



**Kommunikation Redaktion**

Wolfgang Rother

Leiter Kommunikation Redaktion

Telefon: +49 841 89-90351

E-Mail: [wolfgang.rother@audi.de](mailto:wolfgang.rother@audi.de)

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

## **Virtuos in virtuellen Welten: Audi kommuniziert mit neuen Digital-Formaten**

- **Auch mit Abstand ganz dicht dran: exklusive Produkt- und Technikerlebnisse in digitalen Welten**
- **Neue Formate wie „TechTalk“ oder „LiveOnDrive“ erfolgreich gestartet**
- **Digitale Technologien ermöglichen intensiveren Austausch mit Medienvertretern**

**Ingolstadt, 8. Juni 2020 – Audi schlägt bei der Kommunikation über digitale Kanäle ein neues Kapitel auf. Journalisten aus der ganzen Welt können in virtuellen Umgebungen neue Produkte kennenlernen, Technologien erkunden, exklusive Einblicke erhalten. Neben dem Erlebnis steht der Dialog im Vordergrund. Daher setzen die neuen Formate wie der „Audi TechTalk“ auf intensive Interaktionen zwischen Medienvertretern und Experten von Audi.**

Der digitale Austausch über Länder, Kontinente und Ozeane hinweg ist dank Highspeed-Datenleitungen gelebter Alltag. Auch die AUDI AG nutzt in immer stärkerem Maße digitale Kanäle für ihre Kommunikation. Mit dem „Audi TechTalk“ gelang in dieser Woche erneut die erfolgreiche Premiere eines Online-Formats. In der ersten Folge der moderierten Expertenrunde steigen internationale Journalisten tief in das Thema elektrisches Laden ein. Multimediale Inhalte und Exponate unterstützen in diesem Format die Erklärungen der Audi-Ingenieure. Wichtiges Interaktionsinstrument: In Live-Fragerunden können die zugeschalteten Redaktionen ihr Hintergrundwissen individuell vertiefen. In den kommenden Monaten werden weitere TechTalks folgen.

„Kreative neue Formate ermöglichen es uns, auch in digitalen Welten mit unseren Ansprechpartnern in den Medien zu interagieren“, sagt Jörg Lindberg, Kommunikation Produkt, Technologie und Motorsport. „Gerade mit Blick auf die Corona-bedingten Kontakt- und Reisebeschränkungen in den letzten Monaten hat sich gezeigt, welches Potenzial multimediale Formate wie der TechTalk für einen effizienten und direkten Informationsaustausch bieten. Das reicht bis zu virtuellen Weltpremierer wie im Fall des neuen A3 nach der kurzfristigen Absage des Genfer Autosalons.“

**Die angegebenen Ausstattungen, Daten und Preise beziehen sich auf das in Deutschland angebotene Modellprogramm. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.**

\*Die gesammelten Verbrauchswerte aller genannten und für den deutschen Markt erhältlichen Modelle entnehmen Sie der Auflistung am Ende dieser MediaInfo.



Neben der Information steht das Erlebnis im Fokus der Plattformen. Exklusive Einblicke, multimedial aufbereitete Inhalte und virtuelle Interaktionsmöglichkeiten erwecken digitale Welten zum Leben.

„Die Welt der Mobilität ändert sich in rasanter Geschwindigkeit. Gleichzeitig werden Technologien immer komplexer. Unser Ziel ist es, den ‚Vorsprung durch Technik‘ von Audi multimedial noch besser darzustellen, zu erklären und erlebbar zu machen“, sagt Peter Oberndorfer, Leiter Kommunikation Redaktion/Events. „Das Format #LiveOnDrive hat mit rund 40 Millionen Kontakten ebenfalls eindrucksvoll gezeigt, dass solche innovativen Angebote gut angenommen werden. Darauf wollen wir mit weiteren neuartigen Formaten aufbauen – von virtuellen Events bis hin zu multimedial aufbereiteten Pressemitteilungen.“

Bei der Premiere von „#LiveOnDrive“ gingen ein Rennprofi von Audi und ein YouTube-Autoexperte mit dem Audi RS 5\* auf die Teststrecke von Audi Sport in Neuburg. Die via Facebook und YouTube gestellten Fragen der Streaming-Community beantworteten die beiden live und direkt. Für individuelle Foto- oder Videoaufnahmen konnten Journalisten Auto und Kamera per Chat „fernsteuern“. Zusätzliches Hintergrundwissen vermittelte Rolf Michl, Director Sales & Marketing Audi Sport GmbH.

