffpreise die Fahrzeugverkäufe. Das Marktgeschehen war weiterhin durch intensive Verkaufsförderungsmaßnahmen gekennzeichnet, die jedoch den Negativtrend nicht umkehren konnten. Dementsprechend verringerte sich der Automobilabsatz um 2,6 Prozent auf 16,6 Mio. Pkw.

In Südamerika verstärkte sich im Zuge der wirtschaftlichen Expansion die Aufwärtstendenz auf den Automobilmärkten. In Brasilien stieg der Pkw-Absatz um 13,6 Prozent auf knapp 1,6 Mio. Fahrzeuge an, während in Argentinien das Marktwachstum bei 16,1 Prozent lag.

Bedeutendster Wachstumstreiber für die weltweite Automobilkonjunktur war 2006 erneut die Region Asien-Pazifik. Insgesamt lag das Absatzvolumen bei 13,3 Mio. Pkw, was einem Zuwachs von 6,4 Prozent entspricht. Der indische Pkw-Markt überschritt mit gut 1,0 Mio. Fahrzeugen – ein Plus von 15,4 Prozent – erstmalig die Millionengrenze. In China setzte sich der Automobilboom fort. Das Gesamtmarktvolumen lag bei rund 4,2 Mio. verkauften Pkw, eine Steigerung um 26,1 Prozent gegenüber dem Vorjahreswert. Dagegen sanken in Japan die Pkw-Neuzulassungen um 2,2 Prozent auf 4,6 Mio. Fahrzeuge.

Automobilmarkt Deutschland

Der deutsche Automobilmarkt entwickelte sich im Jahresverlauf sehr uneinheitlich und wies große Schwankungen bei den monatlichen Neuzulassungen auf. Gegen Ende des Jahres machte sich die zum 1. Januar 2007 in Kraft getretene Mehrwertsteuererhöhung bemerkbar, die vor allem in den Monaten November und Dezember zu vorgezogenen Fahrzeugkäufen von Privatkunden und damit zu einem spürbaren Anziehen der Pkw-Nachfrage führte. Insgesamt wurden in Deutschland rund 3,5 Mio. Fahrzeuge neu zugelassen, was einer Steigerung um 3,8 Prozent entspricht.

Nach rückläufigen Verkäufen im Vorjahr konnten Dieselfahrzeuge 2006 in der Gunst der Käufer wieder zulegen. Der Dieselanteil an den Gesamtzulassungen erhöhte sich um 1,6 Prozentpunkte auf 44,3 Prozent. Einen maßgeblichen Anteil daran hatte das ausgeweitete Angebot von Modellen mit Dieselpartikelfiltern.

Die inländische Pkw-Fertigung war nicht zuletzt wegen der wachsenden Nachfrage aus dem Ausland weiter aufwärts gerichtet. Mit 5,4 Mio. Fahrzeugen produzierten die deutschen Hersteller 0,9 Prozent mehr Fahrzeuge als im Vorjahr. Die deutsche Pkw-Auslandsproduktion lag mit 4,7 Mio. Einheiten um 12,2 Prozent über dem Vorjahresniveau.

Beim Pkw-Export übertrafen die deutschen Hersteller erneut das Rekordergebnis des Vorjahres. Mit 3,9 Mio. Pkw wurden 2,6 Prozent mehr Fahrzeuge ausgeführt. Wichtigste Absatzregion waren die Länder Westeuropas, in die aufgrund der schwachen Marktentwicklung in den großen Märkten mit 2,4 Mio. Pkw 3,6 Prozent weniger Fahrzeuge geliefert wurden als im Vorjahr. Dank neuer Modelle entwickelten sich dagegen die Exporte in die USA wieder positiv. Rund 555 Tsd. Pkw aus deutscher Fertigung wurden in die Vereinigten Staaten geliefert, ein Zuwachs von 1,6 Prozent.

Gesamteinschätzung der Unternehmensleitung

In der Automobilbranche hat sich im Jahr 2006 die Wettbewerbsintensität weiter erhöht. So belasteten die steigenden Mobilitätskosten, die nicht zuletzt durch die höheren Kraftstoffpreise getrieben waren, die Fahrzeugverkäufe in zahlreichen Automobilmärkten. Gleichzeitig führten auf der Beschaffungsseite die gestiegenen Preise für Rohstoffe und Energie zu einem erhöhten Kostendruck.

Um die Wettbewerbsfähigkeit langfristig zu sichern und weiter zu stärken, setzt der Audi Konzern auf eine nachhaltige Verbesserung der eigenen Produktivität. Zur Realisierung kontinuierlicher Produktivitätsfortschritte konzentriert sich das Unternehmen dabei in erster Linie auf die Weiterentwicklung des bereits erfolgreich eingeführten Produkt-, Prozess- und Kostenmanagements.

Der Erfolg der getroffenen Maßnahmen kommt im abgelaufenen Geschäftsjahr erneut durch Rekordwerte bei Produktion, Auslieferungen und Umsatz zum Ausdruck. Der deutliche Anstieg der Ergebnisgrößen ist dabei ein eindrucksvoller Beleg des qualitativen Wachstums des Audi Konzerns und der Nachhaltigkeit der getroffenen Maßnahmen.

Geschäftsverlauf

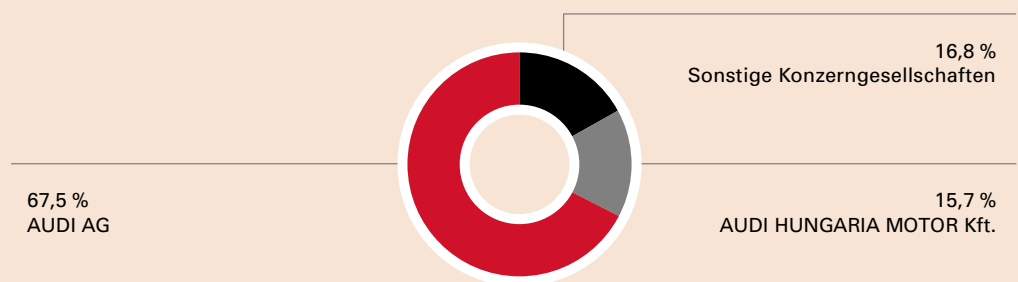
Beschaffung

Der Einkauf des Audi Konzerns ist permanent bestrebt, konsequent die weltweit leistungsfähigsten Lieferanten im Hinblick auf Qualität, Zuverlässigkeit, Innovation, Service, Preis und Gesamtwirtschaftlichkeit zu verpflichten.

Dies erfolgt in enger Kooperation mit der VW-Konzernbeschaffung, um gemeinsame Synergien optimal zu nutzen.

Der Materialaufwand des Audi Konzerns belief sich 2006 auf insgesamt 21.627 (19.139) Mio. EUR. Hierin enthalten sind alle Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie für bezogene Waren und Dienstleistungen.

Verteilung des konsolidierten Materialaufwands nach Konzerngesellschaften



Die Beschaffung stand im abgelaufenen Geschäftsjahr infolge der erheblichen Kostensteigerungen im Rohstoff- und Energiebereich vor großen Herausforderungen. Den finanziellen Auswirkungen auf das Gesamtergebnis konnte insbesondere durch die intensive Zusammenarbeit mit den Partnern der Zulieferindustrie weitestgehend entgegengewirkt werden. Gleichzeitig rückten die Materialdisposition und das Kapazitätsmanagement infolge des gestiegenen Produktionsvolumens im letzten Jahr in den Fokus.

