



Let's talk about PROGRESS: Audi inspiriert internationale Vordenker_innen auf der Bits & Pretzels

Zitate aus den Audi-Online-Sessions

30. September 2020, München

> New Leadership? Learnings of leaders in times of crisis and beyond.

Hildegard Wortmann, Audi Vorständin Vertrieb und Marketing:

„Corona ist ein Katalysator für die Digitalisierung, aber auch für neue Werte in der Führungskultur. Eine mutige Richtung vorgeben, gemeinsam mit dem Team an Herausforderungen wachsen und neue Chancen zu ergreifen – so wird Leadership mit Leidenschaft zum Schlüsselement des Unternehmenserfolgs.“

Cawa Younosi, Personalleiter SAP Deutschland:

„Emotionale Intelligenz ist ein Muss – und kein ‚nice-to-have‘. Das gilt nicht nur für das Team, sondern auch für Partner und Kunden, sogar für die eigene Familie.“

> Brand-new Brand – How do you build a brand to become more valuable?

Henrik Wenders, Senior Vice President Marke Audi:

„Eine klare, konsistente Strategie und Positionierung sind die Grundlagen für die erfolgreiche Ausrichtung einer Marke. Für uns bei Audi ist das: Vorsprung. Wir zeigen Pioniergeist und Zukunftsorientierung der Marke bei allem, was wir tun.“

> Seven Digital Trends from China that have experienced growth during the crisis

Christian Balzer, Head of Brand Strategy, Audi China:

„China entwickelt sich mit unglaublicher Geschwindigkeit. Bevor COVID-19 auftauchte, während der Krise und auch seitdem. Agil, kreativ, digital.“

Ming Zhu, China Strategy, AUDI AG:

„Die hohe Affinität chinesischer Kunden für Innovation und Digitalisierung gehört zu den wichtigsten Treibern von „China Speed“. Gegenüber neuen Technologien und Geschäftsmodellen, die das Leben einfacher und komfortabler machen können, sind sie offen und neugierig.“

Marcel Münch, Co-Founder and Managing Partner DONGXii:

„Für Audi – und hoffentlich auch für die Zuhörer hier bei der Bits & Pretzels – ist China eine Blaupause, um Neues zu lernen und sich von innovativen Geschäftsmodelle und Trends inspirieren zu lassen.“



> Corporate Innovation Units: How to implement new digital business successfully in the long term?

Matthias Brendel, Leiter Audi Denkwerkstatt:

„Unser Vorsprung ist sowohl das frühe Validieren als auch unsere schnelle Umsetzbarkeit von Prototypen durch interne und externe Partner – wir nutzen das Beste aus zwei Welten. Die Audi Denkwerkstatt ist eine agile Innovationseinheit der AUDI AG mit starkem Kundenfokus. Das Team entwickelt an der Schnittstelle zwischen Konzern und Start-up-Ökosystem digitale Geschäftsmodelle.“

Lennart Dobravsky, Director Research & Intelligence Lufthansa Innovation Hub:

„Im Lufthansa Innovation Hub entwickeln wir neue digitale Geschäftsmodelle, die darüber hinausgehen Menschen in einem Flugzeug von A nach B zu transportieren. Dafür beschäftigen wir uns intensiv mit dem Reise- und Mobilitätsökosystem. Unsere Forschung ist die Grundlage für unsere Aktivitäten und ermöglicht es uns, Trends frühzeitig zu identifizieren und neue Geschäftsmöglichkeiten zu erkennen.“

> Diverse mindsets for added value: The chances of combining start-up and corporate culture. Three key take-aways from living between two worlds”

Anna Trunk, Head of HR Innovationsmanagement, AUDI AG:

“Als Mitgründerin der Audi Denkwerkstatt und in meiner heutigen Rolle zurück im Audi Headquarter habe ich gelernt, dass der wahre Mehrwert einer Verbindung dieser beiden Welten vor allem darin liegt, die Kultur des jeweils anderen zu verstehen und diese für sich anzupassen. Ich bin überzeugt, wenn Start-ups und Unternehmen sich darauf konzentrieren, „WARUM“ der andere etwas tut, wird das „WIE“ oder „WAS“, und damit auch eine Projektkooperation, deutlich erleichtert.“

Nicolai Gropper, Head of Business Development, Audi Business Innovation GmbH:

“Als Audi Business Innovation GmbH sind wir der Proxy oder Vermittler zwischen der Welt der Startups und der des Großkonzerns. In dieser Rolle fasziniert uns die Magie, die entsteht, wenn die Stärke des Großkonzerns und die Rastlosigkeit des Startups einander befruchten und Neues schaffen.“

Nicola Büsse, Co-Founder and Head of Sales, MOBIKO:

“Die Kultur in großen Unternehmen unterscheidet sich teils stark zu der in Start-ups - und das hat viele verschiedene Gründe. Wenn wir jedoch zulassen, die Stärken des Anderen zu sehen, schätzen zu lernen und darauf vertrauen, dass jeder sein Bestmögliches gibt und uns dabei auf Augenhöhe begegnen, kann das Zusammenspiel dieser unterschiedlichen Kulturen und Stärken eine optimale Erfolgsgrundlage werden.“

Ansprechpartnerin:

Franziska Queling

Pressesprecherin Internationale Standorte

Telefon: +491729121550

E-Mail: franziska.queling@audi.de