



Rupert Stadler,
45: „Ich werde
mich nicht wie ein
Fähnchen im
Wind drehen.“

„Werden Sie Mercedes und BMW schlagen, Herr Stadler?“

Audi | Die Luxusmarke des VW-Konzerns wird bei Autokäufern immer beliebter. Audi-Chef Rupert Stadler über das hohe Wachstumstempo, die Aufholjagd in den USA und das Olympiasponsoring in China

€uro: Herr Stadler, seit 2007 führen Sie den weltweit drittgrößten Hersteller von Premiumautos. Ihr erstes Amtsjahr war das zwölfte Rekordjahr von Audi in Folge. Und für die Zukunft versprechen Sie neue Höchstleistungen. Klingt nach Selbstläufer. Haben Sie einen leichten Job?

Rupert Stadler: Die Frage ist ja sicherlich ironisch gemeint. Leicht hätte ich es vielleicht, wenn ich mich auf den Erfolgen meiner Vorgänger ausruhen würde. Aber dafür bin ich weder der richtige Mann, noch hat mich der Aufsichtsrat dafür berufen.

€uro: Was erwartet der denn von Ihnen?

Stadler: Audi hat ehrgeizige Ziele. So wollen wir die Zahl der jährlich verkauften Autos bis 2015 auf 1,5 Millionen steigern. 2007 waren es bereits 964.000. Die Zahl der Modelle wird sich bis dahin auf 42 fast verdoppeln. Wir müssen auch die Internationalisierung vorantreiben. Bei unserem Wachstumstempo ist es sicher kein Leichtes, Audi in der Spur zu halten, zumal sich auch äußere Bedingungen wie Gesetze und Währungskurse ständig ändern.

€uro: Bis 2015 soll Audi die größte Premiumautomarke der Welt werden. BMW und Mercedes verkauften aber 2007 schon 1,4 und 1,3 Millionen Autos. Glauben Sie wirklich daran, die beiden schlagen zu können?

Stadler: Man muss genau hinhören, was wir sagen: Audi will nicht die größte, sondern soll die erfolgreichste Marke werden. Volumen allein sichert keinen nachhaltigen Erfolg. Es geht auch um Produktqualität, Kundenzufriedenheit, Kundenbindung sowie darum, ein langfristig wettbewerbsfähiges Produktportfo-

lio zu entwickeln und die richtigen Mitarbeiter zu gewinnen. 2007 haben wir allein 600 Akademiker neu eingestellt. 2008 werden es 800 sein. Das nenne ich Zukunftssicherung.

€uro: Audi hat im vergangenen Jahr 33,6 Milliarden Euro Umsatz und 8,7 Prozent Vorsteuerrendite erreicht. Die Rendite war ursprünglich für 2010 geplant. Werden Sie in zwei Jahren auch auf zehn Prozent kommen, wie es Ihr Konkurrent Mercedes plant?

Stadler: Ich werde jetzt keine Ankündigungsrally starten. Aber wir wollen uns natürlich weiter verbessern.

€uro: Ihre Schwachstelle sind die USA. Auf dem größten Automarkt der Welt liegt Audi weit hinter BMW und Mercedes. Warum?

Stadler: Mitte der 80er-Jahre hatte Audi in den USA angebliche Qualitätsprobleme, weshalb der Jahresabsatz von 88.000 auf 12.000 Autos fiel. Der Vorwurf erwies sich später als haltlos, aber es dauerte lange, bis sich die Marke wieder erholte. Das Händlernetz war fast vollständig zusammengebrochen. 1994 haben wir unser Comeback-Programm gestartet und 2007 wieder fast 94.000 Autos verkauft – so viel wie nie zuvor in den USA. Die US-Fachpresse bezeichnet uns als „besten Geheimtipp“ im Premiummarkt. 2008 werden wir mehr als 100.000 Fahrzeuge in den USA absetzen und die Händlernetzqualität weiter verbessern.

€uro: Was bedeutet das konkret?

Stadler: Derzeit verkaufen in den USA etwa 270 Händler für uns, aber nur ein Drittel davon exklusiv ...

€uro: ... da kann neben einem 100.000 Dollar teuren Audi-Sportwagen R8 auch ein →



„Um erfolgreich zu führen, brauche ich Entscheidungsspielraum. Und den habe ich.“ Rupert Stadler im Gespräch mit €uro-Redakteur Mario Müller-Dofel



„Bis zum Jahr 2015 soll Audi der erfolgreichste Premiumautohersteller der Welt werden.“

→ billiger Gebraucher von Chrysler stehen?