Zur Realisierung der ehrgeizigen Wachstumsstrategie des Audi Konzerns wurden durch eine gezielte Lieferantenauswahl für das zukünftige Beschaffungsvolumen der neuen Projekte die Weichen entsprechend gestellt.

Der zunehmend engeren Verzahnung mit der Zulieferindustrie hat der Audi Konzern mit einem Lieferantentag für bestehende und neue Partner Rechnung getragen. Im Ergebnis konnte eine gemeinsame Basis für die Gestaltung der zukünftigen Projekte vor dem Hintergrund der bevorstehenden Herausforderungen des Beschaffungsmarktes geschaffen werden. Diese baut auf einer intensiven Zusammenarbeit mit den Partnern der Zulieferindustrie in der Frühphase der Produktentwicklung auf. Unterstützt wird diese Entwicklung durch den weitergehenden Ausbau der B2B-Lieferantenplattform im letzten Jahr, welche die Kommunikation zwischen der AUDI AG und ihren Zulieferern entscheidend verbessert.

Produktion

Fahrzeugproduktion nach Modellen

	2006	2005
Audi A2	–	10.026
Audi A3	69.813	70.395
Audi A3 Sportback	159.581	150.091
Audi TT Coupé	21.461	8.368
Audi TT Roadster	2.214	3.939
Audi A4 Limousine	165.139	157.310
Audi A4 Avant	142.027	155.620
Audi A4 Cabriolet	27.735	22.076
Audi RS 4 Limousine	4.384	544
Audi RS 4 Avant	2.666	12
Audi RS 4 Cabriolet	589	13
Audi A5 Coupé	487	10
Audi A6 Limousine	150.901	131.344
Audi A6 Avant	70.430	73.334
Audi A6 allroad quattro	11.838	4.295
Audi Q7	72.188	1.194
Audi A8	22.468	21.509
Audi R8	164	6
Gesamt Marke Audi	924.085	810.086
Lamborghini Gallardo	1.651	972
Lamborghini Murciélago	444	464
Gesamt Marke Lamborghini	2.095	1.436
Gesamt Konzern	926.180	811.522

Der Audi Konzern steigerte im Jahr 2006 die Produktion auf 926.180 (811.522) Fahrzeuge. Dies entspricht einer Erhöhung um 14,1 Prozent und markiert einen neuen Produktionsrekord in der Unternehmensgeschichte. Von der Gesamtproduktion wurden 924.085 (810.086) Audi Fahrzeuge und 2.095 (1.436) Sportwagen der Marke Lamborghini hergestellt.

Die hohe Nachfrage nach dem A3 Sportback führte zu einer Produktionssteigerung um 6,3 Prozent auf 159.581 (150.091) Einheiten.

Im September 2006 wurde das neue Audi TT Coupé in den Markt eingeführt. Für das im Verbund der Standorte Ingolstadt und Győr (Ungarn) produzierte Modell stehen ein Vierzylinder-Benzinmotor mit der innovativen TFSI-Technologie sowie ein V6-Benzinmotor mit serienmäßigem quattro Antrieb zur Verfügung. Bis Ende Dezember wurden bereits 21.461 (8.368) TT Coupé hergestellt. Dem TT Coupé folgte zum Ende des Jahres der Produktionsstart des neuen TT Roadster.

Vom Audi A4 (Limousine und Avant) wurden im letzten Jahr aufgrund der anhaltend guten Nachfrage 307.166 (312.930) Fahrzeuge gefertigt. Das erste volle Produktionsjahr des neuen Audi A4 Cabriolet führte zu einem Anstieg um 25,6 Prozent auf 27.735 (22.076) Einheiten. Von der RS 4 Modellfamilie (Limousine, Avant und Cabriolet) liefen im Geschäftsjahr 2006 insgesamt 7.639 (569) Fahrzeuge vom Band.

Im Zuge der Vorbereitung des Serienstarts des neuen Audi A5 wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr bereits 487 (10) Coupé produziert.

Der Standort Neckarsulm stellte im vergangenen Jahr 233.169 (208.973) Fahrzeuge der A6 Baureihe her. Neben der Limousine und dem Avant sind seit 2006 auch der A6 allroad quattro sowie der S6 für Kunden erhältlich.

Im ersten vollen Produktionsjahr übertraf das Premium-SUV Audi Q7 alle Erwartungen. Bis zum Jahresende liefen insgesamt 72.188 (1.194) Fahrzeuge vom Band. Die Tagesproduktionskapazität wurde aufgrund der hohen Nachfrage bereits kurz nach der Markteinführung von 200 auf 300 Einheiten erhöht.

Im Werk Neckarsulm wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr 22.468 (21.509) Luxuslimousinen der Baureihe Audi A8 gefertigt. Damit konnte die hohe Zahl des Vorjahres um 4,5 Prozent übertroffen werden. Mitte des Jahres wurde zusätzlich der Audi S8, als besonders sportliche Variante, in den Markt eingeführt, was zu zusätzlichen Nachfrageimpulsen geführt hat.

Motorenproduktion

	2006	2005
Audi Konzern	1.895.695	1.695.045
davon AUDI HUNGARIA MOTOR Kft.	1.893.600	1.693.609
davon Automobili Lamborghini S.p.A.	2.095	1.436

Im abgelaufenen Geschäftsjahr erhöhte der Audi Konzern die Motorenproduktion auf insgesamt 1.895.695 (1.695.045) Einheiten und erreichte damit eine Steigerung um 11,8 Prozent. Der Dieselanteil an der Gesamtfertigung lag mit 53,5 (53,9) Prozent auf dem hohen Niveau des Vorjahres.

Von den bei der AUDI HUNGARIA MOTOR Kft. gefertigten Motoren wurden 728.191 (682.337) an Gesellschaften des Audi Konzerns geliefert. Für andere Gesellschaften des Volkswagen Konzerns wurden 1.056.504 (954.282) und für Dritte 91.287 (32.950) Motoren produziert.

Die Automobili Lamborghini S.p.A. fertigte im abgelaufenen Geschäftsjahr 2.095 (1.436) Aggregate, davon 1.651 (972) Zehnzylinder- und 444 (464) Zwölfzylinder-Motoren.

Produktionsstart des neuen Audi R8

Mit der Feier zum Jubiläum „100 Jahre Automobilbau Neckarsulm“ erfolgte im Herbst vergangenen Jahres am Standort Neckarsulm der Startschuss für die Fertigung des neuen Supersportwagens Audi R8. Der Standort Neckarsulm kann auf eine langjährige Erfahrung im Aluminium-Leichtbau zurückgreifen, die auch bei der Produktion des Audi R8 zum Einsatz kommt. Somit lässt sich eine wettbewerbsfähige Kleinserienfertigung auf hohem technologischem Niveau realisieren.

Neuer TT in Hybridbauweise

Im März 2006 wurde mit dem offiziellen Produktionsstart des neuen TT Coupé auch eine neue Dimension im Karosseriebau eingeleitet. Beim neuen TT wurde die Audi Space Frame Technologie weiterentwickelt und um Komponenten aus hochfestem Stahl ergänzt. Die neue TT Karosserie in Hybridbauweise besteht nunmehr zu rund 70 Prozent aus Aluminium und zu 30 Prozent aus Stahl. Damit wurden eine deutliche Reduzierung des Gesamtgewichts und eine günstige Gewichtsverteilung erreicht und so schon mit der Karosserie die Basis für die fahrdynamischen Eigenschaften des TT gelegt. Dem TT Coupé folgte im November der Produktionsstart des neuen TT Roadster. In der Fertigung können täglich 270 Karosserien des Sportwagens produziert werden.

