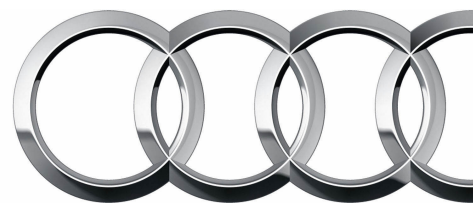


Audi Vorsprung durch Technik



Audi-Konzern: Starke Ergebniskennzahlen in schwierigem globalen Marktumfeld

09.03.2010 - 10:10 Uhr, Audi AG

Ingolstadt (ots) -

- Im Geschäftsjahr 2009 insgesamt 949.729 Automobile der Marke Audi ausgeliefert; EUR 29,8 Mrd. Umsatz, EUR 1.928 Mio. Ergebnis vor Steuern; Umsatzrendite vor Steuern von 6,5 Prozent - Audi-Chef Rupert Stadler: "Dieses gute Ergebnis unter sehr schwierigen Bedingungen ist die Basis für unseren künftigen Erfolg." - Netto-Cashflow mit EUR 2.321 (1.925) Mio. deutlich über Vorjahr - Finanzvorstand Strotbek: "Wir konnten alle unsere Investitionen aus dem operativen Cashflow finanzieren." - Netto-Liquidität mit EUR 10.665 (9.292) Mio. erneut über Vorjahreswert - Höchste Mitarbeiter-Erfolgsbeteiligung der Branche: durchschnittlich EUR 2.300 plus einmaliger Sonderbonus von EUR 1.200 pro Mitarbeiter - Ausblick 2010: mehr als eine Million Auslieferungen der Marke

Audi; Umsatz und Operatives Ergebnis über Vorjahr Der Audi-Konzern schließt das Geschäftsjahr 2009 trotz der massiven Auswirkungen der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise mit einem deutlich positiven Operativen Ergebnis und nur leicht rückläufigen Auslieferungen ab: "Das Operative Ergebnis von EUR 1,6 Mrd. zeigt, dass wir auch unter sehr schwierigen Bedingungen zu den Besten der Branche gehören. Jetzt zählt sich aus, dass wir in den vergangenen Jahren kontinuierlich unsere Produktivität gesteigert und massiv in die typischen Audi-Werte Design, Sportlichkeit, Qualität und Effizienz investiert haben", sagt Rupert Stadler, Vorsitzender des Vorstands der AUDI AG. "Auch im laufenden Jahr wollen wir mit attraktiven und effizienten Modellen unseren Marktanteil weiter ausbauen und damit unserem Ziel der weltweiten Marktführerschaft im Premiumsegment deutlich näher kommen", ergänzt Stadler.

Aufgrund der schwierigen Lage auf den weltweiten Automobilmärkten gingen die Auslieferungen der Marke Audi im abgelaufenen Jahr um 5,4 Prozent auf 949.729 Automobile zurück. Die Umsatzerlöse im Geschäftsjahr 2009 lagen vor allem infolge der geringeren Auslieferungen aber auch Währungsbelastungen bei EUR 29.840 (34.196)* Mio. - ein Rückgang um 12,7 Prozent.

Das Operative Ergebnis ging mit EUR 1.604 (2.772) Mio. um 42,1 Prozent zurück. Das Ergebnis vor Steuern lag mit EUR 1.928 (3.177) Mio. um 39,3 Prozent unter dem Rekordwert des Vorjahres. Das Ergebnis nach Steuern lag bei EUR 1.347 (2.207) Mio. und somit 38,9 Prozent unter dem Vorjahreswert.

Trotz der schwierigen wirtschaftlichen Lage erreichte die Kapitalrendite mit 11,5 (19,8) Prozent ein beachtliches Niveau. Die Umsatzrendite vor Steuern lag bei 6,5 (9,3) Prozent. "Damit zählt der Audi-Konzern zu den ertragsstärksten Unternehmen im internationalen Automobilgeschäft, ganz besonders im Krisenjahr 2009", sagt Axel Strotbek, Vorstand für Finanz und Organisation der AUDI AG.

