



**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-mediacyber.com](http://www.audi-mediacyber.com)

## **Audi liefert Premium-Services nach Maß für den Vertrieb von morgen**

- **myAudi als zentrale Plattform für Kunde, Händler und Hersteller**
- **Weltweiter Ausbau und Skalierung des Audi-Mobilitätskonzepts**
- **Digitale Services als Teil der Unternehmensstrategie**

**Ingolstadt, 18. September 2018 – Audi macht die nächsten Schritte auf dem Weg zur Premium Digital Car Company. Mit neuen Services und Angeboten gestaltet das Unternehmen den Mobilitätsalltag seiner Kunden noch einfacher und flexibler und setzt Maßstäbe in Sachen User-Experience. Zentraler Zugangspunkt ist das Kundenportal myAudi, in dem alle digitalen Lösungen über eine intuitive Oberfläche gebucht, verwaltet und genutzt werden können. Schon im Jahr 2025 sollen neue digitale Geschäftsmodelle eine Milliarde Euro zum Operativen Ergebnis des Unternehmens beitragen.**

### **myAudi und das vernetzte Auto als Tor zur Kundenwelt**

Im neuen Geschäftsmodell nimmt das digitale Ökosystem myAudi eine Schlüsselrolle ein. Die intuitive Plattform bildet den zentralen Ausgangspunkt für den Kunden: Dort kann er alle digitalen Services buchen, nutzen und verwalten. Mit diesem Ansatz schafft Audi auch in der digital vernetzten Welt einen Vorsprung für die Kunden der Marke.

Mit der Markteinführung des neuen A8 hat Audi auch das Update der myAudi App präsentiert. Diese ist eine direkte Schnittstelle zum Kunden; das Unternehmen entwickelt sie mit Hilfe des User-Feedbacks stetig weiter.

Entsprechend des Modells kann der Kunde via Smartphone verschiedene Remote-Funktionen nutzen: Er kann sein Auto zum Beispiel ver- und entriegeln, die Parkposition erfragen und den Fahrzeugstatusreport abrufen. Dieser enthält unter anderem Informationen zum Schließzustand von Fenstern und Türen, sowie Tank- und Ölfüllstand. Darüber hinaus kann der Kunde über die App die optionale Standheizung komfortabel programmieren.

Mit der Einführung des Audi e-tron, des ersten voll-elektrischen SUV der Marke, lässt sich per App zusätzlich auch der aktuelle Ladezustand und die verbleibende elektrische Reichweite abrufen. Der Fahrer kann den Ladevorgang und die Klimatisierung aus der Ferne aktivieren – über individuelle Timer immer zur passenden Zeit. Auf Wunsch erhält er jederzeit Informationen zu seinen letzten Fahrten, wie zum Beispiel zum durchschnittlichen elektrischen Verbrauch.



Mehrwert bietet die Smartphone-Applikation auch bei der Routenplanung: Mit einer Vielfalt an Einsatzmöglichkeiten ergänzt die neue myAudi Navigation optimal die verbaute Navigation. Plant der Kunde seine Fahrt, kann er das Ziel bequem von zu Hause aus in der App eingeben und an das Fahrzeug senden. Die First Mile Navigation der myAudi App steuert den Kunden dann zum Standort seines Audi. Dort übernimmt die Navigation des Autos und setzt die aktive Routenführung nahtlos fort. Nach Ende der Fahrt führt die Last Mile Navigation der myAudi App den Kunden bis zum endgültigen Zielort. So kann er auch die letzten Meter zum Ziel schnell und unkompliziert bewältigen, selbst wenn dieses beispielsweise in einer Fußgängerzone liegt.

Auch die Suche nach dem Audi-Partner seiner Wahl kann der Kunde über myAudi durchführen. In den kommenden Jahren bringt Audi auf dieser Basis noch zahlreiche weitere neue Dienste auf den Markt, die auch die Welt jenseits des Automobils integrieren.

### **Premium-Mobilität auf Knopfdruck**

Der Wunsch nach individueller Mobilität ist ungebrochen. Für viele Menschen bedeutet dies jedoch nicht zwingend, auch ein eigenes Auto zu besitzen. Zum Ende des nächsten Jahrzehnts wird Studien zufolge jeder dritte Audi weltweit geteilt und befindet sich nicht mehr in privatem Besitz.

Neue Kundenbedürfnisse durch gesellschaftliche Veränderungen, Diversifikation und Urbanisierung erfordern neue Lösungen für Mobilität, insbesondere in urbanen Regionen. Audi ist der einzige Automobilhersteller mit einer konsequenten Premium-Strategie für die flexible Fahrzeugnutzung. Das Mobilitätskonzept Audi on demand vereint maximale Freiheit für verschiedene Nutzerbedürfnisse, ein exzellentes Service- und Fahrerlebnis, individuelle Wahlmöglichkeiten aus einem besonders breiten Fahrzeugportfolio und eine stundengenaue Abrechnung.

Audi on demand skaliert derzeit international. In den USA hat Audi das Start-up Silvercar Inc. erworben. Durch diese Akquise hat Audi einen starken Player im Mietwagengeschäft dazu gewonnen und treibt den Ausbau digitaler Mobilitätsdienste auch auf dem amerikanischen Markt weiter voran. Das Unternehmen bietet in Zukunft unter dem Namen Silvercar by Audi einen flexiblen und individuellen Zugang zu Premium-Mobilität. Das Unternehmen baut seine Flotte sukzessive aus – und nimmt auch den neuen Audi e-tron in seine Modellpalette auf. Vor kurzem hat Audi of America ein neues Abo-Modell vorgestellt, das mit Silvercar realisiert wird. Gegen einen monatlichen Fixpreis können die Kunden über verschiedene Audi-Modelle zeit- und ortsunabhängig verfügen.