Audi Werkzeugbau gewinnt Wettbewerb „Excellence in Production“

Der Werkzeugbau der AUDI AG hat 2006 zum zweiten Mal nach 2004 die Auszeichnung „Werkzeugbau des Jahres“ beim Wettbewerb „Excellence in Production“ erhalten. Damit setzte sich die Unternehmenssparte erfolgreich gegen 321 Werkzeug- und Formenbaubetriebe durch. Der Audi Werkzeugbau entwickelte sich in den vergangenen Jahren vom reinen Betriebsmittelhersteller zum Systemlieferanten. In diesem Unternehmensbereich waren zum Jahresende im Audi Konzern an den Standorten Ingolstadt, Neckarsulm, Győr und Barcelona rund 1.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt.

Vertrieb und Auslieferungen

Der Audi Konzern steigerte im abgelaufenen Geschäftsjahr die weltweiten Auslieferungen um 9,2 Prozent auf 905.188 (829.109) Audi Fahrzeuge und markierte damit einen neuen Rekordwert. Auf dem inländischen Markt wurden mit 257.792 (247.125) Automobilen 4,3 Prozent mehr Audi Modelle als im Vorjahr ausgeliefert.

Auch in den USA war Audi im Jahr 2006 sehr erfolgreich. Von Januar bis Dezember wurden dort trotz eines Gesamtmarktrückgangs um 2,6 Prozent 90.116 (83.066) Fahrzeuge an Kunden übergeben – eine Steigerung um 8,5 Prozent. Diese erfreuliche Entwicklung ist unter anderem auf erste Erfolge der Optimierung des Händlernetzes in den USA zurückzuführen. Im Rahmen der Dieselloffensive „Bluetec[®]“ will Audi zusammen mit seinen Kooperationspartnern Volkswagen und DaimlerChrysler zudem die leistungsstarken und zugleich sparsamen Fahrzeuge in den USA populärer machen und damit das angestrebte Wachstum zusätzlich unterstützen.

Auslieferungen an Kunden – Größte Märkte

	Auslieferungen an Kunden 2006	Veränderung zu 2005 in %	Marktanteil 2006 in %	Veränderung des Gesamtmarkts zu 2005 in %
Audi weltweit	905.188	9,2		
Deutschland	257.792	4,3	7,6	3,8
USA	90.116	8,5	0,5	- 2,6
Großbritannien	86.003	5,7	3,6	- 3,9
China	81.708	38,8	2,0	26,1
Italien	59.002	6,2	2,5	4,0
Spanien	54.557	10,3	3,4	- 2,0
Frankreich	45.525	9,7	2,2	- 3,3
Belgien	26.517	9,0	4,7	9,6
Niederlande	17.573	4,5	3,1	4,0
Österreich	17.103	0,3	5,5	0,2
Japan	14.976	- 2,7	0,3	- 2,2
Schweden	14.583	17,0	4,8	3,1
Schweiz	13.947	8,7	5,4	1,7
Südafrika	13.104	11,0	2,7	14,0
Russland	10.050	64,3	0,6	26,6

In China, dem drittgrößten Auslandsmarkt des Audi Konzerns, konnte die Marke mit den Vier Ringen ihren Marktanteil mit einem Zuwachs um 38,8 Prozent auf 81.708 (58.878) Auslieferungen weiter erhöhen und war damit erneut unangefochten Marktführer im Premiumsegment. Audi verfügt in China über ein exklusives Händlernetz mit mehr als 120 Betrieben,

über die sowohl die lokal gefertigten CKD-Fahrzeuge A4 und A6 als auch importierte Audi Modelle vertrieben werden.

Der Audi Konzern lieferte im abgelaufenen Geschäftsjahr 69,8 (72,2) Prozent der Audi Fahrzeuge in Westeuropa aus. In den wesentlichen Märkten dieser Region konnten trotz rückläufiger Gesamtmärkte deutliche Zuwächse erzielt werden. So erhöhte Audi unter anderem die Auslieferungen in Großbritannien – dem wichtigsten Markt für die Marke im westeuropäischen Ausland – um 5,7 Prozent auf 86.003 (81.374) Einheiten. In Spanien ist Audi mit 54.557 (49.453) Fahrzeugen erneut Marktführer im Premiumsegment.

Auslieferungen an Kunden nach Modellen

	2006	2005
Audi A2	260	13.321
Audi A3	73.658	75.673
Audi A3 Sportback	161.906	139.496
Audi TT Coupé	16.753	10.633
Audi TT Roadster	2.745	5.635
Audi A4 Limousine	162.239	170.390
Audi A4 Avant	142.302	154.422
Audi A4 Cabriolet	27.410	23.560
Audi RS 4 Limousine	4.375	509
Audi RS 4 Avant	2.661	11
Audi RS 4 Cabriolet	585	–
Audi A6 Limousine	148.227	141.059
Audi A6 Avant	76.556	64.878
Audi A6 allroad quattro	9.799	7.431
Audi Q7	52.771	674
Audi A8	22.601	21.417
Gesamt Marke Audi*	905.188	829.109
Lamborghini Gallardo	1.610	1.071
Lamborghini Murciélago	477	529
Gesamt Marke Lamborghini	2.087	1.600
Sonstige Marken des Volkswagen Konzerns	228.279	214.405
Gesamt Konzern	1.135.554	1.045.114

* inklusive interner Fahrzeuge zur Markteinführung

Kooperation mit renommiertem Marktforschungsinstitut

Mit einem Marktforschungslabor etabliert die AUDI AG gemeinsam mit der Universität St. Gallen ein führendes internationales Forschungszentrum für die noch stärkere Integration von Kundenbedürfnissen in Entwicklungs- und Vermarktungsprozesse von Automobilen. Ziel der Audi Marktforschung ist dabei, die marktspezifischen und individuellen Wünsche der Kunden mithilfe innovativer Marktforschungsmethoden noch genauer zu identifizieren und sie dann frühzeitig in den Audi Entwicklungsprozess einzusteuern.

Das Marktforschungslabor wird von einem renommierten Wissenschaftler geleitet und verfügt über ein internationales Netzwerk von hochkarätigen Experten.

Ertragslage

Im Geschäftsjahr 2006 steigerte der Audi Konzern die Umsatzerlöse um 17,1 Prozent auf 31.142 (26.591) Mio. EUR und erreichte dadurch einen neuen Höchstwert in der langjährigen Unternehmensgeschichte.

Vom Gesamtumsatz wurden 23.404 (19.370) Mio. EUR durch den Verkauf von Audi Fahrzeugen erzielt. Wie auch in den Vorjahren war dabei die A4 Baureihe erneut der größte Umsatzträger. Die Umsätze, die durch den Verkauf von Fahrzeugen der Baureihen A3, A6 und A8 Erlöst wurden, haben nochmals deutlich zugelegt. Obwohl das neue Audi TT Coupé erst im September 2006 sukzessive in die Märkte eingeführt wurde, spiegelt sich die hervorragende Entwicklung der Verkaufszahlen bereits in den Umsatzerlösen wider. Besonders erfreulich war im abgelaufenen Geschäftsjahr die hohe Nachfrage nach dem Audi Q7, der sich bereits im ersten Jahr zu einem der wesentlichen Umsatzträger entwickelt hat.

