



**Kommunikation Unternehmen**

Susanne Killian  
Pressesprecherin Vertrieb und Marketing  
Telefon: +49 841 89-715569  
E-Mail: [susanne.killian@audi.de](mailto:susanne.killian@audi.de)  
[www.audi-mediacyenter.com](http://www.audi-mediacyenter.com)

## **Audi Virtual Training: Neues Gamification-Lernkonzept im digitalen Autohaus**

- **Beratung und Kundengespräche in realistisch simuliertem „Open-World“-Konzept**
- **Flexible Anwendung und Verfügbarkeit im Autohaus und unterwegs**
- **Martin Sander, Leiter Vertrieb Deutschland: „Lernen muss Spaß machen“**

**Ingolstadt, 15. Juni 2018 – Spielerisch Erfahrung sammeln: Im Audi Virtual Training üben Service- und Handelsmitarbeiter in einem Computerspiel optimales Verhalten im Kundenkontakt. Die insgesamt zweistündige Trainingseinheit im virtuellen Autohaus konfrontiert sie mit anspruchsvollen Kunden, überraschenden Reaktionen und komplexen Situationen. Audi ist beim Thema „virtuelle Schulungen“ Vorreiter im Automobilhandel. Rund 570 Partnerbetriebe in Deutschland nutzen bereits das Trainingsangebot.**

Im Computerspiel bewegt der Mitarbeiter seinen Avatar völlig frei durch die 3D-Welt. Im virtuellen Audi Terminal trifft er auf viele verschiedene fotorealistische Figuren. Ob im Gespräch mit Kunden, Kollegen oder Vorgesetzten – immer geht es darum, die eigene Kommunikation zu verbessern und dabei auch neue Wege zu wagen. Den Erfolg oder Misserfolg einer jeden Handlung kann der Mitarbeiter unmittelbar nach der Aktion anhand eines Barometers nachvollziehen. Dieses spiegelt die Stimmung des Kunden wider. Für erfolgreiche Gespräche bekommt der Mitarbeiter Punkte. Über eine Rankingliste kann er sich deutschlandweit mit anderen Kollegen messen.

Beim Virtual Training setzt Audi auch auf die Neugier und Eigenverantwortung der Mitarbeiter im Autohaus. „Lernen muss Spaß machen. Nur dann bleibt das Erlernte nachhaltig im Kopf“, sagt Martin Sander, Leiter Vertrieb Deutschland. Die Mitarbeiter wählen die Lernfelder im Spiel individuell aus und können so in der virtuellen Welt ganz unterschiedliche Reaktionsweisen testen. Nach jeder Situation im Spiel erhält er ein individuelles Feedback und sammelt Punkte für erfolgreiche Gespräche. „Fehler sind dabei ausdrücklich erwünscht. Denn dadurch entstehen neue Herangehensweisen und der Lernprozess wird lebendig“, so Sander. Die Marke mit den Vier Ringen konzipierte das virtuelle Training in engem Austausch mit dem Handel und bezog dabei reales Kundenfeedback mit ein. Auf diese Weise lernt der Spieler in einer realitätsnahen Situation. Das Training ist flexibel und jederzeit verfügbar, der Teilnehmer absolviert die Einheit entweder am Tablet, Computer oder am Smartphone.



Audi entwickelte das Trainingsspiel zusammen mit Experten aus der Games-Branche. Bereits 2017 brachte Audi die ersten vier Trainingsmodule zu den Themen „Customer Journey“, „Premium/Prestige“, „Service Experience“ und „Kundenbegegnung in Verkauf und Service“ in den Handel. Seit kurzem ergänzt ein Trainingsmodul zum Thema Feedbackmanagement das neuartige Lernkonzept. Das Unternehmen baut das Programm kontinuierlich weiter aus und kombiniert es gezielt mit Präsenztrainings zu einem modernen, ganzheitlichen „blended-learning-Ansatz“.

– Ende –

Der Audi-Konzern mit seinen Marken Audi, Ducati und Lamborghini ist einer der erfolgreichsten Hersteller von Automobilen und Motorrädern im Premiumsegment. Er ist weltweit in mehr als 100 Märkten präsent und produziert an 16 Standorten in zwölf Ländern. 100-prozentige Töchter der AUDI AG sind unter anderem die Audi Sport GmbH (Neckarsulm), die Automobili Lamborghini S.p.A. (Sant’Agata Bolognese/Italien) und die Ducati Motor Holding S.p.A. (Bologna/Italien).

2017 hat der Audi-Konzern rund 1,878 Millionen Automobile der Marke Audi sowie 3.815 Sportwagen der Marke Lamborghini und 55.900 Motorräder der Marke Ducati an Kunden ausgeliefert. Bei einem Umsatz von € 60,1 Mrd. erzielte der Premiumhersteller im Geschäftsjahr 2017 ein Operatives Ergebnis von € 5,1 Mrd. Zurzeit arbeiten weltweit rund 90.000 Menschen für das Unternehmen, davon mehr als 60.000 in Deutschland. Audi fokussiert auf nachhaltige Produkte und Technologien für die Zukunft der Mobilität.