Das internationale Audi on demand-Netzwerk wächst kontinuierlich mit neuen Standorten in Hong Kong, Singapur, Tokio, Manchester, Edinburgh, Glasgow und New Castle seit Beginn des Jahres 2018. Außerdem werden auch die Nutzungsmöglichkeiten immer flexibler. Ob Einkaufszentrum, Wohnanlage oder Audi-Händler – Audi on demand passt die Standorte individuell an die örtlichen Gegebenheiten und Kundenbedürfnisse im Markt an. In Großbritannien fungieren beispielsweise die jeweiligen Audi-Partner als Anlaufstation für die Kunden. In Hong Kong ist der Dienst unter anderem in privaten Wohnanlagen, Audi-Showrooms und einer exklusiven Shopping Mall verfügbar.



In diesem Jahr will Audi mit seinen Mobilitätsservices und durch die Einbeziehung von Silvercar eine sechsstellige Kundenzahl erreichen. Bis 2020 soll Audi on demand in 15 Märkten weltweit präsent sein. Die bisher verfügbaren Destinationen bilden den Ausgangspunkt für ein profitables Netzwerk. Audi on demand ergänzt und verbindet Neu-, Gebrauchtwagen- und After-Sales-Geschäft.

### **Handel der Zukunft und digitale Produkte**

Vom Sofa aus zum neuen Gebrauchtwagen: Als Teil der Offensive zum digitalen Autohaus hat Audi als erster Premiumhersteller eine umfangreiche Onlineplattform als gemeinsames, agiles Projekt mit Handel und Audi Financial Services in Deutschland etabliert.

Diese Komplettlösung vereint Kauf, Zahlungsoptionen, Zulassung und individuelle Lieferung. Auf einer neuen, Audi-eigenen Online-Plattform können Kunden Audi Gebrauchtwagen plus-Modelle jetzt rund um die Uhr erwerben und sich deutschlandweit zum Wunschtermin und -ort liefern lassen. Der Nutzer der Plattform kann online auch direkt eine Fahrzeugfinanzierung abschließen – ganz bequem von zuhause über seinen PC oder sein Mobile Device.

Nach Ende einer Pilotphase mit rund 70 Vertragspartnern in Deutschland wird Audi die Anzahl der teilnehmenden Händler im Laufe des Jahres 2018 mehr als verdoppeln und steigert damit das Angebot vor Kunde auf deutlich über 2.000 Automobile, die sofort online verfügbar sind. Besonders positives Feedback erhält der Hersteller dabei für die Lieferoption nach Hause. Audi baut die Plattform jetzt sukzessive mit weiteren Funktionen aus, wie Zusatzleistungen oder Serviceprodukten. Darüber hinaus haben die Partner zukünftig auch die Möglichkeit, Neufahrzeuge aus ihrem Lager über die Plattform anzubieten. Audi bindet Schritt für Schritt weitere Partner an und arbeitet auch am internationalen Roll-out der Online-Plattform. Zukünftig werden auch Neufahrzeuge über den Shop erhältlich sein.

Die Digitalisierungsoffensive im Handel umfasst weitere Maßnahmen wie beispielsweise eine digitale Service-Station, bei der Kunden unabhängig von den Öffnungszeiten des Autohauses individuell und bequem ihr Auto für den Service abgeben oder abholen können – inklusive Bezahlung.

Ein neues Geschäftsfeld bilden auch die sogenannten „Functions on Demand“, die ab Mitte 2019 verfügbar sein werden. Dabei kann der Kunde Sonderausstattungen etwa aus den Bereichen Licht, Fahrerassistenzsysteme und Infotainment auch nach dem Kauf flexibel und nach Bedarf buchen. Die Bestellung läuft direkt über das MMI im Auto, via myAudi App oder im myAudi Portal. Der Handel ist stets miteingebunden – beispielsweise bei der Beratung, bei der Fahrzeugübergabe oder im After-Sales-Bereich – und wird aktivitätenbasiert vergütet.

Audi entwickelt diese zukunftssträchtigen Konzepte Stück für Stück in enger Zusammenarbeit mit seinen Partnern. Gemeinsam optimieren sie kontinuierlich die User Experience und machen Vorsprung auch in der virtuellen Welt der vernetzten Dienste für den Nutzer erlebbar. Audi hat sich das Ziel gesetzt, die Nummer eins beim Kundenerlebnis zu sein. Ein nahtloses Omnichannel-Sales- und Service-Erlebnis vernetzt die virtuelle mit der realen Welt – ganz gleich ob online, im Auto oder direkt beim Handelspartner.



### **Zukunftsblick – Digitalisierung als Teil der Audi-Strategie**

Die digitalen Geschäftsmodelle sind Teil einer umfassenden Unternehmensstrategie. Oberste Prämisse ist dabei stets, den Mobilitätsalltag für den Kunden noch unkomplizierter und flexibler zu gestalten.

Die neuen maßgeschneiderten Dienste im Vertrieb sind ein weiterer Meilenstein auf dem Weg zur Premium Digital Car Company. Dieser taktische Schritt fügt sich logisch in die strategische Zielsetzung ein, die Audi bis 2025 festgeschrieben hat. Als einer von drei Megatrends bildet Digitalisierung gemeinsam mit Nachhaltigkeit und Urbanisierung den Antrieb für den nächsten Vorsprung, made by Audi.

– 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.