Das digitale Angebot für Kommunikatoren bei Modellpräsentationen wird weiterwachsen. Zum Beispiel mit sogenannten Online Sneak Previews. Noch vor der offiziellen Präsentation können ausgewählte Journalisten aus der ganzen Welt digital erste Eindrücke und Hintergrundinformationen zu einem neuen Modell bekommen. Für Fragerunden in Echtzeit stehen Audi-Experten als Ansprechpartner bereit.

Bewährt ist die Sendung „What’s up, Audi“ auf YouTube, die Audi-Themen aus einem neuen Blickwinkel erzählt. Dabei bezieht das Format Multiplikatoren aus der Social-Media-Welt ebenso mit ein wie die Community.

Zum wachsenden digitalen Kommunikationsangebot gehören neuerdings sogar Werkführungen per Stream. Erfahrene Tourguides begrüßen online zugeschaltete „Besucher“ und moderieren die Livestreams aus einem Studio heraus. Auf der Website Audi.Stream sind die ersten beiden Streams „Live bei Audi im Werk Ingolstadt“ und „Insight Audi Design“ ab dem 24.6. auf Deutsch und Englisch verfügbar. Auch bei diesem Format ist die Interaktion mit den Nutzern ein wesentlicher Faktor: Die Tour wird nach den Wünschen und Interessen der Teilnehmer individuell gestaltet und die Guides beantworten darüber hinaus Fragen im Dialog.



### **\*Verbrauchsangaben der genannten Modelle**

#### **Audi RS 5 Coupé:**

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 9,1;

CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert in g/km: 208

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

#### **Audi RS 5 Sportback:**

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 9,2;

CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert in g/km: 209

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

Die angegebenen Verbrauchs- und Emissionswerte wurden nach den gesetzlich vorgeschriebenen Messverfahren ermittelt. Seit dem 1. September 2017 werden bestimmte Neuwagen bereits nach dem weltweit harmonisierten Prüfverfahren für Personenwagen und leichte Nutzfahrzeuge (Worldwide Harmonized Light Vehicles Test Procedure, WLTP), einem realistischeren Prüfverfahren zur Messung des Kraftstoffverbrauchs und der CO<sub>2</sub>-Emissionen, typgenehmigt. Ab dem 1. September 2018 wird der WLTP schrittweise den neuen europäischen Fahrzyklus (NEFZ) ersetzen. Wegen der realistischeren Prüfbedingungen sind die nach dem WLTP gemessenen Kraftstoffverbrauchs- und CO<sub>2</sub>-Emissionswerte in vielen Fällen höher als die nach dem NEFZ gemessenen. Weitere Informationen zu den Unterschieden zwischen WLTP und NEFZ finden Sie unter [www.audi.de/wltp](http://www.audi.de/wltp).

Aktuell sind noch die NEFZ-Werte verpflichtend zu kommunizieren. Soweit es sich um Neuwagen handelt, die nach WLTP typgenehmigt sind, werden die NEFZ-Werte von den WLTP-Werten abgeleitet. Die zusätzliche Angabe der WLTP-Werte kann bis zu deren verpflichtender Verwendung freiwillig erfolgen. Soweit die NEFZ-Werte als Spannen angegeben werden, beziehen sie sich nicht auf ein einzelnes, individuelles Fahrzeug und sind nicht Bestandteil des Angebotes. Sie dienen allein Vergleichszwecken zwischen den verschiedenen Fahrzeugtypen. Zusatzausstattungen und Zubehör (Anbauteile, Reifenformat, usw.) können relevante Fahrzeugparameter, wie z. B. Gewicht, Rollwiderstand und Aerodynamik verändern und neben Witterungs- und Verkehrsbedingungen sowie dem individuellen Fahrverhalten den Kraftstoffverbrauch, den Stromverbrauch, die CO<sub>2</sub>-Emissionen und die Fahrleistungswerte eines Fahrzeugs beeinflussen.

Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem „Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO<sub>2</sub>-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen“ entnommen werden, der an allen Verkaufsstellen und bei der DAT Deutsche Automobil Treuhand GmbH, Hellmuth-Hirth-Str. 1, D-73760 Ostfildern oder unter [www.dat.de](http://www.dat.de) unentgeltlich erhältlich ist.

---

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 1,845 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.

---