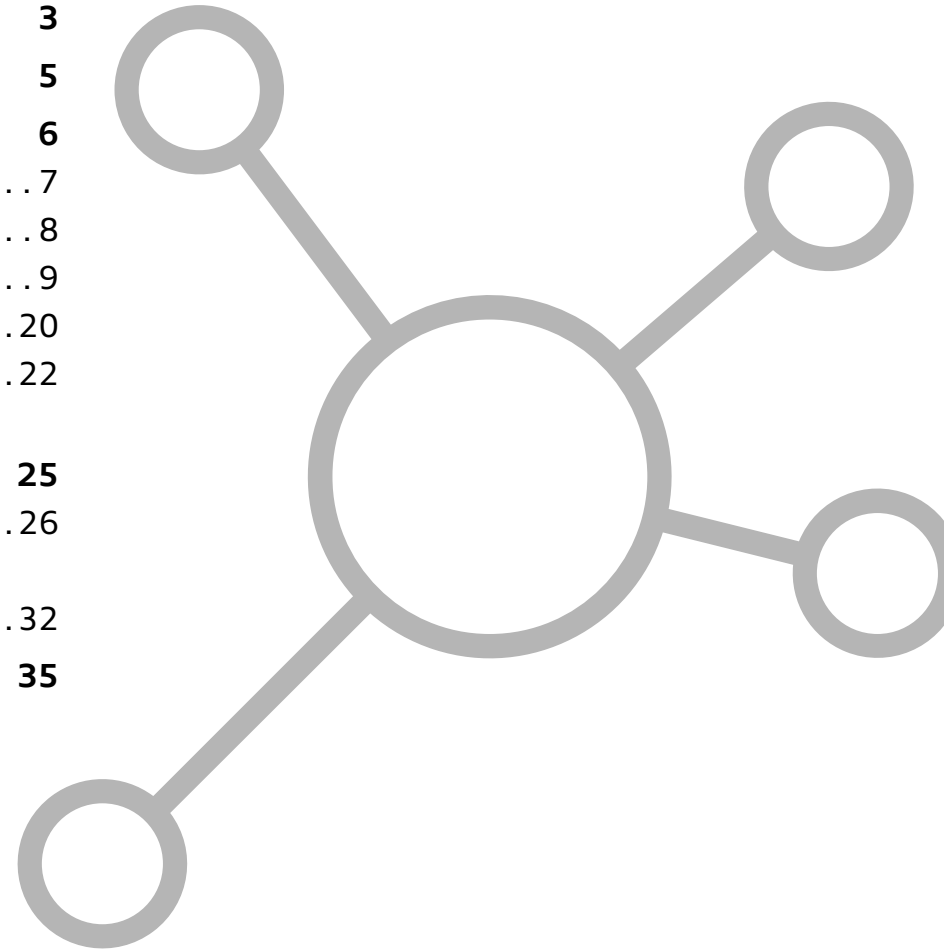


Booklet of Policies

Inhalt

Vorwort des Vorstands	3
Überblick	5
Nachhaltige Unternehmensführung	6
Code of Conduct.	7
Gemeinsame Unternehmenspolitik	8
Achtung und Einhaltung der Menschenrechte	9
Diversity & Inclusion	20
Künstliche Intelligenz	22
Verantwortungsvolle Kommunikation und Interessenvertretung	25
Werbe- und Kommunikationsgrundsätze.	26
Grundsätze und Leitlinien für Politische Interessenvertretung der AUDI AG.	32
Impressum	35



Vorwort des Vorstands

Die AUDI AG ist ein weltweit aktives Unternehmen mit einer komplexen Wertschöpfungskette. Bei der AUDI AG geht es um Mobilität: Hochwertige Automobile, die für einen hohen Anspruch an Qualität, Technik und Design stehen. Dazu kommen immer mehr Dienstleistungen, die Mobilität für Kundinnen und Kunden einfacher und attraktiver gestalten sollen.

Unsere Geschäftstätigkeit berührt viele Lebensbereiche von Menschen und hat Auswirkungen auf die Umwelt. Um dieser Verantwortung gerecht zu werden, haben wir einerseits interne Regelungen und Prozessvorgaben eingeführt, damit unsere Abläufe möglichst reibungsarm und im Einklang mit geltenden Gesetzen sind. Andererseits braucht ein Unternehmen unserer Größe auch Werte und Grundsätze, die unseren Führungskräften und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Orientierung geben, die die

Haltung der AUDI AG wiedergeben und die helfen, wenn gerade keine konkrete Vorgabe zur Hand ist, um ein Problem zu lösen. Vertrauen, Mut, Verantwortung und Begeisterung prägen das Handeln der AUDI AG. Vertrauen schafft die Basis für langfristige Beziehungen, Mut treibt die Entwicklung neuer Technologien voran, Verantwortung stellt sicher, dass Entscheidungen nachhaltig und ethisch begründet getroffen werden, und Begeisterung ist schließlich der Motor, der jeden Schritt mit Leidenschaft und Engagement antreibt.

Wir haben deswegen alle Grundsatzserklärungen in dieser kompakten Broschüre zusammengefasst. Häufig geht es um das „richtige“ Handeln bei der täglichen Arbeit und bei Entscheidungen. Und es geht immer auch darum, Risiken für Menschen, für Umwelt und für unser Unternehmen zu erkennen und zu vermeiden.

Unsere Aufforderung an Sie als Mitarbeiterin,
als Mitarbeiter, als Führungskraft: Lesen Sie
diese Grundsätze, denken Sie darüber nach,
wie Sie diese Grundsätze in Ihrer Arbeit

umsetzen können – und sprechen Sie vor
allem in Ihrem Team darüber.

Ingolstadt, April 2026



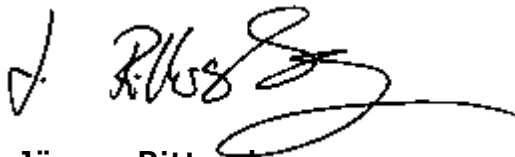
Gernot Döllner
Vorsitzender des Vorstands AUDI AG



Dieter Dehoorne
Mitglied des Vorstands AUDI AG,
Beschaffung



Rouven Mohr
Mitglied des Vorstands AUDI AG,
Technische Entwicklung



Jürgen Rittersberger
Mitglied des Vorstands AUDI AG,
Finanz, Recht und IT



Javier Ros Hernández
Mitglied des Vorstands AUDI AG,
Personal



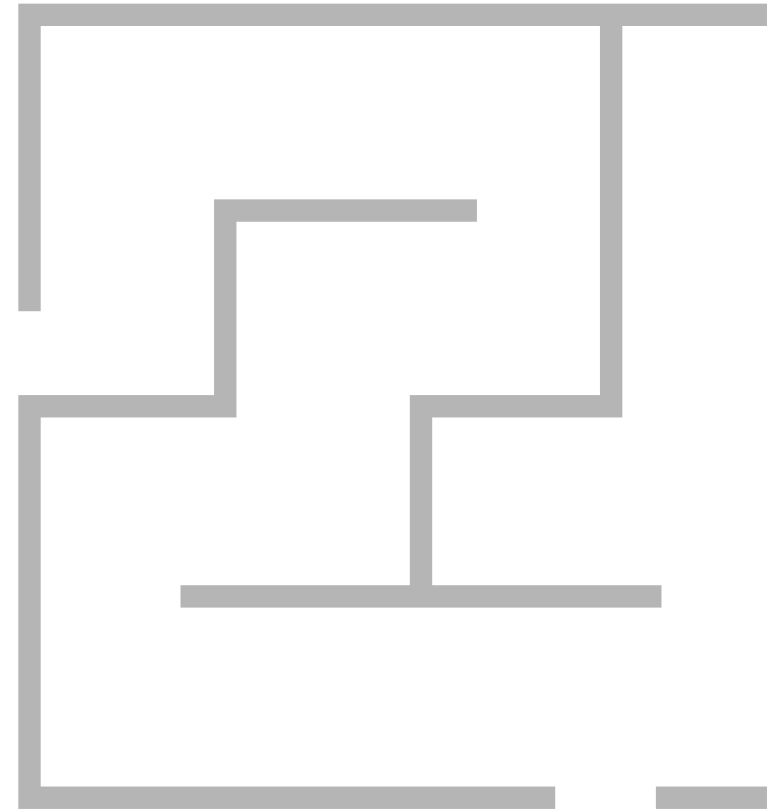
Marco Schubert
Mitglied des Vorstands AUDI AG,
Vertrieb und Marketing



Gerd Walker
Mitglied des Vorstands AUDI AG,
Produktion, Logistik und Beschaffung

Überblick

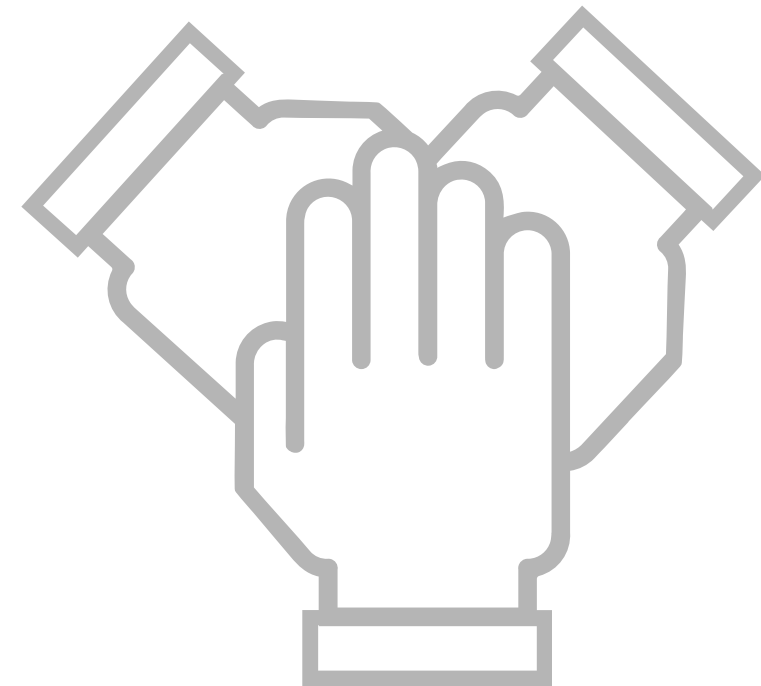
Das Booklet bietet einen Überblick über die zentralen Themen, die für eine nachhaltige und ethische Unternehmensführung von Bedeutung sind. Ziel ist es, Transparenz zu schaffen, die Verpflichtung des Unternehmens zu einer verantwortungsvollen Geschäftspraxis zu demonstrieren und vor allem Orientierung für das tägliche Arbeiten und Entscheiden zu geben.



