



**Kommunikation Unternehmen**

Susanne Herr  
Pressesprecherin Vertrieb und Marketing  
Telefon: +49 841 89-92760  
E-Mail: [susanne.herr@audi.de](mailto:susanne.herr@audi.de)  
[www.audi-mediacyenter.com](http://www.audi-mediacyenter.com)

## **Audi baut E-Commerce-Angebot gemeinsam mit Handelspartnern weltweit weiter aus**

- **Verschiedene digitale Angebote erleichtern Zugang zu Neu- und Gebrauchtwagen**
- **Rollout von Online-Reservierungssystem in europäischen Märkten**
- **In Deutschland: Online-Plattform für Kauf von Neuwagen-Lagerfahrzeugen**

**Ingolstadt, 27. Mai 2020 – Vor dem Hintergrund der Corona-Krise verstärkt Audi den Fokus auf digitale Angebote für seine Kunden. So integriert das Unternehmen in immer mehr Märkten gemeinsam mit seinen Handelspartnern E-Commerce-Lösungen für den Neu- und Gebrauchtwagenkauf. Frankreich ist Pilotmarkt für ein neues Online-Reservierungstool, in Deutschland ist der Online-Verkauf von Neuwagen-Lagerfahrzeugen der Händler gestartet. Aber auch virtuelle-Beratungs- und Service-Angebote gewinnen weiter an Bedeutung.**

„Das Megathema Digitalisierung beschäftigt uns schon lange. Angesichts der notwendigen Abstandsgebote zur Eindämmung der weltweiten Corona-Krise hat es nun weltweit noch mehr an Fahrt aufgenommen“, sagt Sven Schuwirth, Leiter Digital Experience and Business der AUDI AG. „Aus diesem Grund konnten wir nun sehr kurzfristig und agil eine Vielzahl von Lösungen anbieten, die eine nahtlose digitale ‚Customer Journey‘ ermöglichen. Neue E-Commerce-Angebote gemeinsam mit unserem Handel spielen hierbei eine wesentliche Rolle. Unsere Websites überführen wir dabei weltweit zunehmend vom reinen Informations- hin zu einem echten Transaktions-Tool.“

Im Markt Frankreich ist seit dieser Woche ein Online-Reservierungstool für Lager-Fahrzeuge der Audi Partner live. Für einen Pauschalbetrag von 100 Euro können Kunden über die Audi Website sofort verfügbare Neu- und Gebrauchtwagen der Händler reservieren und sich damit ihr Wunschauto sichern. Der jeweilige Händler nimmt dann direkt mit den Kunden Kontakt auf und kümmert sich um die vertraglichen Details sowie um die Auslieferung des Fahrzeugs, auf Wunsch sogar zum Kunden nach Hause. Diese E-Commerce-Lösung wird sukzessive auf weitere europäische Märkte ausgerollt, ab Juni startet der Rollout in Spanien.

In Deutschland startete unterdessen ein weiteres E-Commerce-Projekt: Auf einer neuen, konzernweiten Plattform können Kunden künftig rund um die Uhr Neuwagen direkt aus dem Lager von Audi-Händlern kaufen. Aktuell läuft ein erstes Pilotprojekt mit einem Audi Partner, im Laufe des Jahres folgen sukzessive weitere Händlerbetriebe. „Ziel ist es, eine digitale Komplettlösung zu bieten, die rund um die Uhr kontaktlos und bequem von jedem Ort aus alle Schritte des Autokaufs umfasst: Vom Kauf über verschiedene Zahlungsoptionen bis hin zu Zulassung und individueller Lieferung zum Wunschort durch unsere Audi Partner“, sagt Martin Wallenborn, Leiter Business Development Markt Deutschland der AUDI AG. Mit Blick auf die Finanzierung startet Audi beim Piloten zunächst mit dem Barkauf. Mittelfristig setzt das



Unternehmen auf eine digitale End-to-End-Lösung im Rahmen von Finanzierung und Leasing über die Audi Bank. Der Online-Shop ist ab sofort über <https://kaufen.audi.de> zu erreichen. Auch diese Lösung wird sukzessive global in weiteren Märkten ausgerollt.

