



**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 bereitet Markteinführung der neuen A3-Familie weltweit erstmals rein digital vor**

- **Rund 35.000 Handelsmitarbeiter aus 90 Ländern lernen Fahrzeuge virtuell kennen**
- **Formate von Web Based Trainings über Videotutorials und Chats bis hin zu Augmented und Virtual Reality Trainings**
- **Horst Hanschur, Leiter Retail Business Development und Customer Services: „Beschleunigen angesichts der aktuellen Lage den bereits eingeschlagenen Kurs Richtung Digitalisierung“**

**Ingolstadt, 7. Mai 2020 – Erstmals in der Geschichte des Unternehmens bereitet Audi aktuell die Markteinführung eines neuen Modells rein digital vor: Die neue A3-Familie kommt im Laufe des Jahres weltweit zu den Kunden. Hierfür müssen 15.000 Verkäufer- und Service-Mitarbeiter sowie rund 20.000 Service-Techniker bei Handelspartnern rund um den Globus vorbereitet und geschult werden. Angesichts der Corona-Krise verzichtet Audi dabei zum ersten Mal komplett auf Präsenz-Trainings und nutzt stattdessen eine Vielzahl digitaler Formate, vom Web Based Training bis zur Augmented Reality- und Virtual Reality-Schulung.**

„Mit der neuen A3-Familie bringen wir in diesem Jahr eine unserer wichtigsten Modellreihen in den Markt. Damit unser weltweites Handelsnetz sich darauf optimal vorbereiten kann, konnten wir dank des großen Einsatzes, der Kreativität und Motivation unserer Mannschaft gemeinsam mit unseren Partnern sehr kurzfristig und flexibel ganz auf digitale Schulungsformate umsteigen“, sagt Horst Hanschur, Leiter Retail Business Development und Customer Services der AUDI AG. „Wir profitieren hier von unseren langjährigen Erfahrungen beim Einsatz digitaler Werkzeuge für unser Handelstraining. Angesichts der aktuell weltweit schwierigen Lage haben wir den bereits eingeschlagenen Kurs Richtung Digitalisierung nun noch einmal beschleunigt. Wir arbeiten bereits intensiv an den nächsten Schritten und wollen diese Methodik insbesondere für unsere Elektro-Offensive weiter ausbauen. Mit der zunehmenden Digitalisierung unserer Fahrzeuge digitalisieren wir damit in aller Konsequenz auch unsere Schulungsmethodik.“

Das Training der weltweit mehr als 35.000 Handelsmitarbeiter erfolgt grundsätzlich nach dem Train-the-Trainer-Prinzip: Die AUDI AG schult zentral – und normalerweise auch physisch vor Ort – rund 400 Produkt-, Verkaufs- und Service-Trainer sowie rund 250 Technik-Trainer aus 90 Märkten weltweit. Diese geben ihr Wissen dann vor Ort an die jeweiligen Mitarbeiter weiter. Zur Sicherung weltweit einheitlicher Qualitätsstandards hatte die AUDI AG hierfür auch schon in der Vergangenheit eine Vielzahl digitaler Schulungsformate, teilweise im firmeneigenen Fernsehstudio, produziert und in verschiedenen Sprachen zur Verfügung gestellt. Zur Markteinführung des Audi e-tron wurde dabei erstmals auch mit Virtual Reality Formaten gearbeitet. Dieses Know-how kommt nun auch bei den Train-the-Trainer-Schulungen für die A3-Familie zum Einsatz.



Die sogenannte „Central Launch Experience“ (CLX) für die Markteinführungs-Teams in Verkauf und Service sind bereits vor mehreren Wochen mit Web Based Trainings etwa rund um neue Design-Features, Motor-/Getriebe-Varianten oder Assistenzsysteme gestartet. Hinzu kommen Videokonferenzen, in denen individuelle Detailfragen mit Experten aus Ingolstadt geklärt werden können. Darüber hinaus stehen umfangreiche Trainingsunterlagen auf einer Online Plattform für die weltweiten Märkte zum Abrufen bereit.

Auch die Technik-Trainings für den neuen A3 sind rein digital erfolgt. Für das Modell stehen ein digitales Selbstlernprogramm mit Eingangs- und Ausgangstests, ein eigenes Video-Format – „Audi Service TV“ – sowie Experten-Tutorials für Fragen aus den Märkten zur Verfügung. Ein Augmented Reality Training zu den Antriebsaggregaten wird zeitnah um eine Virtual Reality Anwendung mit den technischen Highlights des neuen Audi A3 ergänzt.

Sämtliche Inhalte stehen weltweit in der digitalen Wissensdatenbank „Audi Knowledge Tank“ zum Abruf bereit.

Der neue Audi A3 Sportback\* und die A3 Limousine\* sind in Europa bereits bestellbar und kommen im Sommer zu den Händlern, der Rollout in anderen Märkten folgt sukzessive. Dieses Jahr werden darüber hinaus noch der Audi A3 g-tron sowie ein Plug-in-Hybrid-Modell das Angebot ergänzen.

- Ende-

**\*Verbrauchsangaben**

Audi A3 Sportback: Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 5,1 – 3,5; CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert in g/km: 116 – 92;

Audi A3 Limousine: Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 5,0 – 3,6; CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert in g/km: 114 – 96;

*(Angaben zu den Kraftstoffverbräuchen und CO<sub>2</sub>-Emissionen sowie Effizienzklassen bei Spannweiten in Abhängigkeit vom verwendeten Reifen-/Rädersatz.)*

---

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.

---