Nachhaltige Unternehmensführung

Unser Engagement für Nachhaltigkeit ist fest in unseren Werten und unserer Unternehmenskultur verankert. Wir nehmen unsere Verantwortung gegenüber der Umwelt, unseren Mitarbeitenden und der Gesellschaft ernst und engagieren uns aktiv für eine zukunftsfähige Entwicklung. Unser Code of Conduct dient dabei als Basis für verantwortungsvolles und werteorientiertes Handeln. Wesentliche Elemente einer nachhaltigen Unternehmensführung bilden für uns die Förderung der Menschenrechte und einer inklusiven Unternehmenskultur sowie die verantwortungsvolle Nutzung Künstlicher Intelligenz.

In den Bereichen Qualität, Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit, Umwelt sowie Energie haben wir Managementsysteme etabliert, um externe und interne Anforderungen einzuhalten und uns kontinuierlich zu verbessern.



Code of Conduct

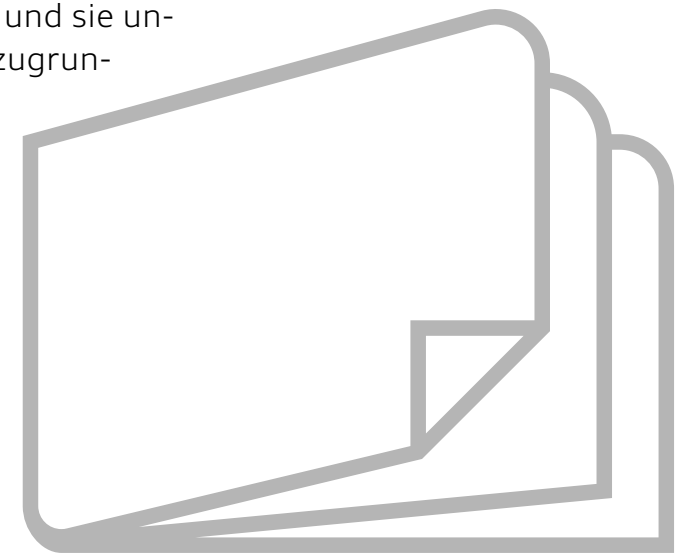
Der Code of Conduct, unser CODE, ist das ethische und wertebasierte Fundament für integrires und regelkonformes Handeln im Audi Konzern. Er gilt als verbindliche Leitlinie für alle Beschäftigten in allen Marken und Gesellschaften – weltweit.

Gemeinsam tragen wir Verantwortung für unsere Zusammenarbeit, unser Arbeitsumfeld, Umwelt, Nachhaltigkeit und die Gesellschaft. Wir begegnen uns und allen anderen Menschen mit Respekt, Fairness und auf Augenhöhe. Wir zeigen Haltung. Unsere Werte und Prinzipien vertreten wir standhaft und mutig – unabhängig von zeitlichem, ökonomischem oder sozialem Druck.

Wir sind überzeugt: Für das Vertrauen in unser Unternehmen, unsere Produkte, Dienstleistungen und Innovationen ist es entscheidend, dass wir uns alle, Mitarbeitende, Vorstandsmitglieder und Führungskräfte, jederzeit aufrichtig verhalten.

Die Einhaltung unseres CODES liegt in der persönlichen Verantwortung aller Beschäftigten. Nun ist es an uns, uns mit seinen Grundsätzen vertraut zu machen und sie unseren täglichen Entscheidungen zugrunde zu legen. Für einen Konzern in Bewegung, für den Schutz von Menschen und Umwelt, für künftige Generationen.

Code of Conduct



Gemeinsame Unternehmenspolitik

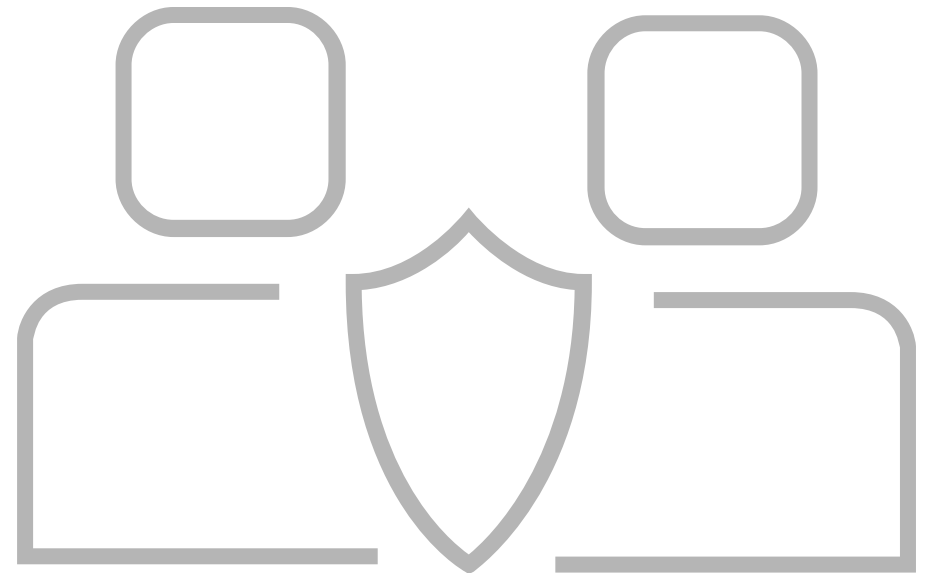
Die gemeinsame Unternehmenspolitik legt die Grundsätze, Ziele und Verpflichtungen der AUDI AG in Bezug auf die folgenden Managementsysteme fest:

- » Qualität,
- » Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit,
- » Umwelt und Energie

Die gemeinsame Unternehmenspolitik dient als Leitlinie für alle Vorstandsmitglieder, Führungskräfte und Mitarbeitenden und stellt sicher, dass die Aktivitäten und Prozesse der Organisation auf die Erreichung der festgelegten Ziele ausgerichtet sind. Sie beinhaltet eine Verpflichtung zur fortlaufenden Verbesserung und ein Bekenntnis zur Einhaltung aller gesetzlichen und regulatorischen Anforderungen im Anwendungsbereich der vorgenannten Managementsysteme.

Gemeinsame

Unternehmenspolitik



Achtung und Einhaltung der Menschenrechte

Präambel

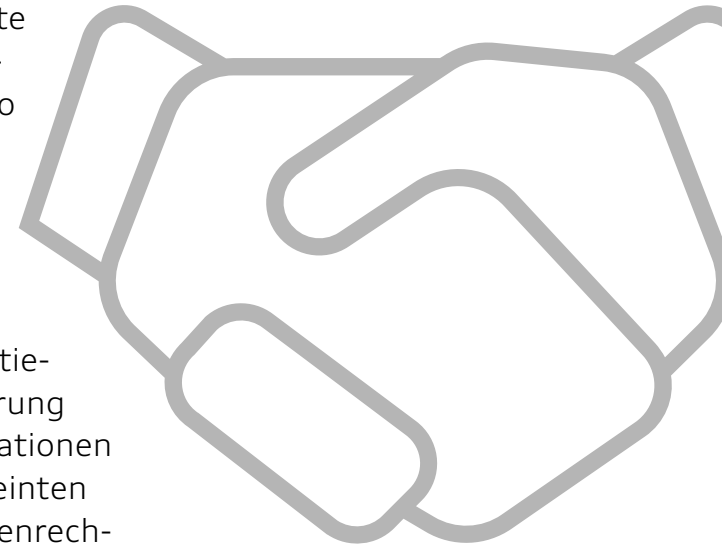
Die Wertschöpfungskette des Audi Konzerns ist verzweigt, vielschichtig und an vielen Stellen mit den Prozessen des Volkswagen Konzerns verwoben. Zudem steht die AUDI AG vor der Herausforderung, wirtschaftliche Werte zu schaffen, um Arbeitsplätze zu erhalten und dabei gleichzeitig bei allen Prozessen, die wir beeinflussen, Menschen und Umwelt vor negativen Auswirkungen zu bewahren.

Nach unserem Verständnis ist die automobiler Zukunft elektrisch, nachhaltig und digital. Das vorliegende Dokument soll die Haltung der AUDI AG zu Menschenrechten in allen drei ESG-Bereichen (Environment, Social und Governance) klar beschreiben. Die Audi Menschenrechtsstrategie ist daher eng verknüpft mit der Unternehmensstrategie. Unser Ziel ist, in dieser komplexen Wertschöpfungskette, die Fahrzeuge, Dienstleistungen, Software und KI-gestützte Anwendungen umfasst,

dafür zu sorgen, dass Menschenrechte und Umweltschutz beachtet und eingehalten werden. Denn es ist klar: Wo Menschen arbeiten, entstehen nicht nur Werte, es gibt immer auch Risiken, Fehler und Verstöße.