Über die Vertriebsgesellschaften AUTOGERMA S.p.A., Audi Volkswagen Korea Ltd. und Audi Volkswagen Middle East FZE vertreibt der Audi Konzern auch Fahrzeuge der Marken Bentley, SEAT, Škoda, VW Pkw und VW-Nutzfahrzeuge. Im Geschäftsjahr 2006 konnten die Umsatzerlöse durch den Verkauf von Fahrzeugen dieser Marken um 5,0 Prozent gesteigert werden.

Die Herstellungskosten des Audi Konzerns erhöhten sich um 16,5 Prozent und damit unterproportional zu der Entwicklung der Umsatzerlöse. Dabei konnten die erzielten Einkaufspreisreduzierungen und Produktivitätsfortschritte die absatzbedingte Zunahme des Fertigungsmaterials teilweise kompensieren.

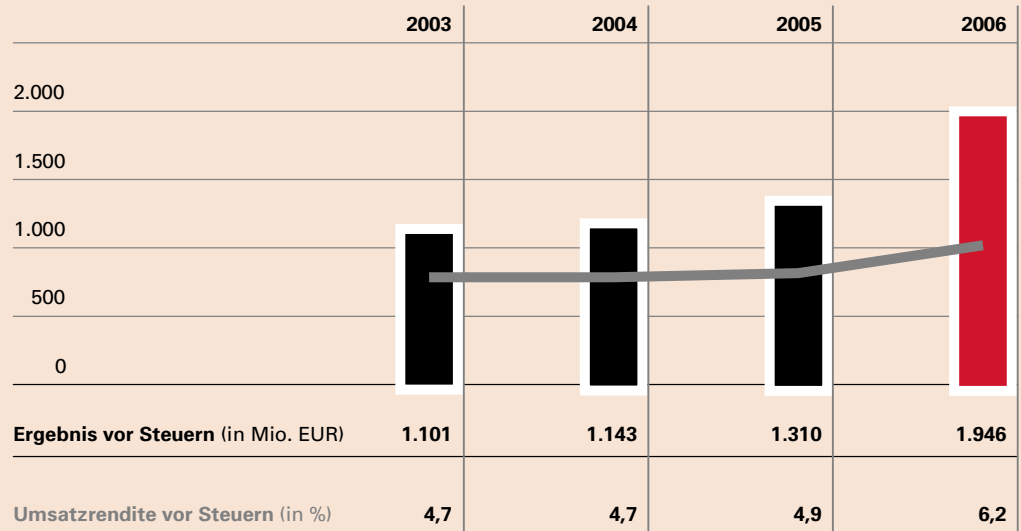
Der Audi Konzern steigerte dadurch das Bruttoergebnis um 21,6 Prozent auf 3.833 (3.152) Mio. EUR.

Obwohl das Geschäftsjahr 2006 durch zahlreiche Markteinführungen geprägt war, erhöhten sich die Vertriebskosten nur unterproportional in Relation zur Umsatzsteigerung auf 2.164 (1.877) Mio. EUR. Die Verwaltungskosten lagen mit 237 (240) Mio. EUR auf dem Vorjahresniveau.

Die Steigerung des sonstigen betrieblichen Ergebnisses um 211 Mio. EUR resultierte überwiegend aus der Auflösung von Rückstellungen.

Das operative Ergebnis des Audi Konzerns lag zum Geschäftsjahresende mit 2.015 (1.407) Mio. EUR um 608 Mio. EUR beziehungsweise 43,2 Prozent über dem Vorjahr und unterstreicht damit erneut beeindruckend den Erfolg der kontinuierlichen Kostensenkungs- und Prozessverbesserungsmaßnahmen. Die Erhöhung des Finanzergebnisses um 28 Mio. EUR ist in erster Linie auf gestiegene Zinserträge und ein verbessertes Ergebnis aus at-Equity-bewerteten Anteilen zurückzuführen.

Entwicklung des Ergebnisses vor Steuern und der Umsatzrendite vor Steuern



Der Audi Konzern erzielte dadurch insgesamt eine eindrucksvolle Steigerung des Ergebnisses vor Steuern um 48,5 Prozent auf 1.946 (1.310) Mio. EUR. Das Ergebnis nach Steuern lag bei 1.343 (824) Mio. EUR und erhöhte sich damit ebenfalls deutlich um 63,0 Prozent.

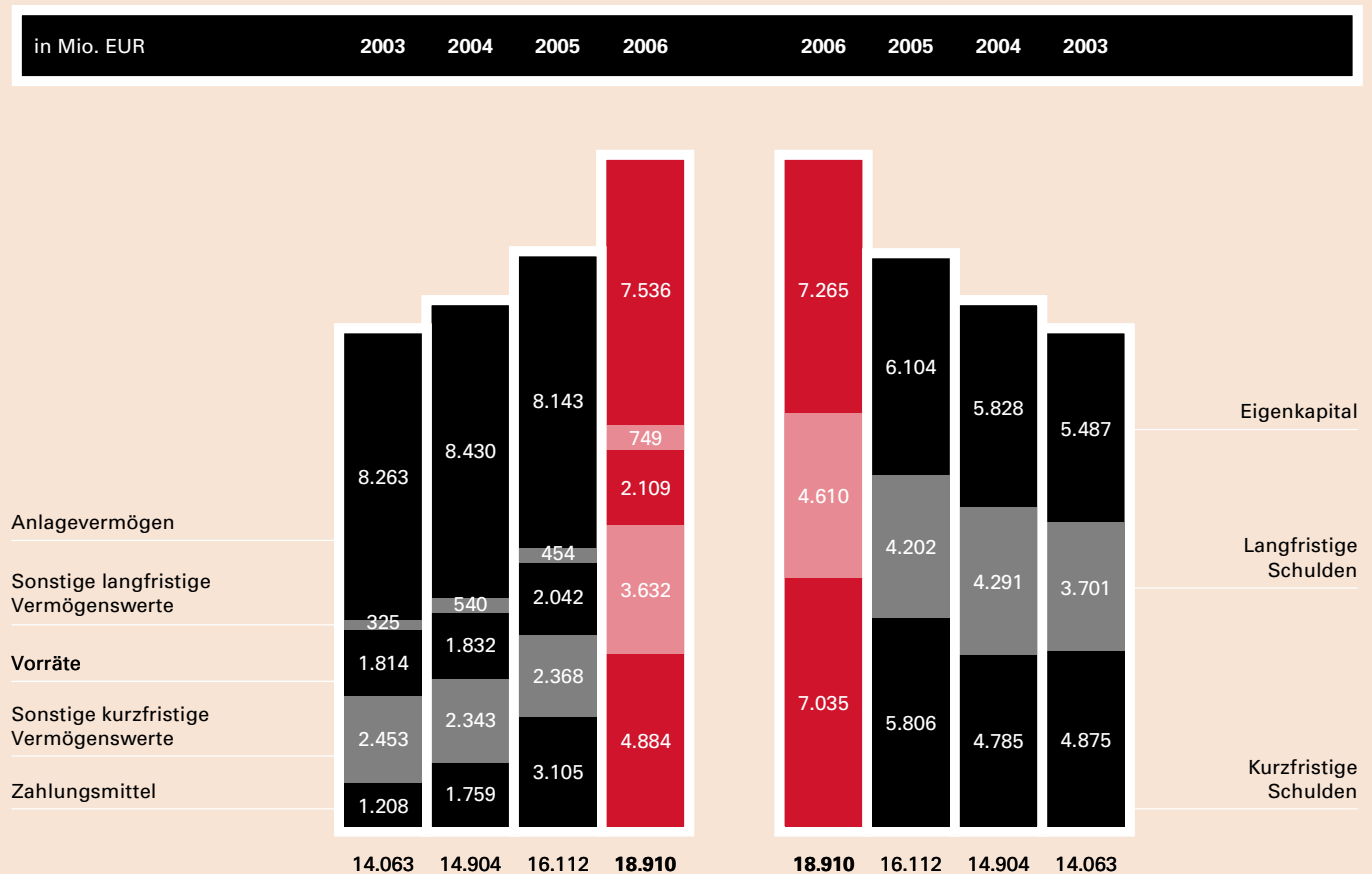
Ergebniskennzahlen

in %	2006	2005
Umsatzrendite vor Steuern	6,2	4,9
Eigenkapitalrendite nach Steuern	20,1	13,8
Kapitalrendite	14,2	9,7