"Unsere vorausschauende und umsichtige Fahrweise hat uns ermöglicht, erfolgreich durch die Krise zu steuern und alle unsere Investitionen aus dem operativen Cashflow zu finanzieren. Mit einem positiven Netto-Cashflow von gut EUR 2,3 Mrd. erwirtschafteten wir zudem einen hohen Überschuss, der den hervorragenden Wert des Vorjahres sogar deutlich übertrifft", unterstreicht Strotbek. "Wir konnten alle Produktinvestitionen wie geplant umsetzen und haben damit eine solide Grundlage für das künftige Wachstum des Unternehmens gelegt", sagt Strotbek.

Die Nettoliquidität erhöhte sich um 14,8 Prozent auf rund EUR 10,7 (9,3) Mrd.

Grundlage des Erfolgs in diesen schwierigen Zeiten ist das attraktive Produktportfolio mit einer Vielzahl von Neueinführungen im vergangenen Jahr: Die Palette der neuen Modelle reichte unter anderen vom Sportwagen R8 V10 über den A4 allroad quattro und das A5 Cabriolet bis hin zum A5 Sportback.

Rekordergebnisse bei den Auslieferungen in 38 Märkten

Audi hat im vergangenen Jahr weltweit 949.729 (1.003.469) Autos an Kunden übergeben. Der Absatz ging damit um 5,4 Prozent gegenüber dem Rekordwert des Vorjahres zurück. Besonders

positiv entwickelten sich die Auslieferungen in der Vertriebsregion Asien/Pazifik, vor allem in China. In Westeuropa (inkl. Deutschland) gingen die Auslieferungen zwar zurück, dennoch konnte die Marke mit den Vier Ringen ihren Marktanteil im Premiumsegment gegen den Trend ausbauen.

In Deutschland gingen 228.844 (258.111, minus 11,3 Prozent) Audi-Automobile an Kunden.

In Westeuropa (inkl. Deutschland) entwickelte sich Audi mit 588.309 (666.984, minus 11,8 Prozent) Auslieferungen an Kunden besser als der Gesamtmarkt und setzte sich an die Spitze der Wettbewerber im Premiumsegment. In Großbritannien, hinter Deutschland größter Markt in der Region, sanken die Auslieferungen auf 90.513 Automobile (101.522, minus 10,8 Prozent). Im Nachbarland Frankreich gingen die Auslieferungen auf 48.010 Fahrzeuge zurück (51.200, minus 6,2 Prozent). In Italien verkaufte Audi 57.204 Automobile (62.053, minus 7,8 Prozent).

Größter ausländischer Einzelmarkt war im Jahr 2009 mit 158.941 Automobilen (119.598, plus 32,9 Prozent) erneut China (inklusive Hongkong). Mit diesem Ergebnis blieb die Marke mit den Vier Ringen in China auch 2009 mit deutlichem Abstand Marktführer im Premiumsegment.

Sehr positiv entwickelte sich auch der indische Markt, wo Audi seit September 2007 eine CKD-Fertigung unterhält. Hier stiegen die Auslieferungen um 57,9 Prozent auf 1.658 (1.050) Automobile. Das Ingolstädter Unternehmen fertigt am Standort Aurangabad derzeit die Modelle A4 und A6 und ab Juni auch das Erfolgsmodell Q5. Audi baut das Vertriebs- und Handelsnetz in der Region konsequent aus und wird die Zahl der Händler bis zum Jahresende von derzeit 12 auf 16 ausweiten.

In den USA ging die Zahl der Auslieferungen in einem stark schrumpfenden Gesamtmarkt auf 82.716 (87.760, minus 5,7 Prozent) Automobile zurück. Der Marktanteil am Premiummarkt (Import High Group) wuchs dagegen auf 8,3 (7,1) Prozent.

Deutlich unter der Krise zu leiden hatte das Tochterunternehmen Lamborghini. Im Vergleich zum Vorjahr gingen die Auslieferungen um 37,7 Prozent auf 1.515 (2.430) zurück.