Menschenrechtsstrategie

Bei der Umsetzung dieses Ziels orientieren wir uns an der Universellen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen von 1948, den Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Wirtschaft und Menschenrechte, den OECD-Leitlinien für Multinationale Unternehmen und den Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation. Unsere Erwartungen an unsere Beschäftigten weltweit und an Geschäftspartner haben wir im Code of Conduct für unsere Beschäftigten und im Code of Conduct für Geschäftspartner festgelegt. Der Code of Conduct wird allen, auch neu hinzugekommenen Beschäftigten, mitgeteilt und gehört damit zum verbindlichen Regelwerk des Unternehmens.



Es geht um klare und transparente Regeln, um Risikoanalyse, um Prävention, aber auch um funktionierende Meldekanäle, um klare Reaktion bei Verstößen und Abhilfe für Betroffene. Dennoch ist uns klar, dass Achtung und Einhaltung der Menschenrechte in einem großen Unternehmen wie dem Audi Konzern niemals eine abgeschlossene Aufgabe sein wird und deswegen kontinuierliche Bemühungen erfordert.

Unsere Menschenrechtsstrategie und unser Handeln auf diesem Gebiet schließen daher drei wesentliche Prämissen ein:

- » **Ehrlichkeit:** Wir sprechen Risiken, Probleme und Verstöße offen an und erwarten dies von unseren Beschäftigten und Geschäftspartnern. Wir kommunizieren zu Menschenrechtsthemen transparent gegenüber unseren Stakeholdern.
- » **Perspektivenwechsel:** Als Unternehmen achten wir seit Langem auf Risiken, die unser Geschäft betreffen. Bei Menschenrechten und Umwelt geht es aber auch da-

rum, den Blick auf die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf Menschen und Umwelt zu richten, weswegen wir einen Wechsel der Perspektive bei Geschäftsentscheidungen anstreben.

- » **Wirksamkeit:** Als weltweit tätiges Unternehmen stehen wir klar in einer Wechselwirkung mit Menschen und Umwelt. Es ist unser Ziel, Methoden zu entwickeln, damit Maßnahmen, die wir in unserer Verantwortung für die Achtung und Einhaltung der Menschenrechte ergreifen, im Interesse der betroffenen Menschen spürbar und wirksam sind.

In Ergänzung zu den für uns geltenden Gesetzen haben wir uns als Unternehmen zahlreiche Selbstverpflichtungen auferlegt und bekennen uns zu weltweit anerkannten Standards in Bezug auf Menschenrechte, Arbeitsbedingungen und Umweltschutz. Zudem haben wir uns in der AUDI AG auf Werte, Verhaltenskodizes sowie auf Grundsätze der Unternehmensführung und der

Zusammenarbeit mit Beschäftigten geeinigt. Stellvertretend seien hier der Global Compact der Vereinten Nationen, die Volkswagen Sozialcharta, die Audi Umweltpolitik oder die Grundsatzerklärung Arbeits- und Gesundheitsschutz genannt.

Zahlreiche interne Richtlinien konkretisieren unsere Ziele und Erwartungen in unserem eigenen Wirkungsbereich. Verantwortlichkeiten für die Umsetzung der Sorgfaltspflichten aus dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) haben wir in Unternehmensrichtlinien klar festgelegt, um das Risiko zu minimieren, dass wir uns als Unternehmen mitschuldig an Menschenrechtsverletzungen machen. Dabei dient das bereits im Unternehmen etablierte „Drei-Linien-Modell“ als Ordnungsrahmen. Wir kommunizieren aktiv und führen Qualifizierungsmaßnahmen für alle Mitarbeitenden durch, insbesondere Führungskräfte und Zulieferer.

Risikomanagement

Um unsere Sorgfaltspflichten zu erfüllen, haben wir nach der Analyse bestehender Prozesse ein mehrstufiges Risikomanagement aufgebaut, das den Blick sowohl nach innen ins Unternehmen, aber auch nach außen in die Lieferkette und auf die Auswirkungen unserer Aktivitäten auf Menschen und Umwelt richtet. Wir erheben, analysieren und priorisieren menschenrechtliche und umweltbezogene Risiken und leiten daraus Maßnahmen zur Prävention ab. Dies tun wir mindestens jährlich oder immer dann, wenn es Anlässe gibt, um mit neu aufkommenden Risiken oder Vorfällen angemessen umzugehen.

Bei der Beurteilung berücksichtigen wir grundsätzlich Art und Umfang unserer Geschäftstätigkeit im Zusammenhang mit dem Risiko, unsere Fähigkeit, den unmittelbar Verantwortlichen für ein damit zusammenhängendes Risiko zu beeinflussen (Einflussvermögen), die zu erwartende Schwere (Umkehrbarkeit, Ausmaß, Umfang) und

Wahrscheinlichkeit einer potenziellen Verletzung sowie die Art des Verursachungsbeitrags der AUDI AG zum Risiko.

Verfahren der Risikoanalyse im eigenen Geschäftsbereich und bei Zulieferern

Die Risikoanalyse im eigenen Geschäftsbereich erfolgt in zwei Schritten, in Form der abstrakten und konkreten Risikoanalyse. Zur abstrakten Betrachtung von Risiken werden insbesondere branchen-/geschäftsmodellspezifische und länderspezifische Risiken identifiziert. Die konkrete Ermittlung von Risiken erfolgt jährlich anhand von Fragebögen, die wir mit Blick auf die LkSG-Rechtspositionen, insbesondere unter Berücksichtigung von Länder- und Branchenrisiken, an ausgewählte Audi Fachbereiche sowie Gesellschaften des Audi Konzerns versendet haben. Hieraus werden die priorisierten Risiken entsprechend den Vorgaben des LkSG abgeleitet.

Für die Beschaffung findet ebenfalls ein mehrstufiger Prozess der Risikoanalyse Anwendung. Die neue Methodik für die regel-

mäßige Risikoanalyse der unmittelbaren Zulieferer ermittelt und priorisiert sowohl abstrakte als auch konkrete schutzgutspezifische Risiken. Die abstrakte Risikoanalyse berücksichtigt vor allem Länderrisiken, Produkt- und Dienstleistungsgruppen sowie die Komplexität der Lieferkette. In der konkreten Analyse werden die vorherigen Ergebnisse über interne und externe Erkenntnisse, insbesondere Branchenstudien und Rohstoffrisiken, und Risikofaktoren weiter konkretisiert. Die Zuordnung der sich so ergebenden Risiken erfolgt anhand von definierten Risikofaktoren je Schutzgut. Am Ende werden die ermittelten Risiken unter Anwendung der Angemessenheitskriterien priorisiert.

Ergebnisse der Risikoanalyse

Auf Grundlage der regelmäßigen Risikoanalyse im eigenen Geschäftsbereich für das Jahr 2024 haben wir keine Risiken priorisiert. Seit der letztjährigen Analyse arbeiten wir stetig am weiteren Ausbau von allgemeinen und spezifischen Präventionsmaßnahmen.

Aufgrund der aktualisierten Risikoanalyse in der Lieferkette haben wir zum Zeitpunkt der Veröffentlichung für unmittelbare Zulieferer folgende Risiken priorisiert: Missachtung von Arbeitsschutz und arbeitsbedingten Gesundheitsgefahren, Zerstörung der natürlichen Lebensgrundlage durch Umweltverunreinigungen, Zwangsarbeit, Kinderarbeit, Vorenthalten eines angemessenen Lohns, Ungleichbehandlung in der Beschäftigung und Nichteinhaltung der Bestimmungen des Basler Übereinkommens.

Generell nehmen wir jedes Risiko mit möglichen negativen Auswirkungen auf Menschen und Umwelt in den Blick, die direkt oder indirekt mit unserer Geschäftstätigkeit an unseren Standorten und in unseren globalen Lieferketten zusammenhängen.

Prävention

Im Compliance-Management-System stellen Compliance- und Integritäts-Trainings eine wichtige Präventivmaßnahme dar, um Mitarbeitende und Führungskräfte für bestehende

und potenzielle Risiken zu sensibilisieren und um Verstößen entgegenzuwirken. Alle Trainingsmaßnahmen werden im Rahmen von standardisierten Prozessen jährlich geprüft, bei Bedarf aktualisiert und kontinuierlich verbessert. Um in den relevanten Geschäftsbereichen die nötigen Kenntnisse für die wirksame Umsetzung spezifischer Elemente menschenrechtlicher Sorgfaltsprozesse zu vermitteln, erhalten alle Beschäftigten dedizierte Schulungen. Deswegen haben wir ein verpflichtendes menschenrechtliches Training für alle Beschäftigten des Audi Konzerns einschließlich der Vorstands- und Geschäftsführungsmitglieder eingeführt, das bestehende Qualifikationsmaßnahmen ergänzt.

Im Audi Konzern sind bereits viele Prozesse und Regelungen etabliert, um menschenrechtliche und umweltbezogene Risiken zu verringern, insbesondere im Personalbereich, bei der Beauftragung von Sicherheitsdiensten, im Gesundheits- und Arbeitsschutz, bei Immobiliengeschäften, bei der Prüfung neuer Geschäftsverbindungen, bei betrieblichem

und produktbezogenem Umweltschutz und in der Lieferkette. Es wurden und werden im eigenen Geschäftsbereich unverzüglich spezifische auf das jeweilige Risiko zugeschnittene Präventionsmaßnahmen ergriffen.

