

Lokal wie global: Audi übernimmt Verantwortung

Audi unterstützt Wissenschaft und Bildung ebenso wie Kunst, Kultur und Sport – und will so [gesellschaftlichen Zusammenhalt](#) fördern und Solidarität stärken. Seit Jahrzehnten ist dieses Engagement wichtiger Bestandteil des Selbstverständnisses der AUDI AG. Alle Aktivitäten des Unternehmens, die über das eigentliche Geschäft hinausgehen und einen Mehrwert für die Gesellschaft schaffen, zahlen darauf ein.

Ein wichtiger Bestandteil des Audi Engagements ist es, an den Produktionsstandorten als „[guter Nachbar](#)“ zu agieren. Mittels Forschungsstipendien und Wissenschaftskooperationen engagiert sich Audi zudem weltweit für Forschung und Bildung. Die [Audi Stiftung für Umwelt](#) setzt sich global für die Förderung von Greenovation ein: innovative Technologie, die zum Erhalt der Lebenswelt von Menschen, Tieren und Pflanzen beiträgt und die Zukunft lebenswert macht.

Drei Schwerpunkte: Engage, Educate, Empower

Um einen signifikanten Beitrag für ein gutes, gesellschaftliches Miteinander zu leisten und nachhaltige Veränderungen anzustoßen, fokussiert sich Audi auf drei Schwerpunktfelder: Engage, Educate und Empower. Diese Prinzipien bilden die Grundlage für drei Commitments in Sachen Corporate Social Responsibility (CSR): erstens für das Engagement als guter Nachbar vor Ort ([Corporate Citizenship](#)), zweitens für das auf globaler Ebene (Global Impact) und drittens für das Wirken der [Audi Stiftung für Umwelt](#). Den Erfolg seiner Bemühungen misst Audi in den positiven Veränderungen, die die Vier Ringe in der Gesellschaft erwirken – lokal wie global.

Dabei arbeitet Audi bei allen drei Arten häufig in enger Kooperation mit Partnern (wie z. B. sozialen Einrichtungen, Vereinen, Universitäten, NGOs oder Social Start-ups) zusammen, um positive Veränderungen in der Gesellschaft, in der Unternehmenskultur und bei den Mitarbeitenden zu bewirken.

Lokales Engagement mit Geschichte

Unternehmen sind gesellschaftliche Akteure. Was sie tun, hat einen Einfluss – positiv wie negativ. Audi ist fest in seinem jeweiligen Umfeld verwurzelt: Rund 87.000 Mitarbeitende und deren Familien leben in der Nähe der Audi Standorte. Dazu kommen Zulieferer, deren Mitarbeitende und Familien sich im Umkreis ansiedeln und deren Leben direkt von Audi beeinflusst wird. [Gesellschaftliches Engagement](#) beziehungsweise Corporate Citizenship hat bei Audi deshalb eine lange Tradition und wird an allen Produktionsstandorten gelebt.

Im Jahr 2023 hat Audi erstmals einen internationalen [Social Day](#) gleichzeitig an allen Produktionsstandorten veranstaltet. Unter dem Motto „[Wir leben Verantwortung](#)“ wurden unter anderem Kindergärten, Pflegeheime, Geflüchtete und Menschen mit Einschränkungen unterstützt. Insgesamt fanden am Audi Social Day mehr als 80 Projekte statt. Rund 1.000 Audi Mitarbeitende der Produktionsstandorte Ingolstadt, Neckarsulm, Győr, Brüssel und San José Chiapa sowie die Kolleg_innen von Audi Business Innovation (ABI) in München und Audi Interaction (AIA) in Berlin und Potsdam beteiligten sich.

Das Engagement setzt sich in [zahlreichen weiteren Aktionen](#) rund um die Audi Standorte fort.

Globales Engagement

Die zweite Art des Commitments von Audi für CSR fokussiert den „Global Impact“, den das Unternehmen haben kann. Ziel ist es, Herausforderungen anzugehen, die gesellschaftlich relevant sind und gleichzeitig einen Bezug zu nachhaltiger Mobilität und der erweiterten Wertschöpfungskette von Audi haben.