Die positive Geschäftsentwicklung spiegelt sich auch in einer Verbesserung der wesentlichen Renditekenngrößen wider. So erhöhte sich die Umsatzrendite vor Steuern von 4,9 Prozent deutlich auf 6,2 Prozent. Die Kapitalrendite als Ausdruck der Ertragskraft eines Unternehmens wurde eindrucksvoll von 9,7 Prozent auf 14,2 Prozent gesteigert und übertraf damit erstmals die nachhaltig vom Audi Konzern angestrebte Zielgröße von zehn Prozent.

Vermögenslage

Bilanzstruktur



Die Bilanzsumme des Audi Konzerns lag zum 31.12.2006 mit 18.910 (16.112) Mio. EUR um 17,4 Prozent über dem Vorjahreswert.

Vor allem infolge höherer Abschreibungen und geringerer aktivierter Entwicklungskosten reduzierten sich die langfristigen Vermögenswerte um 3,6 Prozent auf 8.285 (8.597) Mio. EUR.

Die kurzfristigen Vermögenswerte erhöhten sich hingegen um 41,4 Prozent auf 10.625 (7.515) Mio. EUR. Dies ist vor allem auf die Zunahme der Zahlungsmittel (plus 1.779 Mio. EUR), den absatzbedingten Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (plus 342 Mio. EUR) sowie die Erhöhung der kurzfristigen Wertpapiere (plus 555 Mio. EUR) zurückzuführen.

Die Investitionen lagen mit 1.925 (1.708) Mio. EUR vor allem durch den Ausbau der Produktionskapazitäten um 12,7 Prozent über dem Vorjahr. Von den Gesamtinvestitionen entfielen 1.256 (1.138) Mio. EUR auf Sachanlagen, was einer Steigerung um 10,4 Prozent entspricht.

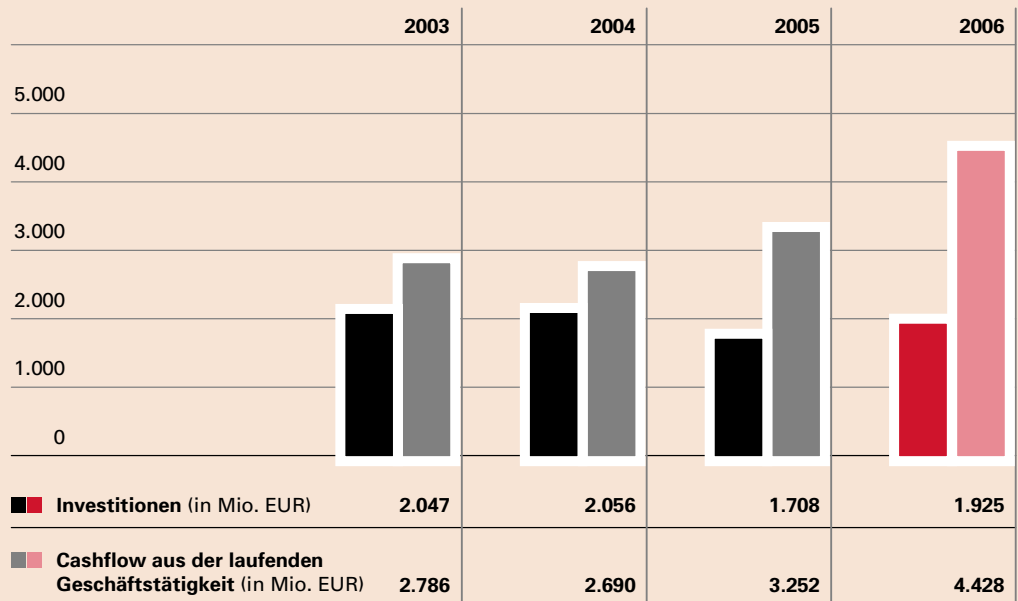
Die Erhöhung des Eigenkapitals um 19,0 Prozent auf 7.265 (6.104) Mio. EUR ist im Wesentlichen auf die Kapitalzuführung durch die Volkswagen AG (231 Mio. EUR) sowie die Einstellung des nach der Gewinnabführung verbleibenden Überschusses von 487 (362) Mio. EUR in die anderen Gewinnrücklagen zurückzuführen. Zudem wirkten sich versicherungsmathematische Gewinne aus der Neubewertung der Pensionsrückstellungen aus.

Die Eigenkapitalquote des Audi Konzerns erhöhte sich dadurch auf 38,4 (37,9) Prozent.

Mit 4.610 (4.202) Mio. EUR lagen die langfristigen Schulden über dem Vorjahresniveau. So stiegen insbesondere die sonstigen Verbindlichkeiten und Rückstellungen.

Die kurzfristigen Schulden erhöhten sich auf 7.035 (5.806) Mio. EUR. Dabei lagen absatzbedingt die kurzfristigen Rückstellungen sowie infolge der gestiegenen Ergebnisabführung an die Volkswagen AG die sonstigen Verbindlichkeiten über dem Vorjahreswert.

Investitionen und Cashflow im Audi Konzern



Finanzlage

Im Geschäftsjahr 2006 steigerte der Audi Konzern den Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit um 36,2 Prozent auf 4.428 (3.252) Mio. EUR. Die Zunahme ist im Wesentlichen auf das höhere Ergebnis bei gestiegenen Abschreibungen zurückzuführen. Mit 2.442 (1.712) Mio. EUR lag der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit deutlich über dem Vorjahr. Die Erhöhung resultiert im Wesentlichen aus dem Kauf von Wertpapieren. Bereinigt um diesen Effekt, beträgt der Mittelabfluss 1.890 Mio. EUR. Wie bereits in den Vorjahren hat der Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit die Mittelabflüsse aus der Investitionstätigkeit vollständig gedeckt. Investitionsschwerpunkte waren 2006 der Anlauf der TT Fertigung sowie die Kapazitätserweiterung für die Produktion des Audi Q7.

Die Netto-Liquidität lag zum 31.12.2006 bei 5.720 (3.391) Mio. EUR und damit um 68,7 Prozent über dem Vorjahr.

Kapitalflussrechnung

in Mio. EUR	2006	2005
Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit	4.428	3.252
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	- 2.442	- 1.712
Netto-Cashflow	1.986	1.540
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	- 202	- 203
Netto-Liquidität	5.720	3.391

Das Cashpooling des Audi Konzerns ist bei der AUDI AG zentralisiert. Über- und Unterdeckungen werden durch den Cashpool bei der Volkswagen AG ausgeglichen. Alle Transaktionen werden zu Marktkonditionen abgewickelt.