Spezielle Umsetzung in der Lieferkette

Kernelement des Managements unserer Zulieferunternehmen sind die „Anforderungen des Volkswagen Konzerns zur Nachhaltigkeit in den Beziehungen zu Geschäftspartnern“ – der Code of Conduct für Geschäftspartner. Dort sind unsere Erwartungen an das Verhalten von Geschäftspartnern in Bezug auf zentrale Sozial-, Integritäts-, und Umweltstandards festgehalten. Das Engagement in diesem Bereich haben wir an drei strategischen Schwerpunktthemen ausgerichtet: Umwelt, Menschen und Innovation.

Unser Ziel ist, auf Basis der definierten Anforderungen gemeinsam mit unseren Zulieferunternehmen in einer partnerschaftlichen Beziehung risikobasiert den Weg zu mehr Nachhaltigkeit und Verantwortung zu be-

schreiten. Dazu müssen wir die wesentlichen Nachhaltigkeitsrisiken in unseren Lieferketten kennen und wirksam adressieren.

Die Überprüfung von Zulieferern vor einer Auftragsvergabe erfolgt grundsätzlich nach einer ersten, abstrakten Risikoanalyse entsprechend der Zuordnung der möglichen Geschäftspartner in verschiedene Risikoklassen. Risikobasiert kommen Instrumente wie Selbstauskunft (Self Assessment Questionnaire) und gegebenenfalls Vor-Ort-Prüfung zum Einsatz. Die einzelnen Instrumente prüfen im Sinne eines Nachhaltigkeitsratings Managementsysteme, Richtlinien und Nachhaltigkeitsleistung des Zulieferers in Bereichen wie Unternehmensführung, Umwelt, Soziales, Menschenrechte, Compliance und Zulieferermanagement. Das Nachhaltigkeitsrating zeigt Möglichkeiten zur kontinuierlichen Verbesserung des Zulieferers auf und leistet somit einen Beitrag zur Vorbeugung und Minimierung von Risiken. Dieses Nachhaltigkeitsrating ist unmittelbar relevant für die Entscheidung, ob ein Auftrag vergeben werden kann oder nicht.

Die systematische Weiterbildung unserer Zulieferunternehmen ist ein zentraler Baustein unserer Präventionsmaßnahmen. Um unsere Geschäftspartner im Sinne dieser Grundsatz-erklärung zu befähigen, führen wir Online-Schulungen durch, beispielsweise zu unseren Anforderungen aus dem Code of Conduct für Geschäftspartner sowie dem Nachhaltigkeitsrating und dessen Umsetzung. Zudem bieten wir ein vertiefendes Trainingsprogramm zur Umsetzung menschenrechtlicher Sorgfaltspflichten an.

Beschwerdeverfahren

Wir haben die Meldeprozesse für die Lieferkette und unsere eigenen Geschäftsaktivitäten weiter ausgebaut: Hinweise können jetzt auch per Sprachnachricht über Telefon und mit Hilfe einer Smartphone-App abgegeben werden. Grundsätzlich können Beschwerden in jeder Sprache abgegeben werden. Durch diese Prozesse sind wir in der Lage, Hinweise auf Risiken oder Verstöße aufzunehmen und konkrete Maßnahmen daraus abzuleiten. Ziel unseres Beschwerdemanagements ist, nach-

teilige menschenrechts- und umweltbezogene Auswirkungen durch unser Unternehmen im Rahmen unserer Geschäftsaktivitäten und entlang der Lieferkette zu erkennen, ihnen vorzubeugen und Abhilfe zu schaffen. Jede Beschwerde, jeder Hinweis auf mögliche Menschenrechtsverletzungen und Verletzungen umweltbezogener Pflichten in unserem eigenen Geschäftsbereich und unserer Lieferkette wird im Rahmen eines standardisierten Prozesses bearbeitet.

Wie wir mit Beschwerden, ob anonym oder nicht, umgehen, wie Hinweisgeber geschützt und über den Ausgang der Verfolgung der Beschwerden informiert werden, haben wir in einer Verfahrensordnung niedergelegt, die allgemein zugänglich und in zehn Sprachen im [Internet](#) verfügbar ist. Diese Verfahrensordnung wurde hinsichtlich der Meldekanäle aktualisiert und den Erfordernissen des LkSG angepasst. Der Audi Konzern hat ein Beschwerdemanagement mit zwei dahinterliegenden Prozessen etabliert:

» **Audi Hinweisgebersystem**

Das Hinweisgebersystem ist Anlaufstelle und zentraler Eingangskanal für Hinweise auf potenzielle menschenrechtliche und umweltbezogene Risiken sowie Regelverstöße jeglicher Art. Mitarbeitende, aber auch Geschäftspartner und Kunden haben weltweit die Möglichkeit, über verschiedene Kanäle Fehlverhalten von Beschäftigten des Audi Konzerns zu melden. Im gesamten Prozess gilt strikte Vertraulichkeit und Geheimhaltung. Das Hinweisgebersystem garantiert den höchstmöglichen Schutz für Hinweisgebende und alle Personen, die mitwirken oder dazu beitragen, Fehlverhalten und Regelverstöße aufzuklären und abzustellen. Die Benachteiligung von Hinweisgebenden und mitwirkenden Personen ist grundsätzlich ein schwerer Regelverstoß und wird nicht geduldet. Gleichzeitig wahrt das Hinweisgebersystem die Interessen der Betroffenen. Für sie gilt die Unschuldsvermutung, solange ein Verstoß nicht nachgewiesen ist.

» **Supply Chain Grievance Mechanism**

Wichtiger Bestandteil des nachhaltigen Lieferkettenmanagements ist der Supply Chain Grievance Mechanism (Beschwerdemechanismus), mithilfe dessen wir Hinweisen auf mögliche Verstöße gegen unsere Nachhaltigkeitsanforderungen nachgehen. Der Prozess des Beschwerdemechanismus für die Lieferkette ist mit dem Prozess des Audi Hinweisgebersystems verbunden. Die Beschwerdewege sind für sämtliche potenziell Betroffene und Stakeholder offen. Greifen die eingeleiteten Abhilfe- bzw. Korrekturmaßnahmen nicht, ist bei besonders schweren Verstößen eine Blockierung für Neuvergaben möglich sowie als Ultima Ratio auch die Beendigung der Geschäftsbeziehung.

Darüber hinaus besteht für Mitarbeitende wie für Externe die Möglichkeit, potenzielle Regelverstöße unserer Zulieferunternehmen an die Arbeitnehmervertretungen des Audi Konzerns sowie die Gewerkschaftsverbände zu adressieren.

Abhilfe

Wenn wir einen begründeten Verdacht oder einen konkreten Anhaltspunkt für mögliche menschenrechts- und umweltbezogene Verletzungen im Audi Konzern oder entlang unserer Lieferkette haben, untersuchen wir dies gründlich entsprechend unseren etablierten Prozessen. Wird in unserem eigenen Geschäftsbereich ein Verstoß nachgewiesen, ergreifen wir Abhilfemaßnahmen, um den Verstoß durch geeignete Maßnahmen zu minimieren oder zu beenden. Wird ein Verstoß bei einem unmittelbaren Zulieferunternehmen nachgewiesen, verpflichten wir das Zulieferunternehmen, uns bei der Feststellung des zugrunde liegenden Sachverhalts zu unterstützen und in vollem Umfang an einem Konzept mitzuwirken, um innerhalb eines angemessenen Zeitrahmens auf Abhilfe hinzuwirken. Maßnahmen zur Abhilfe sind nach unseren Regelungen sowohl im eigenen Geschäftsbereich als auch in der Lieferkette immer auf Basis einer Ursachenanalyse für einen Verstoß zu definieren und im Sinne der Rechteinhabenden bzw. der Schutzgüter

durchzuführen. Die Ergebnisse der Ursachenanalysen müssen ebenso in das menschenrechtliche Risikomanagement und die Gestaltung von Präventionsmaßnahmen einfließen.

Wirksamkeitsüberprüfung

Präventions- und Abhilfemaßnahmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette müssen immer dokumentiert und auf ihre Wirksamkeit hin überprüft werden. Wir überprüfen zudem gemäß unseren internen Regelungen generell mindestens einmal jährlich und auf Ad-hoc-Basis, wie wirksam unsere Maßnahmen sind, einschließlich des Beschwerdeverfahrens. Innerhalb unseres Unternehmens führen wir zudem risikobasierte Audits durch und gehen Hinweisen auf mögliche Verstöße nach. In unserer Lieferkette überprüfen wir die Wirksamkeit von Maßnahmen, indem wir die Ergebnisse unserer kontinuierlichen Analyse der Menschenrechtsrisiken und -auswirkungen überwachen.

Darüber hinaus führen wir risikobasierte Audits unserer direkten Zulieferunternehmen durch, z.B. in Form von Dokumentenprüfungen, Online-Bewertungen und Vor-Ort-Prüfungen. Wo immer möglich, werden potenziell betroffene Personen oder zumindest deren Vertreter eingebunden. Dies gilt auch im Hinblick auf die vorgenannten Prüfungen für die Konsultation der Rechteinhabenden.

Dokumentationspflicht

Damit Vorgänge, Hinweise, Maßnahmen oder auch Verstöße in Sachen der Menschenrechte nachvollziehbar bleiben, haben wir in internen Regelungen des Audi Konzerns festgelegt, dass Aktivitäten rund um das Thema LkSG dokumentiert werden müssen, und dass diese Aufzeichnungen mindestens sieben Jahre aufzubewahren sind.