Vorausschauende Fahrweise: Produktion an die Nachfrage angepasst

Der Audi Konzern reagierte vorausschauend auf die Krise und drosselte im abgelaufenen Jahr die Fertigung. Im Jahr 2009 verließen mit 932.260 (inklusive Lamborghini) 9,4 Prozent weniger Automobile die Werkshallen als noch im Vorjahr (1.029.041).

Von 2010 bis 2012 plant der Audi-Konzern rund EUR 5,5 Mrd. zu investieren - größtenteils in neue Produkte und Effizienztechnologien. Die Modelloffensive wird auch in den kommenden Jahren in unvermindertem Tempo und ohne Abstriche fortgesetzt. "Unser besonderes Augenmerk gilt dabei neben der Sportlichkeit, der Qualität und dem Design der Effizienz unserer Modelle", sagt Rupert Stadler. Schon heute hat die Marke mit den Vier Ringen 39 Modelle und Motorvarianten mit einem CO₂-Ausstoß von weniger als 140 Gramm/km im Programm. 13 Modelle liegen sogar bei weniger als 120 Gramm/km. Ein Beispiel dafür ist der Audi A4 2.0 TDI e mit einem Verbrauch von 4,6 Litern Diesel pro 100 Kilometer und lediglich 119 Gramm CO₂ pro Kilometer.

Die Dieselsechologie bleibt für Audi neben der Entwicklung von Elektro- und Hybridfahrzeugen auch in Zukunft ein wichtiger Eckpfeiler der Effizienzstrategie. "Ein eindrucksvolles Beispiel für das Potenzial des Dieselmotors ist unser neuer A8 mit dem 3.0 TDI quattro, der sich mit einem Verbrauch von 6,6 Litern auf 100 Kilometer begnügt", sagt Stadler. Die später folgende Version mit Frontantrieb wird sogar mit einem Verbrauch von sechs Litern Diesel auf 100 Kilometer auskommen. Das entspricht einem Ausstoß von 159 Gramm CO₂ pro Kilometer. Damit setzt sich das neue Flaggschiff der Marke an die Spitze der Wettbewerber und unterbietet sogar Hybridmodelle in der Oberklasse.

Höchste Mitarbeiter-Erfolgsbeteiligung in der Branche

Auch in diesem Jahr zahlt die AUDI AG trotz der weltweiten Wirtschaftskrise eine Erfolgsbeteiligung von durchschnittlich EUR 2.300 je Mitarbeiter. Das ist die höchste Mitarbeiter-Erfolgsbeteiligung in der Automobilbranche. "Zusätzlich zur Erfolgsbeteiligung werden wir in diesem Jahr eine Sonderzahlung in Höhe von EUR 1.200 pro Mitarbeiter ausschütten. Mit diesem einmaligen Bonus honorieren wir die außergewöhnliche Leistung, die unsere Beschäftigten im Krisenjahr 2009 erbracht haben", sagt Dr. Werner Widuckel, Personalvorstand der AUDI AG.

Die Zahl der Beschäftigten stieg im Audi Konzern im Jahresdurchschnitt auf 58.011 (57.822). Bei der AUDI AG waren es 44.344 (44.098) Mitarbeiter, davon 31.409 (31.358) in Ingolstadt und 12.935 (12.740) in Neckarsulm.

Ausblick 2010: Mehr als eine Million Auslieferungen an Kunden; Umsatz und Operatives Ergebnis über Vorjahr

Auch Audi hat die Turbulenzen der Finanz- und Wirtschaftskrise im vergangenen Jahr zu spüren bekommen, steuerte aber relativ gut durch die Krise, wie die Zahlen des abgelaufenen Geschäftsjahres zeigen. "Das Schlimmste scheint überwunden, dennoch können wir für 2010 noch keine Entwarnung geben", erklärt Stadler. "Wir müssen wachsam bleiben, um auf eventuelle Störungen schnell und flexibel reagieren zu können", betont der Vorstandsvorsitzende.

Die Marke mit den Vier Ringen ist positiv ins Jahr 2010 gestartet: Weltweit verkaufte Audi von Januar bis Februar des laufenden Jahres rund 153.700 Automobile - 28,7 Prozent mehr als im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Im gleichen Zeitraum steigerte die Marke ihre Auslieferungen in Westeuropa (ohne Deutschland) um 17,7 Prozent auf 58.722 Automobile und war damit Marktführer im Premiumsegment. In Großbritannien stiegen die Auslieferungen um 32,6 Prozent auf 11.989, in Spanien um 20,5 Prozent auf 7.032 und in Italien um 13,2 Prozent auf 10.105 Automobile.