Zum Geschäftsjahresende bestanden im Audi Konzern sonstige finanzielle Verpflichtungen, im Wesentlichen für Bestellobligo, in Höhe von 1.520 (1.202) Mio. EUR. Eine Übersicht gibt der Anhang auf S. 199, Punkt 4, Sonstige finanzielle Verpflichtungen.

Nachtragsbericht

Nach dem 31. Dezember 2006 ergaben sich keine Ereignisse von besonderer Bedeutung, über die gemäß IAS 10 berichtet werden muss.

Risikobericht

System des Risikomanagements im Audi Konzern

Gemäß der Risikomanagementstrategie des Audi Konzerns werden die vielfältigen Risiken, die mit den geschäftlichen Aktivitäten des Unternehmens untrennbar verbunden sind, minimiert beziehungsweise nach Möglichkeit vermieden, um potenzielle Schäden vom Unternehmen abzuwenden. Risiken werden bewusst nur eingegangen, wenn sie gut kalkulierbar sind und dies im Rahmen der Nutzung günstiger Geschäftsgelegenheiten als vertretbar erscheint.

Der Audi Konzern unterhält ein konzernweites Risikomanagement- und Risikofrüherkennungssystem. Dieses umfasst das Mutterunternehmen sowie alle Tochtergesellschaften, von denen potenzielle bestandsgefährdende Entwicklungen auf das Mutterunternehmen ausgehen können.

Die Aufgaben des Risikomanagements werden im Audi Konzern durch organisatorische Verfahren dezentral auf Ebene der einzelnen Unternehmensbereiche und Tochtergesellschaften abgebildet. Dadurch ist das Risikomanagement integraler Bestandteil der bestehenden Geschäftsprozesse des Audi Konzerns. Für die Unternehmensbereiche sowie Tochtergesellschaften sind klar definierte Aufgabengebiete, Berichts- und Dokumentationspflichten festgelegt.

Im Rahmen der festgelegten Zuständigkeiten innerhalb des Risikomanagementsystems werden potenzielle Risiken identifiziert, geeignete Maßnahmen für deren Steuerung und Kontrolle erarbeitet und implementiert sowie die Zielerreichung durch die getroffenen Maßnahmen laufend kontrolliert. Die Wirksamkeit des Steuerungs- und Kontrollsystems wird kontinuierlich überprüft.

Im Prozess der Identifizierung und Bewertung von Risiken wird die Eintrittswahrscheinlichkeit von Einzelrisiken geschätzt, anschließend wird die jeweilige potenzielle Schadens-

höhe quantitativ bewertet. Als Bewertungsmaßstab dient hierbei der entgangene Ergebnisbeitrag.

Über wesentliche Risiken wird dem Vorstand und dem Aufsichtsrat regelmäßig berichtet.

Im Rahmen seiner Geschäftstätigkeit sieht sich der Audi Konzern mit folgenden wesentlichen Risikofeldern konfrontiert:

Umfeld- und Branchenrisiken

Als weltweit agierender Marktteilnehmer ist der Audi Konzern erheblich von den allgemeinen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen abhängig. Dies betrifft die bedeutendsten Absatzmärkte des Konzerns, Westeuropa, die USA, China sowie Japan, in besonderem Maße. Die allgemeine Konjunkturlage ist in den genannten Absatzregionen gegenwärtig zwar durchweg positiv. Eine Abschwächung oder gar Umkehr der positiven Tendenzen können sich jedoch unmittelbar auf das Käuferverhalten im automobilen Sektor auswirken. Die positive allgemeine Konjunktur spiegelt sich beispielsweise in den USA bereits heute nicht am Automobilmarkt wider. Ein weiterhin hohes oder weiter steigendes Energie- und Rohstoffpreisniveau birgt einerseits finanzielle Risiken für die Produktion, andererseits kann es zu Kaufzurückhaltung führen und dadurch den Fahrzeugabsatz beeinträchtigen.

Das Premiumsegment, in dem die Modelle der Marken Audi und Lamborghini positioniert sind, ist grundsätzlich weniger den negativen Auswirkungen konjunktureller Schwankungen ausgesetzt. Absatzrisiken aus einer Verschlechterung der allgemeinen Konjunktur und dem damit einhergehenden Marktrückgang können jedoch auch in diesem Segment nicht ausgeschlossen werden. Stärker als die Marke Audi sind die sonstigen Marken des Volkswagen Konzerns, die über Audi Vertriebsgesellschaften in Italien, Korea und im arabischen Raum vermarktet werden, von konjunkturbedingten Absatzrisiken betroffen.

Bedingt durch seine international ausgerichtete Geschäftstätigkeit erzielt der Audi Konzern einen bedeutenden Anteil seiner Umsatzerlöse in fremder Währung. Diese Umsatzerlöse sind Risiken aus Währungskursänderungen ausgesetzt. Insbesondere nicht antizipierbare Veränderungen des US-Dollar-Kurses gegenüber dem Euro können die Umsatzerlöse und das Konzernergebnis stark beeinträchtigen.

Die Erschließung des Privatkundenmarktes in China ist möglicherweise mit weiteren Marktrisiken für Audi verbunden.

Der anhaltende Verdrängungswettbewerb in der Automobilbranche durch den verstärkten Einsatz von Verkaufsförderungsmaßnahmen, nicht zuletzt in den für Audi wichtigen Märkten USA und China, aber auch in Deutschland, kann zur Preiserosion beziehungsweise zu erhöhten Vermarktungskosten führen und sich entsprechend negativ auf Umsatz und Ergebnis auswirken. In Europa ist insbesondere der italienische Automobilmarkt seit geraumer Zeit durch außerordentlich hohe Incentivierung gekennzeichnet. Diese ungünstige Entwicklung, die gegebenenfalls zu einem erheblichen Anstieg der Vermarktungskosten führt, kann die Ergebnisse der italienischen Vertriebsgesellschaft, AUTGERMA S.p.A., beeinträchtigen.

Auch die Preisentwicklung des Wettbewerbs, der sich Audi gegebenenfalls anpassen muss, kann bei einem Negativtrend nachteilige Auswirkungen auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung des Konzerns haben.

Als innovativer Automobilhersteller erschließt das Unternehmen stets weitere Nischen der Produktpalette. Die Reaktion des Marktes auf neue Modelle kann trotz sorgfältiger Marktstudien, die den Produktentscheidungsprozess begleitet haben, nicht in allen Einzelheiten antizipiert werden. Aber auch bei neuen Generationen bereits etablierter Modellreihen kann die Akzeptanz durch den Markt anders als erwartet ausfallen.

Veränderungen des rechtlichen Umfelds wie steigende gesetzliche Anforderungen bezüglich Fahrzeugsicherheit, Kraftstoffverbrauch und Schadstoffemissionen stellen für die Automobilindustrie unverändert Risikofaktoren dar.

Risiken aus der betrieblichen Tätigkeit

Im Rahmen der betrieblichen Tätigkeit ergeben sich vielfältige Risiken, die die Vermögens- und Ertragslage des Audi Konzerns erheblich beeinträchtigen können.