Dialog und fortlaufende Verbesserung

Achtung und Einhaltung der Menschenrechte erfordern einen dynamischen Prozess und ein stetiges Aufeinander-Hören und Nachjustieren. Daher führen wir Stakeholder-Dialogver-

anstaltungen mit Experten (vertreten durch Personen aus Wirtschaft, Wissenschaft, Verbänden und Gewerkschaften sowie Nicht-regierungsorganisationen) durch und wollen den Dialog verstetigen. Der Dialog soll uns helfen, die Situation in unserer Wertschöpfungskette bis hin zum Rohstoffabbau zu verstehen, Konzepte zu durchdenken und anzuwenden, die zu strukturellen Veränderungen führen können.

Wir sind auch in Ländern aktiv, in denen geltende Gesetze die direkte Umsetzung menschenrechtsbezogener Ziele und Grundsätze erschweren oder unmöglich machen. In diesen Fällen suchen wir nach praktikablen Lösungen, um die Anforderungen aus den unveräußerlichen Menschenrechten und der nationalen Gesetzgebung so weit wie möglich anzunähern.

Ehrlichkeit, Perspektivenwechsel und Wirksamkeit sind wesentliche Prämissen der Menschenrechtsstrategie, und sie sollen von unseren internen und externen Stakeholdern

auch eingefordert werden. Wir verpflichten uns deshalb, diese Strategie mit konkreten Maßnahmen zu unterlegen und jährlich im Sinne einer fortlaufenden Verbesserung zu überprüfen und gegebenenfalls zu verändern.

Dies gilt auch für alle Prozesse zur Achtung und Einhaltung von Menschenrechten und in Bezug auf Umweltschutz.

Menschenrechtsbeauftragter: Überwachung und Berichterstattung

Die Ergebnisse dieser Bemühungen kommunizieren wir intern wie extern: Der Menschenrechtsbeauftragte der AUDI AG und des Audi Konzerns überwacht die Einhaltung der im LkSG geforderten Sorgfaltspflichten und berichtet im Rahmen seiner Kontroll- und Überwachungsfunktion aller menschenrechtsbezogenen Aktivitäten mindestens jährlich an Vorstand und Wirtschaftsausschuss der AUDI AG sowie an das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle. Informationen dazu finden sich auf www.audi.com.

Diversity & Inclusion

Präambel

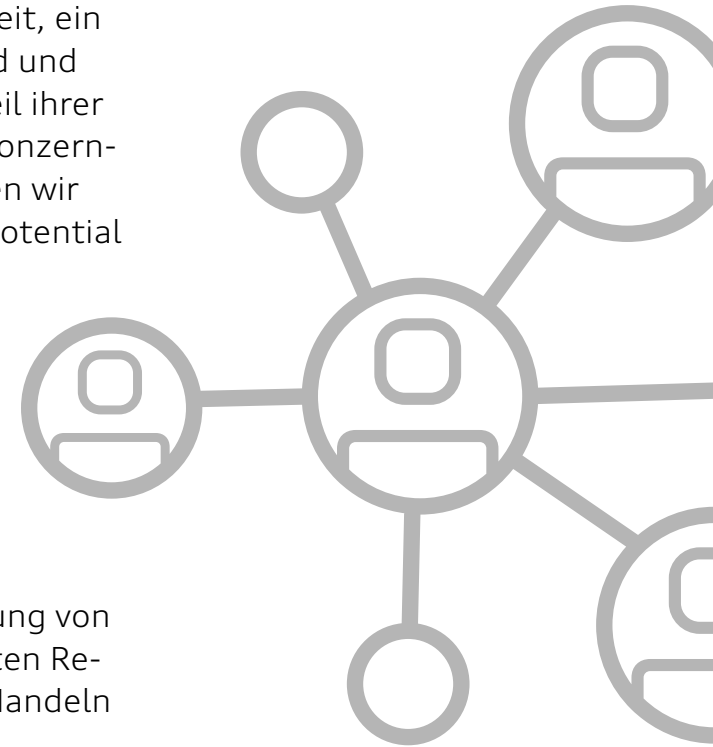
Chancengerechtigkeit, Inclusion, gegenseitige Akzeptanz sowie Vertrauen im Umgang miteinander sind grundlegende Werte der AUDI AG. Wir fördern Diversity & Inclusion, weil es sozial gerecht ist und zugleich eine wichtige Grundlage für den wirtschaftlichen Erfolg unseres Unternehmens bildet. Nur eine diverse Belegschaft kann Produkte und Prozesse so gestalten, dass sie weltweit den Anforderungen unserer Stakeholder (Interessengruppen) gerecht werden. Dazu benötigen wir Vielfalt in allen Unternehmensbereichen und auf allen Ebenen. Durch Inclusion schaffen wir eine Arbeitsumgebung, in der alle Menschen sich wertgeschätzt fühlen und einbringen können. Unser Anspruch an ein inklusives Miteinander betrifft Mitarbeitende ebenso wie Kunden, Lieferanten und andere Stakeholder.

Zielsetzung

Mit dieser Grundsatzerklärung dokumen-

tiert die AUDI AG Chancengerechtigkeit, ein diskriminierungsfreies Arbeitsumfeld und gegenseitigen Respekt als Bestandteil ihrer Unternehmenspolitik. Gemäß dem Konzerngrundsatz „Wir leben Vielfalt“ streben wir an, dass alle Menschen bei Audi ihr Potential bestmöglich entfalten können und gleiche Chancen im Berufsleben erhalten. Wir setzen uns dafür ein, dass Beschäftigte auf Basis ihrer Eignung, Qualifikation und Fähigkeit ausgewählt, eingestellt und gefördert werden. Wir streben die Heterogenität aller (Entscheidungs-) Ebenen an. Ziel ist die Berücksichtigung von Diversity & Inclusion in allen relevanten Regelprozessen sowie im alltäglichen Handeln der Audi Beschäftigten.

Wir dulden keine Diskriminierung aufgrund ethnischer oder sozialer Herkunft, Hautfarbe, Geschlecht, Nationalität, Sprache, Religion, körperlicher, seelischer und geistiger Fähigkeiten, Genderidentität, sexueller Orientierung, Gesundheitszustand, Alter,



Personenstand, Schwanger-/Elternschaft, Gewerkschaftsmitgliedschaft oder politischer Überzeugung, soweit diese auf demokratischen Prinzipien und Toleranz gegenüber Andersdenkenden beruht.

Managementansatz

Im Rahmen unserer Diversity & Inclusion Strategie entwickeln wir Maßnahmen zur Förderung von Chancengleichheit, wir befähigen Führungskräfte, vorurteilsfrei zu entscheiden, wir analysieren und optimieren Unternehmensprozesse, damit sie chancengerecht ausgestaltet sind. Wir sorgen anhand von Kennzahlen dafür, dass Diversity & Inclusion über das gesamte Unternehmen hinweg transparent und Fortschritte messbar gemacht werden. Darüber hinaus steuern wir entsprechende Risiken. Durch eine interne und externe Kommunikation stellen wir sicher, dass Diversity & Inclusion von der Belegschaft und Öffentlichkeit als gelebte Priorität bei Audi wahrgenommen wird.

Verantwortlichkeiten und Zusammenarbeit mit Stakeholdern

Alle Beschäftigte des Unternehmens leisten im täglichen Miteinander einen Beitrag zu einer inklusiven Kultur. Die Führungskräfte haben aufgrund ihrer Entscheidungshoheit und ihrer Vorbildfunktion eine besondere Verantwortung und treffen durch Personalauswahl, -beurteilung und -entwicklung diversitätsfördernde Entscheidungen. Die Einbeziehung interner und externer Stakeholder ist uns wichtig. Wir möchten deren Erwartungen und Anforderungen im Bereich Diversity & Inclusion besser verstehen und in unseren Entscheidungen berücksichtigen. Die frühzeitige Wahrnehmung und Einbeziehung gesellschaftlicher Meinungen dient nicht nur der Risikosteuerung im Unternehmen. Wir wollen darüber hinaus den Austausch von Best-Practices stärken und damit zur Weiterentwicklung von Chancengerechtigkeit in der gesamten Gesellschaft beitragen.

Künstliche Intelligenz

Präambel:

Künstliche Intelligenz (KI) ist eine Schlüsseltechnologie von hoher Komplexität und starker Dynamik. Ihr Einsatz birgt große Chancen, aber auch Risiken. Zukunftsfähige Produkte und Dienstleistungen gehen Hand in Hand mit der fundamentalen Transformation von Audi entlang der gesamten Wertschöpfungskette. KI kann hier unter anderem die Entwicklung, die Produktion und den Vertrieb unserer Produkte sowie Geschäftsprozesse und Abläufe in Fachfunktionen unterstützen und zum unternehmerischen Mehrwert beitragen.

Die AUDI AG bekennt sich mit der Audi Agenda, den Audi Unternehmenswerten sowie verbindlichen ethischen Prinzipien in der Unternehmensführung zu ihrer Verantwortung. Dies unterstreicht die AUDI AG mit dieser Grundsatzklärung zum verantwortungsvollen Umgang mit KI auf Grundlage des jeweiligen Rechtsrahmens, des Audi Code of Con-

duct und der nachfolgend formulierten Audi Leitprinzipien für vertrauenswürdige KI.