Entlang der CSR-Strategie hat sich Audi auf drei Themenfelder fokussiert: erstens „Elektromobilität & Digitalisierung“, zweitens „Circular Economy & Resources“ und drittens „Grüne Energie & Infrastruktur“. Diese Bereiche wurden gezielt ausgewählt, da Audi dort seine Technologien, Erfahrungen, seine Infrastruktur und sein Know-how einsetzen kann, um gesellschaftlichen Fortschritt mitzugestalten. Gleichzeitig kann das Unternehmen von den Partner_innen bei den Projekten lernen und somit eine positive Rückkopplung in der Geschäftstätigkeit generieren.

Das Ziel ist es, langfristige Partnerschaften und Netzwerke zu bilden. Es geht Audi darum, auf einem breiten Fundament Wissen zu generieren und Menschen zu befähigen – über die eigenen Unternehmensgrenzen hinaus. Das „Global Impact“-Engagement von Audi hat also besonders die Förderung von Social-Start-ups und [Wissenschaftskooperationen](#) im Fokus. Dazu zählen etwa Studierendenprojekte, öffentliche Förderprojekte, Abschlussarbeiten, das Audi [Doktorandenprogramm](#), gesellschaftliche Sponsorings, Social Entrepreneurship, Bildungsprogramme und Mitgliedschaften in Nachhaltigkeitsinitiativen. Auch einen regionalen Schwerpunkt setzt Audi hier: den Globalen Süden. Mit Blick auf seine internationalen [Lieferketten](#) will Audi durch gesellschaftliches Engagement seine Verantwortung wahrnehmen.

Bereits seit 2003 unterstützt Audi gemeinsam mit dem Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft Stiftungsprofessuren für fünf beziehungsweise sechs Jahre mit dem Ziel einer anschließenden Verstetigung. Derzeit existieren zwei Stiftungsprofessuren an der Universität der Bundeswehr München im Bereich Beschaffung sowie an der TH Ingolstadt zum Thema KI-Methoden in der Produktion. Darüber hinaus arbeitet Audi mit zahlreichen nationalen und internationalen Hochschulen zusammen, um den Fortschritt in Forschung und Lehre mitzugestalten.

Audi Stiftung für Umwelt

Die [Audi Stiftung für Umwelt](#) wurde 2009 von der AUDI AG als 100-prozentige Tochter ins Leben gerufen. Sie ist Teil ihres gesellschaftlichen und umweltpolitischen Engagements. Die Audi Umweltstiftung hat seit ihrer Gründung zahlreiche Projekte gefördert und begleitet: Dazu zählen beispielsweise ein [internationales Forschungsprojekt zu Eichenwäldern](#), [Projekte zu neuen Recyclingverfahren](#) und zur Entwicklung eines smarten [Mikroplastikfilters](#).

Kommunikation Unternehmen

Linda Kawan
Pressesprecherin Personal
Tel.: +49 841 89-811084
Mobil: +49 152 58811084
E-Mail: linda.kawan@audi.de
www.audi-mediacycenter.com

Kommunikation Unternehmen

Sabrina Kolb
Pressesprecherin Audi Stiftung für Umwelt
Tel.: +49 152 57715666
E-Mail: sabrina.kolb@audi.de



Der Audi Konzern ist einer der erfolgreichsten Hersteller von Automobilen und Motorrädern im Premium- und Luxussegment. Die Marken Audi, Bentley, Lamborghini und Ducati produzieren an 21 Standorten in 12 Ländern. Audi und seine Partner sind weltweit in mehr als 100 Märkten präsent.

2023 hat der Audi Konzern rund 1,9 Millionen Automobile der Marke Audi, 13.560 Fahrzeuge der Marke Bentley, 10.112 Automobile der Marke Lamborghini und 58.224 Motorräder der Marke Ducati an Kund_innen ausgeliefert. Im Geschäftsjahr 2023 erzielte der Audi Konzern bei einem Umsatz von €69,9 Mrd. ein Operatives Ergebnis von €6,3 Mrd. Weltweit arbeiteten 2023 im Jahresdurchschnitt mehr als 87.000 Menschen für den Audi Konzern, davon rund 53.000 bei der AUDI AG in Deutschland. Mit seinen attraktiven Marken sowie einer Vielzahl neuer Modelle setzt das Unternehmen den Weg zum Anbieter nachhaltiger, vollverbundener Premiummobilität konsequent fort.