Hierzu zählen auch Großbrände und Explosionen, die einerseits Wirtschaftsgüter des Konzerns beschädigen oder vernichten, andererseits durch Behinderung des Produktionsprozesses erhebliche Folgeschäden verursachen können. Produktionsstörungen können sich auch durch einen Ausfall der Energieversorgung, technische Ausfälle, insbesondere auch infolge von EDV-Störungen, ergeben. Solche Ereignisse können zwar potenziell hohe Schäden verursachen, ihre Eintrittswahrscheinlichkeit ist jedoch verhältnismäßig gering. Diesen Risiken begegnet der Konzern neben vorbeugenden Maßnahmen wie Brandschutz auch mit Versicherungen in ausreichendem Umfang.

Die branchenüblich enge und wirtschaftlich vorteilhafte Zusammenarbeit zwischen Automobilherstellern und Lieferanten führt zunehmend zu Abhängigkeiten. Diese Tendenz wird durch den exklusiven Einsatz innovativer Technologien durch global agierende Lieferanten weiter verstärkt. Den hieraus erwachsenden Risiken wird im Unternehmen durch geeignete Vertragsgestaltungen, insbesondere auch durch den Verbleib des Eigentums an Werkzeugen beim Audi Konzern, entgegengewirkt.

Lieferverzögerungen oder -ausfälle infolge von Werkzeugbruch, Elementarschäden sowie Streiks bei Lieferanten oder aber auch im Transportgewerbe verursachen Störungen im Produktionsprozess. Eine steigende Zahl von Lieferantenkrisen bis hin zur Insolvenz ist zu beobachten. Die sich aus den genannten Faktoren ergebenden Risiken von Ertragseinbußen werden im Audi Konzern durch den Abschluss von Versicherungen sowie den Einsatz adäquater Lieferantenauswahl- und Kontrollverfahren begrenzt.

Der komplexe Entwicklungsprozess neuer Fahrzeuge und Komponenten geht mit Risiken aus zeitlichen Verzögerungen, kurzfristigen Änderungen am Produkt sowie aus Know-how-Verlust durch Integration konzernfremder Dienstleister in den Entwicklungsprozess einher.

Trotz eines leistungsfähigen und konsequenten Qualitätsmanagements im Audi Konzern können potenzielle Risiken aus der Produkthaftung nicht vollständig ausgeschlossen werden. Hieraus können neben erheblichen finanziellen Einbußen auch Imageschäden für das Unternehmen resultieren.

Finanzwirtschaftliche Risiken

Die finanzwirtschaftlichen Risiken, denen der Audi Konzern durch seine Geschäftstätigkeit ausgesetzt ist, umfassen Marktpreisrisiken (Devisenkurs-, Zinsänderungs- und Preisrisiken aus Commodities), Bonitäts- sowie Liquiditätsrisiken.

Bedingt durch die weltweiten Absatzmärkte des Audi Konzerns kommt den Risiken aus der Veränderung von Devisenkursen, vor allem bei dem US-Dollar und dem britischen Pfund, eine 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, enthält der Anhang des Audi Konzerns ab Seite 197 im Kapitel „Sonstige Erläuterungen“ unter dem Punkt „Sicherungspolitik und Risikomanagement“.

Gesamteinschätzung der Risikosituation

Im Vergleich zum Vorjahr ergibt sich keine wesentliche Änderung in der Risikosituation des Audi Konzerns.

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

Prognosebericht

Voraussichtliche Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen

Gesamtwirtschaftliche Situation

Für das Jahr 2007 erwartet der Audi Konzern eine Fortsetzung des globalen Aufschwungs mit einer leicht verringerten Dynamik. Insbesondere die sich abzeichnende Konjunkturabkühlung in den USA wird das Wachstum weltweit einschränken. Als wichtige Wachstumszentren werden sich daher Südamerika und Asien erweisen.

In den USA ist mit einer Verlangsamung des Wirtschaftswachstums auf unter 3,0 Prozent zu rechnen. Der private Konsum wird – belastet durch hohe Energiepreise und gestiegene Zinsen – etwas an Stärke verlieren. Auch das Investitionswachstum wird sich wegen getrüberter Absatz- und Ertragsaussichten gegenüber dem Vorjahr schwächer entwickeln.

Für den Euroraum deuten infolge der verringerten globalen Nachfrage und der Straffung der Geldpolitik Frühindikatoren auf eine leicht nachlassende Konjunktur hin. Der Audi Konzern geht von einem Wirtschaftswachstum im Euroraum von leicht über 2,0 Prozent aus.

In Deutschland wird sich nach dem hohen Zuwachs des Bruttoinlandsprodukts im Vorjahr die Konjunktur 2007 wieder abkühlen. So dürfte die Exportdynamik durch den weiterhin starken Euro und die moderatere Entwicklung der Weltkonjunktur gebremst werden. Vonseiten der Binnennachfrage werden keine nachhaltigen Impulse ausgehen, da zum einen der private Konsum durch die Erhöhung der Mehrwertsteuer und andere finanzpolitische Maßnahmen zusätzlich belastet wird. Zum anderen wird sich die Investitionstätigkeit abschwächen. Insgesamt werden sich diese Faktoren in einem verringerten Wirtschaftswachstum von voraussichtlich unter 2,0 Prozent niederschlagen.

In Südamerika und Asien bleibt das wirtschaftliche Expansionstempo in zahlreichen Schwellenländern hoch.

In China dürfte das Wirtschaftswachstum das hohe Vorjahresniveau wieder annähernd erreichen. Aufgrund der leicht abgeschwächten weltwirtschaftlichen Nachfrage wird die Konjunktur in Japan mit einem Plus von etwa 2,0 Prozent weiter moderat expandieren.

Automobilindustrie

Im Jahr 2007 wird sich die Dynamik der globalen Automobilnachfrage verringern. Für das Gesamtjahr 2007 rechnet der Audi Konzern mit einem weltweiten Absatzwachstum um rund 1 Prozent auf 55 Mio. Fahrzeuge.

Auf dem wettbewerbsintensiven US-amerikanischen Automobilmarkt dürfte sich dabei der Fahrzeugabsatz etwas erholen und auf 16,8 Mio. Einheiten ansteigen.

In Westeuropa (ohne Deutschland) erwartet der Audi Konzern dagegen eine leicht rückläufige Automobilkonjunktur. Mit prognostizierten 11,1 Mio. Fahrzeugen läge der westeuropäische Pkw-Markt um 0,8 Prozent unter Vorjahr.

In den Ländern Zentral- und Osteuropas ist insgesamt mit einem weiter steigenden Pkw-Absatz zu rechnen. In Russland als dem bedeutendsten Markt der Region geht die Audi Prognose von einem Zuwachs der Verkäufe auf rund 1,8 Mio. Pkw aus.

In der Region Asien-Pazifik wird die Marktdynamik hoch bleiben. Allerdings dürfte sich das Wachstumstempo in Indien und China im Vergleich zum Vorjahr merklich vermindern. Für China erwartet der Audi Konzern einen leichten Anstieg des Gesamtmarktes. Eine positive Entwicklung wird für die japanischen Pkw-Neuzulassungen prognostiziert.

Im Jahr 2007 werden sich auf dem deutschen Automobilmarkt die vorgezogenen Fahrzeugkäufe negativ in der Neuzulassungsstatistik bemerkbar machen, die aufgrund der zum 1. Januar 2007 erfolgten Mehrwertsteuererhöhung bereits 2006 getätigt wurden. Für den Gesamtmarkt geht der Audi Konzern daher von einem leichten Rückgang des Zulassungsvolumens auf knapp 3,4 Mio. Fahrzeuge aus.