Zielsetzung:

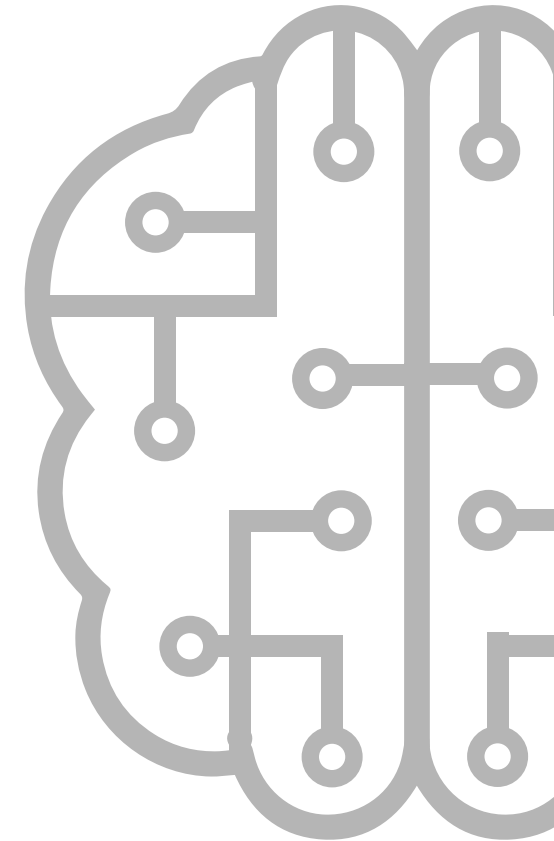
Die AUDI AG bekennt sich mit dieser Grundsatzklärung zum verantwortungsvollen Umgang mit Künstlicher Intelligenz (KI) als Schlüsseltechnologie unserer Zeit.

Unser Verständnis von KI:

Wir begreifen KI in Anlehnung an das aktuelle, allgemeine Verständnis als die Befähigung von Maschinen, menschliche Fähigkeiten wie Kommunizieren, Sehen, Hören, Entscheiden und Handeln zu unterstützen und zu ergänzen. KI-Systeme verstehen wir als lernende technische Systeme, die ihre Umwelt wahrnehmen, mit dem Wahrgenommenen umgehen und Aufgaben mit dem Ziel eines konkreten Ergebnisses umsetzen.

Audi Leitprinzipien für vertrauenswürdige KI:

Audi gibt sich drei Leitprinzipien für vertrauenswürdige KI. Sie beschreiben KI-Systeme



sowie Prozesse, Ergebnisse und Akteure, die am Lebenszyklus dieser Systeme beteiligt sind. Wir orientieren uns in diesen Leitprinzipien an den „Ethik-Leitlinien für eine vertrauenswürdige KI“ der Europäischen Union. Diese verfolgen einen auf den Menschen und seine Rechte sowie auf mögliche Risiken fokussierten Ansatz. Unsere Verpflichtungen gegenüber Menschenrechten finden hierbei Anwendung.

Den Mitarbeitenden der AUDI AG bieten die drei Leitprinzipien Unterstützung bei ihrer Arbeit. Sie werden durch interne Regelungen und Managementsysteme ergänzt.

Leitprinzip 1 – Respekt:

Wir respektieren die Persönlichkeits- und Selbstbestimmungsrechte unserer Nutzer, Geschäftspartner, Mitarbeitenden und weiterer Stakeholder wie unter anderem Organisationen und Vertretern von Politik, Wissenschaft, Gesellschaft und Medien. Die Wahrung dieser Rechte genießt höchste Prio-

rität vor der Entscheidung über den Einsatz von KI. Unser Ziel ist, dass die eingesetzten KI-Systeme im Einklang mit unseren Unternehmenswerten Vertrauen, Verantwortung, Mut und Begeisterung stehen und unser Engagement für Nachhaltigkeit, Gesellschaft und Umwelt unterstützen.

Leitprinzip 2 – Sicherheit:

Wir ermöglichen unseren Nutzern, Geschäftspartnern, Mitarbeitenden und weiteren Stakeholdern wie unter anderem Organisationen und Vertretern von Politik, Wissenschaft, Gesellschaft und Medien einen sicheren Umgang mit KI-Systemen, indem wir für technische Robustheit Sorge tragen sowie potenzielle Risiken identifizieren und steuern. KI-Systeme unterliegen wie alle unsere Produkte und Services unter anderem den gesetzlichen und unternehmerischen Qualitäts-, Nachhaltigkeits-, Cybersicherheits- und Datenschutzerfordernungen. Zusätzlich unterliegen KI-Systeme einer menschlichen Aufsichts- und Rechenschafts-

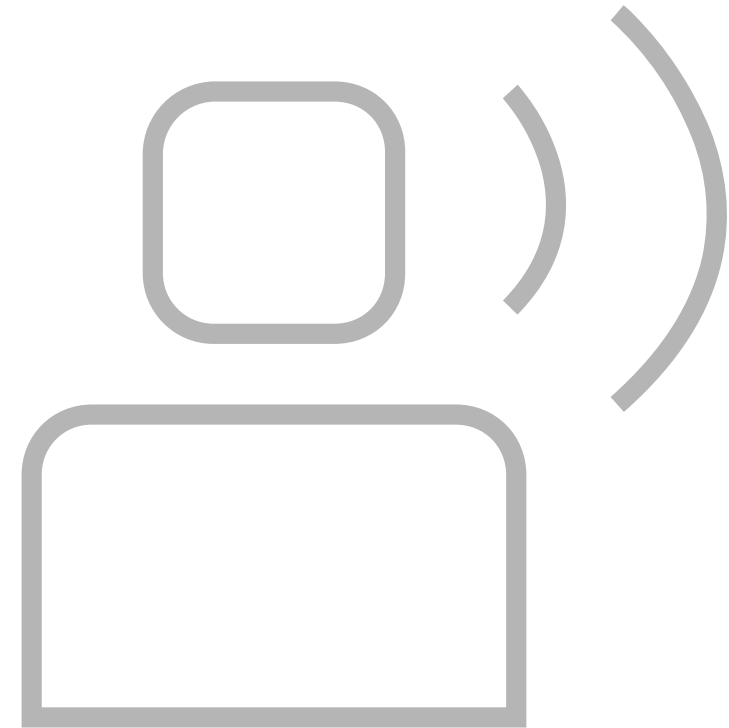
pflicht. Das Handeln des Menschen hat stets Vorrang gegenüber KI-Anwendungen.

Leitprinzip 3 – Transparenz:

Wir schaffen für unsere Nutzer, Geschäftspartner, Mitarbeitenden und weitere Stakeholder wie unter anderem Organisationen und Vertreter von Politik, Wissenschaft, Gesellschaft und Medien im Rahmen unserer Verantwortung Transparenz darüber, wie KI in unseren Produkten, Dienstleistungen, Geschäftsprozessen und Arbeitsabläufen eingesetzt wird. So begegnen wir Fragen und Bedenken offen und stellen Vertrauen her.

Verantwortungsvolle Kommunikation und Interessenvertretung

Unsere Produkte und Dienstleistungen müssen kommuniziert und beworben werden. Für uns heißt das, wir verpflichten uns zu transparenter, ehrlicher und verantwortungsvoller Kommunikation sowohl intern als auch extern. Politische Aktivitäten und Lobbying werden im Einklang mit den Unternehmenswerten und gesetzlichen Vorgaben durchgeführt, um Integrität und Vertrauen zu gewährleisten.



Werbe- und Kommunikationsgrundsätze

Präambel

Die nachfolgenden Anforderungen präzisieren unsere Erwartungen an unsere Geschäftspartner in Bezug auf die Erbringung von Werbe- und Kommunikationsdienstleistungen für die AUDI AG. Die Anforderungen werden als Grundlage für eine erfolgreiche Gestaltung der Geschäftsbeziehungen zwischen der AUDI AG und ihren Geschäftspartnern angesehen.

Ziel und Motivation

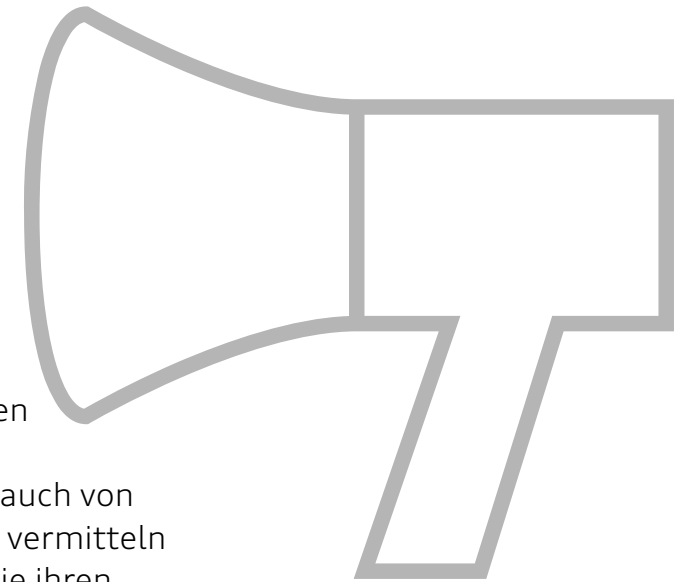
Unsere Mitarbeitenden, unsere Kunden, unsere Interessensvertreter sowie die Öffentlichkeit im Allgemeinen verdienen es, dass wir mit Respekt, Integrität und Aufrichtigkeit kommunizieren. Daher haben alle Geschäftspartner, die für die AUDI AG Kommunikations- und Werbedienstleistungen erbringen, die Verantwortung, im Rahmen ihrer Arbeit sicherzustellen, dass in Kommunikation und Werbung – sowohl online als auch offline – Menschen, Tiere und die Umwelt mit dem größten Res-

pekt behandelt werden. Dabei ist uns stets bewusst, dass nicht nur die Intention unserer Botschaft entscheidend ist, sondern auch, wie diese Botschaft in der Denkweise der Kunden wahrgenommen wird.

