

Audi und 4.screen kooperieren für ein nahtloses digitales Kundenerlebnis im Auto

- **Neue Cloud-Technologie im MMI: Audi Kund_innen profitieren künftig von umfangreicheren, kontextbezogenen Echtzeit-Informationen**
- **Ab Herbst 2022: Integration in das Infotainmentsystem zahlreicher Audi-Modelle und damit Erweiterung des Audi Ökosystems**
- **Partnerschaft mit 4.screen unterstützt konsequente Weiterentwicklung digitaler Geschäftsmodelle bei Audi**

Ingolstadt, 18. Mai 2022 – Audi und 4.screen vereinbaren eine Zusammenarbeit mit dem Ziel, das zukünftige InCar-Erlebnis zu verbessern. Zum Start profitieren Audi Kund_innen von noch umfangreicheren Informationen zu Points of Interest (POI) durch Echtzeit-Daten aus der Mobility Experience Cloud (MXC) des Technologieunternehmens aus München. Auf Wunsch erhalten sie relevante, ortsbezogene, und maßgeschneiderte Angebote von ausgewählten Drittanbietern bequem über das Multi Media Interface (MMI). Die Darstellung erfolgt in gewohnter Audi MMI-Logik und die Informationen aus der Cloud ergänzen die bestehenden Infotainment-Inhalte.

Über das MMI haben Besitzer_innen eines Audi die Möglichkeit, verschiedenste Lokalitäten, sogenannte Points of Interest (POI), über das Touchdisplay auszuwählen und diese per Navigation anzusteuern – sei es eine Tankstelle, ein Supermarkt oder ein Restaurant. Durch die Partnerschaft mit 4.screen möchte Audi dieses Angebot deutlich erweitern. Die Integration der neuen Cloud-Technologie in das Infotainmentsystem bietet großes Potenzial. Audi Kund_innen erhalten in ihrem Fahrzeug gezielt, jedoch nicht ohne ihre Zustimmung, exklusive Informationen und maßgeschneiderte Angebote in Echtzeit.

So können Audi Fahrer_innen zukünftig beispielsweise bei der MMI-Suche nach einem Biomarkt in der Nähe auf Wunsch auch weitere Inhalte wie die aktuell angebotenen Zusatzleistungen oder Angebote zu den gelisteten Ergebnissen angezeigt werden. Während lokale Unternehmen ihr Angebotsspektrum Audi Kund_innen bestmöglich präsentieren können, profitieren diese von umfangreichen Informationen zu den Unternehmen in Echtzeit und gegebenenfalls auch von exklusiven Angeboten. So kann der Ladenbetreiber zu jedem Einkauf einen kostenlosen Kaffee im angeschlossenen Bistro oder kostenloses Laden für Elektrofahrzeuge anbieten. Um das Angebot einzulösen, müssen Fahrer_innen lediglich einen QR-Code, der im MMI angezeigt wird, scannen.

Cloud-Technologie ermöglicht Echtzeit-Kommunikation über Audi MMI

Technische Basis hierfür ist die Integration einer standardisierten Schnittstelle in die bestehenden Infotainmentsysteme MIB2+ & MIB3 (Fahrzeuge ab Modelljahr 2019, zum Start in ausgewählten Märkten in Europa) zur Mobility Experience Cloud von 4.screen. Über diese

Programmierschnittstelle, die sogenannte API (**A**pplication **P**rogramming **I**nterface), wird eine Echtzeit-Kommunikation zwischen den angebundenen Unternehmen und den Audi Kund_innen hergestellt. Wichtig dabei: Kund_innen behalten dabei die volle Kontrolle über die angezeigten Informationen und Angebote – je nach ihren gewählten Einstellungen im Privacy Mode.

Die Darstellung der zusätzlichen Informationen erfolgt in gewohnter Audi MMI-Logik und wird in einer nächsten Ausbaustufe auf Wunsch auch kontext- und geo-basierte Empfehlungen und Inhalte anzeigen können.

Erfolgsfaktor digitales Kundenerlebnis

Mit zunehmender Digitalisierung und Vernetzung gewinnt das individuelle Kundenerlebnis weiter an Bedeutung und eröffnet ganz neue Möglichkeiten. Audi sieht genau darin einen wichtigen Treiber für den künftigen Geschäftserfolg und nutzt das Potential. In den kommenden zehn Jahren wird das Fahrzeug zum vollvernetzten Mobilitätsdevice und so ein Teil der digitalen Lebenswelt. Dabei steht ein Ökosystem im Mittelpunkt, welches die On- und Offline-Welt der Kund_innen verbindet. Die Integration der ortsbezogenen Services von 4.screen in das Fahrzeug-MMI ist ein weiterer Schritt auf diesem Weg und wird das digitale Fahrerlebnis nachhaltig verbessern. Dabei stellt Audi die Themen Transparenz, Datenschutz und -sicherheit für seine Kund_innen stets an die erste Stelle.

Über 4.screen GmbH

4.screen ist die weltweit erste Plattform zur Echtzeit-Interaktion mit Fahrer_innen. Die Mobility Experience Cloud (MXC) von 4.screen bietet eine standardisierte Schnittstelle für die standortbezogene Kommunikation und Interaktion direkt auf dem Autobildschirm. Autofahrer_innen profitieren von nützlichen Empfehlungen im Fahrzeug, besseren Inhalten auf dem Bildschirm und Zugang zu exklusiven Angeboten. 4.screen hat weltweit führende Marken als Kund_innen und seinen Hauptsitz in München, Deutschland. Für weitere Informationen besuchen Sie bitte www.4screen.com.

Kommunikation Digitale Innovationen

Stefan Grillneder

Pressesprecher Premium Platform Electric
(PPE), Connected Car, Digitale Innovationen

Telefon: +49 841 89 41449

E-Mail: stefan.grillneder@audi.de

www.audi-mediacycenter.com



Der Audi Konzern ist einer der erfolgreichsten Hersteller von Automobilen und Motorrädern im Premium- und Luxussegment. Die Marken Audi, Ducati, Lamborghini und Bentley produzieren an 21 Standorten in 13 Ländern. Audi und seine Partner sind weltweit in mehr als 100 Märkten präsent.

2021 hat der Audi Konzern rund 1,681 Millionen Automobile der Marke Audi, 8.405 Sportwagen der Marke Lamborghini und 59.447 Motorräder der Marke Ducati an Kund_innen ausgeliefert. Im Geschäftsjahr 2021 erzielte die AUDI AG bei einem Umsatz von €53,1 Mrd. ein Operatives Ergebnis vor Sondereinflüssen von €5,5 Mrd. Weltweit arbeiten mehr als 89.000 Menschen für den Audi Konzern, davon rund 58.000 in Deutschland. Mit seinen attraktiven Marken sowie neuen Modellen, innovativen Mobilitätsangeboten und wegweisenden Services setzt das Unternehmen den Weg zum Anbieter nachhaltiger, individueller Premiummobilität konsequent fort.