Voraussichtliche Entwicklung des Audi Konzerns

Die konjunkturellen Rahmenbedingungen und das Marktumfeld stellen sich für den Audi Konzern weiterhin angespannt dar. Dies bedeutet, dass das Anknüpfen an die durchweg positiven Ergebnisse der letzten Jahre auch künftig nicht ohne Anstrengungen möglich sein wird. Diese Erfolge setzen die Messlatte für das Unternehmen hoch. Die Unternehmensleitung ist dennoch überzeugt, dass Audi auch im Geschäftsjahr 2007 insgesamt eine positive Bilanz der Geschäftstätigkeit vorlegen wird.

Erwartete Entwicklung der Auslieferungen

Die Fortsetzung des Auslieferungswachstums bleibt auch für 2007 ein wichtiges Ziel des Audi Konzerns. Der anhaltend positive Trend der vergangenen Jahre soll auch im laufenden Geschäftsjahr fortgeführt werden. Bei den weltweiten Auslieferungen ist deshalb geplant, wieder einen neuen Rekordwert zu erreichen. Hierzu werden neben der bestehenden Produktpalette zahlreiche neue Modelle und Derivate beitragen, die die Auswahl für Kunden im Premiumsegment und die Attraktivität der Marke weiter erhöhen.

Wesentliche Säulen bleiben weiterhin die angestammten Märkte des Unternehmens: Deutschland und Westeuropa. Durch das bereits begonnene Modellfeuerwerk legt der Audi Konzern die Grundlagen, auch bei zum Teil schwierigen Marktbedingungen erfolgreich zu bestehen.

In der Region Osteuropa soll das erfolgreiche Wachstum der letzten Jahre weiter fortgesetzt werden.

Audi sieht sich für das Jahr 2007 gerüstet, sich auch im intensiven Wettbewerb in den USA zu behaupten. Zum einen ist der Audi Q7 nach der letztjährigen Markteinführung erstmalig voll verfügbar. Darüber hinaus werden weitere attraktive Modelle in den nordamerikanischen Markt eingeführt. Parallel wird das Unternehmen intensiv am Ausbau des Markenimages sowie der weiteren Optimierung des Händlernetzes in dieser Region arbeiten. Das Wachstum soll auch in der Region Asien-Pazifik ungebrochen fortgesetzt werden. Dabei setzt der Audi Konzern vor allem auf China, wo die Marktführerschaft weiter ausgebaut werden soll. Für 2007 wird hier erneut ein Wachstum der Auslieferungen erwartet. Aber auch in den anderen Ländern der Region wird insgesamt von einer positiven Absatzentwicklung ausgegangen.

Erwartete Ertragslage

Entsprechend den voraussichtlich höheren Auslieferungszahlen werden die Umsatzerlöse des Audi Konzerns im Geschäftsjahr 2007 das Niveau von 2006 leicht übersteigen. Die regionale Verteilung der prognostizierten Umsatzentwicklung folgt dabei in etwa der Dynamik der Auslieferungszahlen.

Die Ergebniskennziffern des Jahres 2007 werden sich trotz höherer Investitionen in die Erweiterung der Modell- und Motorenpalette sowie in den weiteren Ausbau des weltweiten Händler- und Servicenetzes auf dem hervorragenden Niveau des Vorjahres bewegen.

Aufgrund der positiven Auswirkungen unserer kontinuierlichen Prozessverbesserungs- und Produktivitätssteigerungsprogramme ist sogar mit einer Verbesserung des Vorjahresergebnisses zu rechnen.

Erwartete Finanzlage

Auch 2007 ist es vorrangiges Ziel, das Wachstum aus dem erwirtschafteten positiven Cashflow zu finanzieren. Externe Finanzierungsquellen werden weiterhin nicht eingesetzt. Der konzerninterne Cashpool stellt die erforderliche Liquidität für alle Konzerngesellschaften sicher.

Der Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit wird voraussichtlich das hohe Niveau von 2006 erreichen. Vor dem Hintergrund der längerfristig angelegten Modelloffensive wird im Bereich der Investitionstätigkeit für das Geschäftsjahr 2007 mit höheren Mittelabflüssen gerechnet. Der Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit wird aufgrund der höheren Ge-

winnabführung an die Volkswagen AG voraussichtlich über dem Niveau des Geschäftsjahres 2006 liegen.

Die Netto-Liquidität des Audi Konzerns wird sich gemäß der Planung bis Ende 2007 trotz höherer Investitionen 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 2007 bis 2011 vorgesehene Investitionsvolumen für Sach- und Finanzanlagen sowie aktivierte Entwicklungskosten beläuft sich im Audi Konzern auf knapp 13 Mrd. EUR. Hiervon entfällt rund ein Fünftel auf das Geschäftsjahr 2007. Der Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit wird die Investitionsausgaben im gesamten Planungszeitraum vollständig decken.

Die Investitionen betreffen hauptsächlich den direkten Produktbereich und entfallen größtenteils auf die Produktionsbereiche in Ingolstadt, Neckarsulm und Győr. Einen weiteren Schwerpunkt bilden Investitionen bei Zulieferern.

Erwartete Entwicklung der Belegschaft

Die Belegschaft wird 2007 im Vergleich zum abgelaufenen Geschäftsjahr weitgehend unverändert bleiben.

Chancen der künftigen Entwicklung

Die wesentlichen Determinanten der künftigen Entwicklung des Audi Konzerns liegen unverändert vor allem in zukunftsgerichteten Strategien und Maßnahmen, die das stetige qualitative und quantitative Wachstum des Unternehmens nachhaltig sicherstellen sollen.

Hierbei spielt die konsequente Fortführung der begonnenen Modelloffensive weiterhin eine zentrale Rolle. Nach zahlreichen neuen Modellen im abgelaufenen Geschäftsjahr kommen im ersten Halbjahr 2007 der Audi TT Roadster, der Audi A5 sowie der neue Supersportwagen Audi R8 auf den Markt. Mit zusätzlichen neuen Modellen wird der Erweiterungs- und Erneuerungsprozess bereits in der zweiten Jahreshälfte, aber auch in den Folgejahren nahtlos fortgesetzt.

Die Zielsetzung, bestehende Märkte noch erfolgreicher zu bedienen, bleibt auch für 2007 aktuell. Nach der erfolgreichen Gründung eigener Vertriebsgesellschaften in den wichtigen Absatzregionen Nahost und Südkorea im Jahr 2005 wird ein Schwerpunkt auf die Restrukturierung der Vertriebsorganisation am nordamerikanischen Markt gesetzt. Auf dem Vertrieb im Inland liegt ebenfalls ein besonderes Augenmerk.

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

Über die oben aufgeführten strategiebezogenen Determinanten hinaus können sich zusätzliche Chancen durch externe Bestimmungsfaktoren ergeben. Aus sinkenden Rohstoffpreisen sowie vorteilhaften Wechselkursentwicklungen können beispielsweise positive Auswirkungen auf die Ertragslage resultieren.

Gesamteinschätzung der erwarteten künftigen Entwicklung

Der Audi Konzern strebt 2007 wie auch in den darauf folgenden Geschäftsjahren ein nachhaltiges qualitatives und quantitatives Wachstum an. Diese Zielsetzung wird auch in den Unternehmenszahlen des Jahres 2007 ihren Niederschlag finden.

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.