Die Anwendung und Einhaltung der folgenden Grundsätze erwarten wir deswegen nicht nur von all unseren Mitarbeitenden, sondern auch von unseren Geschäftspartnern. Diese vermitteln ihrerseits ihren Beschäftigten sowie ihren eigenen Geschäftspartnern die vorliegenden Grundsätze und Prinzipien und die sich daraus ergebenden Verpflichtungen. Sie können darüber hinaus weitergehende Regeln implementieren.

Anwendungs- und Geltungsbereich

Die folgenden Kommunikations- und Werbegrundsätze gelten für alle Geschäftsbeziehungen zwischen der AUDI AG und ihren Geschäftspartnern, die Werbe- und Kommu-



nikationsdienstleistungen erbringen, insbesondere für Werbe- und Kommunikationsagenturen. Die Geschäftspartner der AUDI AG setzen sich zudem in angemessener Form für die Einhaltung der Anforderungen durch ihre weiteren Geschäftspartner ein, sofern diese bei der Erstellung von Werbe- und Kommunikationsdienstleistungen für die AUDI AG mitwirken.

Einleitende Bemerkungen

Die Kommunikations- und Werbegrundsätze ergänzen unter anderem die „Anforderungen des Volkswagen Konzerns zur Nachhaltigkeit in den Beziehungen zu Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartnern“ ([Code of Conduct für Geschäftspartner](#)) und stellen sicher, dass unsere Kommunikation, unsere Werbeaktivitäten und Botschaften im Einklang mit den ethischen Normen und Unternehmenswerten des Volkswagen Konzerns stehen. Diese Grundsätze entsprechen unserem globalen Standard, berücksichtigt werden jedoch auch lokale und regionale Regeln sowie weitere Besonderheiten wie zum Beispiel kulturelle Un-

terschiede. Darüber hinaus geben die Grundsätze einen Überblick über kritische Themen und Darstellungen, die in der Kommunikation und Werbung der AUDI AG vermieden werden müssen.

Grundregeln

Kommunikations- und Werbeaktivitäten dürfen insbesondere Folgendes nicht:

- › jegliche Form von Rassismus beinhalten, akzeptieren oder tolerieren,
- › das Vertrauen der Kunden aufgrund deren mangelnder Erfahrung ausnutzen oder missbrauchen,
- › realistisch wirkende Horrorgestalten darstellen,
- › verstümmelte Personen zeigen,
- › Menschen mit Behinderung lächerlich machen anstelle der Förderung ihrer Inklusion,
- › religiöse Glaubensrichtungen beleidigen oder herabsetzen,
- › jegliche Form von Gewalt- oder Kriegshandlungen darstellen,
- › den Tod eines Menschen, einschließlich Selbstmord, darstellen,

- › Darstellungen zeigen, die zum Nachahmen gefährlichen Verhaltens beitragen könnten (zum Beispiel Darstellungen, die die Nutzung eines Smartphones am Steuer als akzeptables Verhalten erscheinen lassen),
- › das Recht auf Privatsphäre missachten,
- › Rechte Dritter verletzen (zum Beispiel Recht am eigenen Bild, gewerbliche Schutzrechte, Urheberrechte),
- › Marken und Unternehmen des Wettbewerbs oder Konkurrenzprodukte in diskreditierender oder inkorrekt oder herabsetzender Weise benennen oder darstellen,
- › Angst erzeugen oder Unglück und Leid ausnutzen.

Die AUDI AG vertritt die folgenden Leitlinien, welche auch von ihren Geschäftspartnern zu beachten sind:

- › Wenn Symbole und Bilder verwendet werden, die aus einer lokalen oder indigenen Kultur stammen, sind die potenziellen Auswirkungen der Veröffentlichung solcher Symbole oder Bilder zu analysieren; vor der Nutzung dieser Inhalte in Produktentwicklungs- und

Marketingprozessen ist die bewusste Zustimmung von Vertretern der betreffenden Kultur einzuholen.

- › Die wesentlichen Merkmale eines Produkts, einer Dienstleistung oder sonstiger Inhalte unserer Werbung, unseres Marketings und unserer Kommunikation sind in korrekter, nicht falscher oder irreführender Weise zu beschreiben, abzubilden oder in sonstiger Weise darzustellen.
- › Im Rahmen einer Kommunikations- und Werbekampagne sind Risiken und Auswirkungen der verwendeten Inhalte und Bildmaterialien auf schutzbedürftige Gruppen zu identifizieren, zu bewerten und zu überwachen.
- › Alle, die für die AUDI AG Kommunikation und Werbung entwickeln, müssen aktiv dafür sorgen, dass die Inhalte vor der Veröffentlichung stets nach einem objektiven und kompetenten Mehraugenprinzip bewertet werden.
- › Personen, deren Namen genannt werden, müssen auf ihre Integrität (Reputation etc.) anfänglich und mitlaufend überprüft werden. Menschen, die nicht namentlich genannt werden, nur im Verdachtsfall. Dies gilt ins-

besondere für Personen des öffentlichen Lebens, für Influencer oder für Werbetreibende.

- › Marketingkampagnen und die sonstige Kommunikation der AUDI AG sind insbesondere im Hinblick auf benachteiligte oder besonders schutzbedürftige Gruppen wie zum Beispiel Kinder zu überprüfen, um sicherzustellen, dass diese Gruppen sich nicht benachteiligt oder in irgendeiner Art und Weise diskriminiert oder herabgewürdigt fühlen.

Herabsetzung und Diskriminierung

Kommunikations- und Werbeaktivitäten dürfen insbesondere keine der folgenden Elemente enthalten und solche auch nicht tolerieren oder fördern:

- › Diskriminierung gegen Personen aufgrund von Geschlecht, sexueller Orientierung, Abstammung, Volkszugehörigkeit, Herkunft, Sprache, Kultur, Religion, Glauben, politischer Meinung, Alter, Behinderung oder Mitgliedschaft in einer Gruppe oder Organisation,
- › Herabwürdigung von Menschen, weil sie

hinsichtlich ihres Aussehens, Verhaltens, Lebensstils oder ihrer Charaktereigenschaften nicht dem vorherrschenden öffentlichen Klischee entsprechen,

- › jegliche gewaltverherrlichenden oder Gewalt gegen Personen verharmlosenden Aussagen,
- › jegliche Darstellungen, die Gewalt oder dominantes/aggressives Verhalten als akzeptabel erscheinen lassen,
- › Erwecken des Eindrucks, dass die Würde des Menschen nicht respektiert wird bzw. Personen als Objekte behandelt werden,
- › Reduzieren von Personen auf deren Sexualität oder Andeutungen ihrer sexuellen Verfügbarkeit,
- › übertriebene Nacktheit, die eine Herabsetzung des betreffenden Geschlechts darstellt,
- › jegliche Abbildungen sexuellen oder pornografischen Charakters,
- › Stereotypen, die den Eindruck vermitteln, ein Geschlecht oder die Identifikation mit einem nichtbinären Geschlechterkonzept sei minderwertig oder ungeeignet zur Ausübung bestimmter Aufgaben oder einer bestimmten Funktion.

Kinder und junge Menschen

Kommunikations- und Werbeaktivitäten dürfen insbesondere keine der folgenden Elemente enthalten und solche auch nicht tolerieren oder fördern:

- › Verhalten von Kindern, das nicht der natürlichen Ausdrucksweise eines Kindes entspricht, zum Beispiel Sarkasmus,
- › Darstellungen von Kindern in gefährlichen Situationen, sofern dies nicht zur Erklärung von Sicherheitsfunktionen erforderlich ist,
- › Darstellungen krimineller Handlungen oder sonstigen Fehlverhaltens,
- › Darstellungen von Kindern als Sexualobjekte,
- › Szenen, die bei Kindern Stress oder Angst auslösen könnten, zum Beispiel Unfälle, Familienkonflikte,
- › direkte Angebote, die Kinder zum Kauf oder zum Konsumieren eines Produkts oder einer Dienstleistung motivieren sollen,
- › direkte Aufforderungen von Kindern oder an Kinder, ihre Eltern oder andere Personen zum Kauf beworbener Produkte oder Dienstleistungen zu überreden,
- › Missbrauch des besonderen Vertrauens, das

Kinder ihren Eltern, Lehrkräften oder sonstigen Vertrauenspersonen entgegenbringen.

Tiere

Kommunikations- und Werbeaktivitäten dürfen insbesondere keine der folgenden Elemente enthalten und solche auch nicht tolerieren oder fördern:

- › Gewalt gegen Tiere,
- › Abbildungen sexuellen oder pornografischen Charakters,
- › Darstellungen, die missbräuchliches Verhalten gegenüber Tieren als akzeptabel erscheinen lassen,
- › Inhalte, in denen Tiere als Objekte behandelt werden.

Umwelt

Kommunikations- und Werbeaktivitäten dürfen insbesondere keine der folgenden Elemente enthalten und solche auch nicht tolerieren oder fördern:

- › Verstöße gegen Umweltschutzregeln,
- › Darstellungen, die eine Schädigung der Umwelt als akzeptabel erscheinen lassen,

- › jegliche ökologisch unsachgemäße Nutzung von Fahrzeugen,
- › Verunglimpfung jeglichen auf den Schutz der Umwelt und der natürlichen Ressourcen ausgerichteten Verhaltens.
- › politischer Extremismus,
- › Pornografie,
- › Kindeswohlgefährdung,
- › Tierquälerei.