Den Online-Verkauf von Gebrauchtwagen startete Audi in Deutschland schon im Herbst 2017. Rund 130 Audi-Partner bieten hier durchschnittlich 4.000 gebrauchte Audi-Modelle online an. Bis Ende des Jahres wird dieser Vertriebskanal in die neue Online-Plattform überführt. Bereits seit vergangem Jahr ist auch der Premium-Mobilitätsservice Audi on demand komplett digital verfügbar: Auf [www.audiondemand.de](http://www.audiondemand.de) können Kunden in Deutschland ihren Wunsch-Audi für einen Zeitraum zwischen einem und 28 Tagen online buchen.

Ergänzt werden die digitalen Reservierungs- und Kauflösungen durch verschiedene Tools für Online-Service und Beratung. Mit der Audi Live Beratung baut Audi zum Beispiel das digitale Vertriebsgeschäft weiter aus und bietet damit Händlern und Kunden eine kontaktlose Alternative für den Besuch im Autohaus. Die Anwendung vernetzt Verkaufs- und Service-Mitarbeiter per Datenbrille mit Kunden und potenziellen Audi-Käufern und ermöglicht so standortunabhängig individuelle Termine direkt am und im Auto.

Fragen zu Ausstattungsdetails seiner Fahrzeuge beantwortet Audi seit Kurzem auch per Video-Tutorials, in Deutschland zum Beispiel auf [www.audi.de/erklavideos](http://www.audi.de/erklavideos). Die meisten der hier aktuell verfügbaren 60 Videos sind modellübergreifend und konzentrieren sich auf verschiedene Schwerpunkte – zum Beispiel die Bedienung des Navigationssystems.

Gerade auch in China fanden die Audi-Partner in den vergangenen Monaten kreative digitale Lösungen, um mit den Kunden in Kontakt zu bleiben und neue Fans zu gewinnen. Bei der Markteinführung des neuen Audi A4 L, der das beliebteste Modell der Marke auf dem chinesischen Markt ist, setzte Audi auf ein rein digitales Format. Ein interaktiver Cloud-Workshop verband dabei Produkt-, Design- und Marketingexperten aus Changchun, Peking und Ingolstadt virtuell mit rund 800 Medienvertretern. Millionen von Kunden erlebten einen digitalen „Super Cloud Launch“, der in Kooperation mit einem Fernsehsender Augmented- und Virtual-Reality-Formate beinhaltete. Darüber hinaus griffen die chinesischen Audi Partner auf Livestreams, Virtual-Reality-Showrooms und eine 24-Stunden-Onlineberatung zurück. Auf dem chinesischen Markt zeichnete sich dabei ein deutlich gesteigertes Interesse für das Thema E-Commerce ab. Bereits in den ersten drei Monaten des Jahres übertraf das Unternehmen die Gesamtzahl seiner Online-Transaktionen aus dem Jahr 2019 um das nahezu Dreifache. Damit startete rund jeder sechste chinesische Kunde den Kauf seines Audi online.

---

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 11 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).

2019 hat der Audi-Konzern rund 1,846 Millionen Automobile der Marke Audi sowie 8.205 Sportwagen der Marke Lamborghini und 53.183 Motorräder der Marke Ducati an Kunden ausgeliefert. Im Geschäftsjahr 2019 erzielte der Premiumhersteller bei einem Umsatz von € 55,7 Mrd. ein Operatives Ergebnis von € 4,5 Mrd. Zurzeit arbeiten weltweit 90.000 Menschen für das Unternehmen, davon 60.000 in Deutschland. Audi fokussiert auf nachhaltige Produkte und Technologien für die Zukunft der Mobilität.

---