



**Kommunikation Unternehmen**

Jürgen De Graeve

Telefon: +49 172 9142908

E-Mail: [juergen.degraeve@audi.de](mailto:juergen.degraeve@audi.de)

[www.audi-mediacyenter.com](http://www.audi-mediacyenter.com)

## **European Dealer Council: Audi und europäische Vertriebspartner gestalten Handel der Zukunft**

- **Audi hebt seinen Premiumvertrieb auf die nächste Stufe: Mit dem Start der neuen Verträge beginnt eine neue Ära des Automobilkaufs**
- **Digitalisierung, Elektrifizierung und Mobilitätskonzepte als wichtige Wachstumstreiber sowie Stärkung des Gebrauchtwagengeschäfts**
- **Rücklauf der neuen Verträge in den europäischen Märkten bis November, Inkrafttreten im April 2020**

**Ingolstadt/Hannover, 17. Oktober 2018 – Die AUDI AG und der Europäische Händlerverband tauschen sich auf der European Dealer Council Konferenz am heutigen Mittwoch gemeinsam über das künftige Geschäftsmodell aus und diskutieren Wachstumfelder. Mit Inkrafttreten der neuen Verträge zum 1. April 2020 greift die neue Vertriebsstrategie der AUDI AG, die das Vertriebsmodell fundamental verändern und damit zukunftsfähiger machen wird. Im Fokus stehen der Online-Vertrieb, neue Vertriebsformate und Mobilitätskonzepte, digitale Services sowie das Gebrauchtwagengeschäft als potenzielle Treiber.**

„Unsere Vertriebspartner sind unser strategischer Wettbewerbsvorteil“, sagt Horst Hanschur, Leiter Vertriebsstrategie der AUDI AG. „Wir arbeiten deswegen bei der Umsetzung unseres zukünftigen Geschäftsmodells eng mit unseren Partnern zusammen.“

Im Rahmen der European Dealer Council Konferenz stellt die AUDI AG das neue Vertriebsmodell und ihre Zukunftspläne vor. Eine wichtige Rolle beim Aufbau des neuen Vertriebsmodells kommt dem Online-Geschäft zu, welches massiv ausgebaut wird. Im Rahmen einer neuen digitalen Partnerschaft mit den Händlern wird eine Internet-Plattform weiterentwickelt, die den gesamten Kaufprozess bis zum Vertragsabschluss, einschließlich Finanzierung, Bezahlung und selbst Gebrauchtwageninzahlungnahme, ermöglicht.

Zusätzlich sollen die Kunden mit neuen innerstädtischen Vertriebsformaten individueller angesprochen werden (z.B. Audi City, myAudi Sphere oder Pop Up Stores). Gleichzeitig soll der Handel flexibler und effizienter werden. Kunden profitieren auch von einer Vielfalt maßgeschneiderter Angebote. So wird etwa das Auto per Mobilfunk mithilfe von „Over the Air“ Software-Updates auf dem aktuellsten Stand gehalten. Zentraler Zugangspunkt ist das Kundenportal myAudi, in dem alle digitalen Lösungen über eine intuitive Oberfläche gebucht, verwaltet und genutzt werden können.



Weiteres Potenzial sieht der Ingolstädter Automobilhersteller in neuen Mobilitätskonzepten. So will das Unternehmen Audi on demand im kommenden Jahr auch bei Händlern in ausgewählten europäischen Märkten ausrollen – ganz nach dem Vorbild Großbritanniens, wo Kunden für den Service bereits erste Handelsbetriebe als Anlaufstationen nutzen können. Dadurch profitieren auch die Audi-Partner von diesem neuen digitalen Geschäftsfeld.

Weitere Themen bei der Veranstaltung sind das neue Agenturmodell im Großkundengeschäft nach deutschem Vorbild, verbesserte Prozesse im Alltagsgeschäft und noch effizientere Jobrollen im Autohaus. Für letzteren Punkt hat der Hersteller zusammen mit den Handelspartnern das spezielle Kundenbetreuungskonzept „Audi Retail Experience“ ausgearbeitet und in ersten Betrieben bereits eine Pilotphase gestartet. Darüber hinaus könnte nach dem großem Erfolg des Programms Audi Approved *:Plus* für Gebrauchtwagen mit einem Alter von bis zu fünf Jahren, die Marke das Premium-Kundenversprechen auf ältere Autos ausweiten. Ziel der vorgestellten Maßnahmen ist es, zusätzliche Möglichkeiten im aktuellen Vertriebsmodell zu nutzen, die Profitabilität der Vertriebsorganisation sicherzustellen und veränderten, digitalen Kundenerwartungen gerecht zu werden.

Das neue Vertragswerk bildet die Grundlage für die kommende Vertriebsstrategie und verbindet innovative Zukunftselemente mit bewährter Infrastruktur. Neben den Händler-, Service- und Agenturverträgen enthält das neue Vertragswerk erstmals umfangreiche Vereinbarungen zu den Themen E-Commerce, die Neuordnung des Kunden- und Datenmanagements, den Vertrieb digitaler Produkte und die Weiterentwicklung der Marke Audi Sport. Der Rücklauf der unterzeichneten Verträge läuft in den meisten europäischen Märkten noch bis Ende November dieses Jahres. Die neuen Verträge mit den europäischen Händlern sind ab April 2020 wirksam.

– 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. Im Geschäftsjahr 2016 hat die AUDI AG bei einem Umsatz von € 59,3 Mrd. ein Operatives Ergebnis von € 3,1 Mrd. erzielt. 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.