Umfeld und Platzierung

Umfeld und Platzierung prägen maßgeblich die Rezeption der Kommunikations- und Werbekampagnen. Da die Funktionsweise von Werbebuchungen bei den Kunden für gewöhnlich nicht bekannt ist, besteht das Risiko der Annahme, dass ein Umfeld bewusst seitens der AUDI AG selektiert wurde. Dementsprechend ist ein sensibler Umgang bei der Auswahl der Umfelder, bei der Platzierung der Werbemittel sowie bei der Aussteuerung der Kampagnen zu beachten. Zugleich gilt es, dies regelmäßig zu überprüfen und ggf. zu optimieren. Grundsätzlich auszuschließen sind Umfelder bzw. Platzierungen, die Inhalte jeglicher Form insbesondere folgender Kategorien beinhalten, tolerieren oder akzeptieren:

- › Rassismus,
- › Sexismus,

Rechtsfolgen bei Verstößen gegen die Prinzipien

Die AUDI AG betrachtet die Einhaltung der in diesem Dokument formulierten Kommunikations- und Werbegrundsätze als wesentlich für die jeweilige Geschäftsbeziehung. Hält sich der Geschäftspartner nicht an diese Anforderungen, behält sich die AUDI AG rechtliche Schritte vor.

Es liegt in der Entscheidungshoheit der AUDI AG, auf derartige Konsequenzen zu verzichten und an Stelle dessen alternative Maßnahmen zu ergreifen, wenn der Geschäftspartner nachweisen kann, dass unverzüglich Gegenmaßnahmen zur Vermeidung zukünftiger gleichgelagerter Verstöße eingeleitet wurden.

Grundsätze und Leitlinien für Politische Interessenvertretung der AUDI AG

Die AUDI AG agiert in einem komplexen und stark regulierten Umfeld. Unser Unternehmen, die Politik und die Gesellschaft stehen in einem aktiven Verhältnis zueinander. Im Dialog mit unseren Stakeholdern stehen wir in der Verantwortung, den Rahmen für unser wirtschaftliches Handeln aktiv mitzugestalten. Durch politische Interessenvertretung versuchen wir mehr Planungssicherheit für unsere Unternehmensstrategie und unsere Produktentwicklung zu schaffen. Dabei sind wir sehr bedacht auf die Auswirkungen unseres Wirtschaftens auf die Umwelt.

Als AUDI AG ist es unser Ziel, soziale Belange, ökologische Nachhaltigkeit und wirtschaftlichen Erfolg gleichsam zu verfolgen. Dieser Aufgabe nehmen sich unsere Verantwortlichen der politischen Interessenvertretung und Außenbeziehungen an. Dabei ist es unser

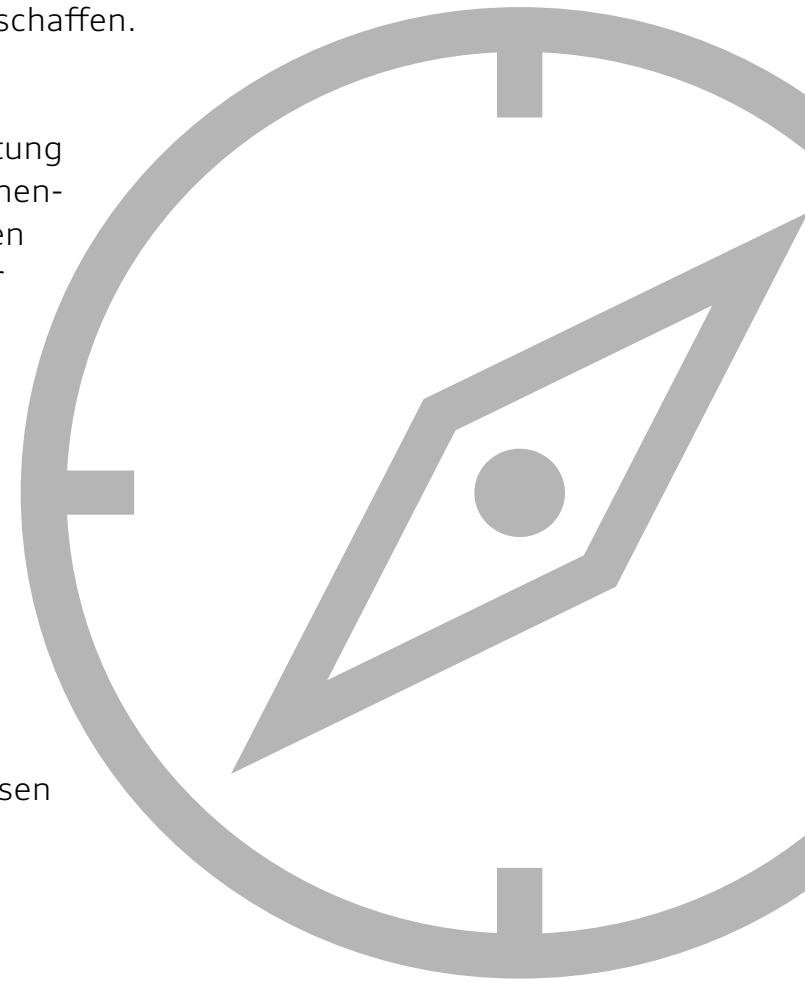
Anspruch, bleibende Werte zu schaffen.

Grundsätze

Die politische Interessenvertretung von Audi wird neben den bestehenden Audi Verhaltensgrundsätzen zusätzlich von Grundsätzen der politischen Arbeit bei Audi geleitet, welche im Folgenden erläutert werden.

Selbstverständnis

Die Positionen der AUDI AG werden von den Verantwortlichen für die politische Interessenvertretung in politische Entscheidungsprozesse eingebracht, indem diese wahrheitsgetreu und nach bestem Gewissen umfassend informieren.



Die Verantwortlichen für die politische Interessenvertretung tragen im Dialog mit Stakeholdern und Politik dazu bei, die Reputation des Unternehmens und das Profil des Audi Konzerns als ein gewissenhaftes Unternehmen zu optimieren. Die Aufrechterhaltung beständiger und ausgewogener Beziehungen mit unseren Stakeholdern steht dabei im Fokus.

Wesentlich im Außenverhältnis ist ein offener Dialog mit der Politik und innerhalb der AUDI AG das Schaffen von Verständnis für politische Prozesse. Die Verantwortlichen für die politische Interessenvertretung unterstützen das Unternehmen durch das Sammeln, Analysieren und Bewerten von Informationen sowie durch die Früherkennung bei der Entstehung neuer politischer Regularien. Auf Volkswagen Konzernebene wird ein weltweit abgestimmtes Vorgehen und eine einheitliche Kommunikation der Marken und Gesellschaften über geeignete Strukturen und Prozesse sichergestellt.

Mitgliedschaften in Organisationen

Die Mitarbeitenden der Interessenvertretung repräsentieren unser Unternehmen sowohl an unserem Stammsitz in Ingolstadt, als auch an zahlreichen Standorten weltweit. Neben dem Dialog mit politischen Stakeholdern steht unsere Interessenvertretung auch mit nationalen und internationalen Organisationen in Kontakt, etwa über die Mitgliedschaft in Verbänden.

Informationen zu den wesentlichen Mitgliedschaften der AUDI AG in Deutschland werden jährlich im Lobbyregister des Bundes veröffentlicht.

Bindung an gesetzliche Vorgaben

Die politische Interessenvertretung der AUDI AG befolgt die Grundsätze der Integrität, der Offenheit und der Nachvollziehbarkeit. Das Unternehmen ist registriert im Lobbyregister des Bundes.

Audi befürwortet Regelungen für Transparenz bei der politischen Interessenvertretung und folgt bestehenden Vorgaben seitens der Politik. Die Einhaltung der internationalen Konventionen, Gesetze und Bestimmungen aller Länder, in denen Audi aktiv ist, ist selbstverständlich. Jegliche Kontakte mit der Politik orientieren sich streng am jeweils geltenden Recht und Gesetz sowie den entsprechenden internen Verhaltensgrundsätzen. Interne Regelungen der AUDI AG dienen dabei der Einhaltung etwaiger, bedeutender verbindlicher nationaler und internationaler Vorgaben.

Neutralität im politischen Kontakt

Die Mitarbeitenden der politischen Interessenvertretung achten besonders im Umgang mit Amts- und Mandatstragenden auf Transparenz, Objektivität und Aufrichtigkeit in der Kommunikation. Der Fachaustausch zu relevanten Themen steht bei jedem Kontakt klar im Vordergrund. Unsere Mitarbeitenden

achten außerdem auf Neutralität im Umgang mit Parteien und Interessengruppen und pflegen den Kontakt zu demokratischen Parteien. Um diesen Grundsatz zu respektieren, werden in den drei letzten Monaten vor Wahlen keine öffentlich wirksamen Termine mit zur Wahl stehenden Parteien/Politiker und keine Sponsorings von entsprechenden Veranstaltungen mehr durchgeführt.

Die AUDI AG leistet keinerlei Spenden an politische Parteien, Politiker oder Kandidaten für ein politisches Amt. Verbände, in denen eine Mitgliedschaft besteht, spenden in eigener Verantwortung und nach jeweilig geltenden gesetzlichen Vorgaben, insbesondere unter Beachtung von Parteiengesetzen.

Impressum

AUDI AG

Integrität, Compliance, Risikomanagement
I/FG
D-85045 Ingolstadt

Themenverantwortung:

Achtung und Einhaltung der
Menschenrechte: I/FG-B

Diversity & Inclusion: I/SO-2

Künstliche Intelligenz: I/FG-I

Werbe- und Kommunikations-
grundsätze: I/VM + I/GP

Grundsätze und Leitsätze für Politische
Interessenvertretung: I/GP-A

Version 2.2 Stand: 04/2026