Stadler: Theoretisch, ja.

€uro: Und wie findet das ein R8-Käufer?

Stadler: Das passt eben nicht zusammen. Wenn man eine Premiummarke positionieren will, muss man auch den passenden Rahmen und die entsprechende Markenwelt bieten. Wir sind dabei, die Autohäuser aufzuwerten. Zum Beispiel mit hochwertigem Interieur. Und wir machen den Händlern klar, dass sie mit Audi Geld verdienen können. Wer das begreift, steht auch zur Marke. Wir brauchen ein bisschen Geduld, packen das aber.

€uro: Die Benzinpreise steigen rasant, der Spritverbrauch wird deshalb auch in den USA zum Kaufkriterium. Die Nachfrage nach kleinen, sparsamen Autos steigt. Gehen Ihren US-Händlern die Verkaufsargumente aus?

Stadler: Wir sind der Meinung, dass wir mit unserer aktuellen Modellpalette schon sehr attraktive Angebote machen können. Was in Zukunft passen kann, sind Dieselmotoren. Würden 30 Prozent aller Autos in den USA mit Diesel fahren, würde man jährlich 81 Milliarden Liter Kraftstoff sparen. Das ist ein gigantisches Argument in der Umweltdebatte!

€uro: Aber aufgrund hoher Umweltauflagen kosten Diesel-PKW in den USA im Schnitt 3000 Dollar mehr als Benziner. Das tut dem verschuldeten Durchschnittsami schon weh.

Stadler: Wenn der Amerikaner die Umweltdiskussion ernst nimmt, wird er die richtige Entscheidung treffen. Vor zehn Jahren stand die Entwicklung des Diesels in Europa auch

erst am Anfang. Heute ist mehr als jedes zweite Auto mit einem Diesel bestückt.

Warum sollte es in den USA anders kommen?

€uro: Weil Dieselaautos dort so teuer sind.

Stadler: Dafür spart der Käufer 20 bis 30 Prozent Kraftstoff und hat damit pro Tankfüllung fast die doppelte Reichweite.

€uro: Die Daimler AG, Muttergesellschaft von Mercedes, behauptet, Audi würde ihre Dieseltechnologie „BlueTec“ kopieren. Medien zufolge wird Daimler klagen, sollten Sie BlueTec-Modelle auf die Straße bringen. Lassen Sie es drauf ankommen?

Stadler: Diese große mediale Welle ist ganz sanft bei uns gestrandet. Wir sprechen mit Daimler und werden uns verständigen.

€uro: Vor Gericht?

Stadler: Das diskutiere ich nicht in Medien.

€uro: Ihr wachstumsstärkster Absatzmarkt ist China. Welche Ziele haben Sie dort?

Stadler: 2007 waren wir in China die stärkste Premiummarke und haben erstmals mehr als 100 000 Autos verkauft – mit einem enormen Erfolg unseres A6 in der Langversion. Zu den aktuell 130 exklusiven Audihändlern werden in den nächsten zwei, drei Jahren 90 hinzukommen. Bis 2015 wollen wir den Absatz auf 200 000 verdoppeln.

€uro: Audi ist Mitsponsor der umstrittenen Sommerolympiade 2008 in Peking. Ramponieren Sie dadurch das Image von Audi?

Stadler: Das kann ich mir nicht vorstellen. Wir unterstützen die olympische Idee und treten damit für Völkerverständigung,



Frieden und den sportlichen Wettkampf ein.

€uro: In Tibet ist kein Frieden.

Stadler: Jeder sieht die Probleme dort und wir hoffen, dass sie schnellstmöglich gelöst werden. Aber wir müssen die politische Diskussion, die auf anderen Ebenen geführt wird, vom sportlichen Engagement lösen und die Überhitzung aus der Debatte nehmen.

€uro: Sie können sich aber nicht einfach der politischen Diskussion entziehen. Schon, weil Sie die Öffentlichkeit da mit hineinzieht.

Stadler: Würde ich mich entziehen wollen, würde ich jetzt nicht mit Ihnen sprechen.

Aber ich werde mich nicht wie ein Fähnchen im Wind drehen. Audi hat sich wie viele andere Unternehmen zur olympischen Idee bekannt und bleibt seinem Engagement treu.

€uro: Sie haben eine PR-Aktion anlässlich des Fackellaufs in Tibet abgesagt. Ist Ihnen die Sache zu heiß geworden?