Auch in den USA konnte die Marke Audi kräftig zulegen. Hier kletterten die Auslieferungen um 35,7 Prozent auf 12.726 gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

"Wir sind auf gutem Wege, im laufenden Jahr weltweit wieder mehr als eine Million Audi-Automobile an die Kunden auszuliefern und damit an das Rekordjahr 2008 anzuknüpfen", betont Stadler. "Mit den neuen Modellen werden wir auf den Wachstumspfad zurückkehren und wollen 2010 auch den Umsatz und das Operative Ergebnis des Jahres 2009 übertreffen", so Stadler.

Die Basis dafür sind attraktive und effiziente neue Produkte. "Wir haben heute die breiteste Modellpalette aller Premiummarken - vom Kleinwagen A1 bis hin zum Topmodell A8 - im Programm", sagt Stadler. Mit dem Audi A1 will sich Audi eine neue Zielgruppe aus dem urbanen Umfeld erschließen. "Die Resonanz auf das erste Premiumautomobil im Kleinwagensegment auf der Messe in Genf war überwältigend. Deshalb rechnen wir uns gute Chancen aus, im ersten vollen Produktionsjahr zwischen 80.000 und 100.000 Autos der neuen Baureihe verkaufen zu können", sagt Stadler. Auch mit dem A7 Sportback wird Audi im Herbst eine vielversprechende neue Nische besetzen. - Ende -

*Vorjahreswerte in Klammern

Audi im Überblick

Der Audi-Konzern hat im Jahr 2009 rund 950.000 Automobile der Marke Audi verkauft. Das Unternehmen erreichte bei einem Umsatz von EUR 29,8 Mrd. ein Operatives Ergebnis von EUR 1,6 Mrd. Audi produziert an den Standorten Ingolstadt, Neckarsulm, Győr (Ungarn), Changchun (China) und Brüssel (Belgien). Ende 2007 startete die CKD-Produktion des Audi A6 und Anfang Oktober 2008 die des Audi A4 in Aurangabad in Indien. Das Unternehmen ist in mehr als 100 Märkten weltweit tätig. 100-prozentige Töchter der AUDI AG sind unter anderem die AUDI HUNGARIA MOTOR Kft., die Automobili Lamborghini Holding S.p.A. (Sant'Agata Bolognese/Italien) und die quattro GmbH (Neckarsulm). Audi beschäftigt derzeit weltweit rund 58.000 Mitarbeiter, davon 45.400 in Deutschland. Um den "Vorsprung durch Technik" nachhaltig zu sichern, plant die Marke mit den Vier Ringen von 2010 bis 2012 insgesamt EUR 5,5 Mrd. zu investieren, überwiegend in neue Produkte. Bis 2015 will Audi die Anzahl seiner Modelle auf 42 erweitern.

Audi nimmt seit langem auf vielen Ebenen seine gesellschaftliche Verantwortung wahr - im Sinne einer lebenswerten Zukunft für künftige Generationen. Umweltschutz, Ressourcenschonung, internationale Wettbewerbsfähigkeit und eine zukunftsfähige Personalpolitik bilden deshalb die Geschäftsgrundlage für den nachhaltigen Erfolg von Audi. Das umweltpolitische Engagement der AUDI AG manifestiert sich auch in der neu gegründeten Audi Stiftung für Umwelt.

Pressekontakt:

AUDI AG
Kommunikation Unternehmen
Armin Götz
Pressesprecher Finanz und Organisation
Telefon: +49 (0)841 89 46607
E-Mail: armin.goetz@audi.de

www.audi-mediaservices.com/jpk2010

Originaltext:	Audi AG
ISIN:	DE0006757008
Pressemappe:	http://www.presseportal.de/pm/6730/audi-ag
Pressemappe als RSS:	http://presseportal.de/rss/pm_6730.rss2