Stadler: Wir haben die Aktion bereits im Februar abgesagt, weil wir gemerkt haben, dass es logistisch zu aufwendig ist, am Mount Everest in einer Höhe von 5000 Metern ein Journalisten-Programm mit unserem neuen Geländewagen Audi Q5 zu bestreiten. Wir haben die Weltpremiere des Q5 bei der Peking Motorshow im April gefeiert.

€uro: Sie bezeichnen Vertrieb und Service als „Baustelle“ bei Audi. Was wird der seit April amtierende Vertriebsvorstand Peter Schwarzenbauer als Erstes angehen?

Stadler: Wir müssen hier professioneller werden, also auch noch freundlicher und noch

schneller. Wenn einem Kunden zum Beispiel gesagt wird, dass eine Reparatur am nächsten Tag um 14 Uhr abgeschlossen ist, sollte das auch eingehalten werden. Sollte es doch länger dauern, muss er auch mal für ein paar Tage einen A6 für seinen A4 fahren dürfen. Wir wollen unsere Kunden positiv überraschen! Wer eine Marke voranbringen will, braucht loyale Kunden. Studien belegen zwar, dass wir bei der Kundenzufriedenheit im Service zugelegt haben. Aber wir sind noch nicht da, wo wir sein wollen. Herr Schwarzenbauer ist angetreten, um das zu ändern.

€uro: Vor seinem Antritt war er Nordamerika-Chef des Sportwagenbauers Porsche, der seit Kurzem Ihre Muttergesellschaft Volkswagen, also auch Audi, kontrolliert. Haben Sie sich ihn sich ausgesucht oder Porsche?

Stadler: Er steht auf der Audi-Gehaltsliste, arbeitet in meinem Team und ich bin dafür verantwortlich, es zusammenzustellen. Herr Schwarzenbauer bringt Top-Expertise mit und wird bei Audi bestens aufgenommen.

€uro: Es heißt, Porsche wolle bei Audi „Abgesandte“ installieren. Man könnte meinen, Sie werden bevormundet.

Stadler: Das Gefühl habe ich nicht. Das wäre auch kontraproduktiv. Um Audi erfolgreich zu führen – und das wollen alle Anteilseigner – brauche ich Entscheidungsspielraum. Und den habe ich.

€uro: Der heutige Volkswagen-Chef, Ihr Vorgänger Martin Winterkorn, saß als Audi-Chef auch im VW-Vorstand. Sie aber nicht, obwohl Audi ein Drittel zum Konzernumsatz und die Hälfte zum Konzerngewinn beiträgt. Ärgert Sie das?

Stadler: Als Mitglied der erweiterten Konzernführung, in den Konzernvorstandssitzungen und im Vorstandsausschuss Produktplanung treffe ich Herrn Winterkorn mindestens einmal pro Woche, um Audi zu vertreten. Damit bin ich sehr zufrieden.

€uro: Vielen Dank für das Gespräch.

Das ausführliche Interview lesen Sie im Internet unter www.euro-magazin.de. Dort spricht Audi-Chef Rupert Stadler auch über seine Wachstumsziele für 2008, neue Produkte wie den Kleinwagen Audi A1, der 2010 eingeführt wird, und die Bedeutung des Großaktionärs Porsche für Audi.

Rupert Stadler wurde am 17. März 1963 im oberbayerischen Titting geboren. Nach dem Besuch eines katholischen Internats studierte er Betriebswirtschaft an der Fachhochschule Augsburg. Seine Berufslaufbahn begann beim Elektronikkonzern Philips in Nürnberg. Im Jahr 1990 wechselte Stadler als Controller zur Volkswagen-Tochter Audi. Vier Jahre später zog er nach Barcelona, um VW Spanien als kaufmännischer Geschäftsführer zu leiten. 1997 folgte Stadler dem Ruf des damaligen VW-Vorstandsvorsitzenden Ferdinand Piëch, heute Aufsichtsratschef, in die Wolfsburger VW-Zentrale. Dort wurde er Piëchs Büroleiter. 2003 kehrte Stadler nach Ingolstadt zurück – als Finanzvorstand von Audi unter Vorstandschef Martin Winterkorn. Als Winterkorn Anfang 2007 VW-Chef wurde, rückte Stadler auf den Vorstandsvorsitz von Audi nach. Der 45-Jährige ist verheiratet und Vater von drei Kindern.