

## Marke mit Gesicht

*Gratulation an Audi: Der Gelbe Engel in der Kategorie „Marke“ geht zum zweiten Mal in Folge nach Ingolstadt. Ergebnis einer konsequenten Firmenpolitik.\**

\* Nachdruck aus der ADAC Motorwelt, 2/2009 mit freundlicher Genehmigung der ADAC Verlag GmbH



**JOCHEN WIELER,**  
Redakteur Test & Technik  
ADACmotorwelt

**W**enn am Silvesterabend in Ingolstadt die Sektkorken noch ein bisschen weiter flogen als sonst, hatte das einen guten Grund: Zum ersten Mal überhaupt hat Audi in einem Jahr mehr als eine Million Autos verkauft. 2008 konnte die VW-Tochter 1 003 400 Fahrzeuge absetzen – 4,1 Prozent mehr als im Jahr zuvor.

Auch in Deutschland hat die Marke um 0,8 Prozent zugelegt – sehr respektabel in einem rückläufigen Gesamtmarkt. Die guten Zahlen bestätigen, dass Audi den richtigen Weg zum Kunden gefunden hat. Denn nach wie vor ist die Strahlkraft der vier Ringe ungebrochen, die Marke strotzt vor Kraft. Bei den Dienstwagen sind Audi-Modelle mittlerweile beliebter als die Rivalen aus Stuttgart und München: Sieben von zehn A4 werden als Firmenwagen zugelassen. Doch was steckt hinter dem Erfolg?

Was sind die Gründe, weshalb Audi bereits zum zweiten Mal in Folge den Gelben Engel in der Markenkategorie gewinnt?

### 1. Die Modellpolitik stimmt.

Audi konzentrierte sich zunächst auf die Volumenmodelle A3, A4, A6 und A8 und trimmte sie konsequent auf Premiumqualität. Erst als der Imagewandel der Marke vollzogen war, erweiterte Audi behutsam das Angebot mit dem Geländewagen Q7, der 420-PS-Flunder R8 und dem Coupé A5. Auch heute ist die Modellpalette noch überschaubar. Damit sie zukunftsfähig bleibt, wird Audi ab 2010 mit dem A1 dem Trend zu kleinen Spar-Autos gerecht.

Fotos: ADAC / Frieder Müller-Seewald, AUDI

**MODELLPOLITIK**

Statt sich in Nischenmodellen zu verlieren, hat Audi die Modellpalette nur behutsam erweitert. Im Herbst kam der Q5 auf den Markt.

**ZUVERLÄSSIGKEIT**

Der 2005 eingestellte A2 belegt in der ADAC-Pannenstatistik bei den Kleinwagen Platz drei. A4 und A6 sind Klassenbeste.

**2. Der Auftritt stimmt.**

Das Team um Design-Chef Stefan Sielaff hat es geschafft, mit feinem Federstrich eine sportliche und zugleich elegante Linie zu zeichnen, ohne dabei zu polarisieren. War der protzige Kühlergrill anfangs noch sehr umstritten, freundeten sich die Kunden schließlich doch damit an. Heute gilt der formatfüllende „Single-Frame-Grill“ als markentypisches Erkennungszeichen und findet sich bei jeder Modellreihe wieder. Auch die teils auffällig geschwungenen grellen Tagfahrleuchten sind optisch so markant, dass jeder Audi sofort als solcher wahrgenommen wird.

**3. Die Motoren-Technik ist wegweisend.**

Anfang der Neunziger bewies Audi mit den direkt einspritzenden TDI-Motoren, dass ein Dieselmotor nicht nur sparsam, sondern auch temperamentvoll sein kann. Heute konzentriert sich Audi außerdem auf die Weiterentwicklung der Direkteinspritzer-Benziner (FSI) – mit der Tendenz zu kleineren Hubräumen. Bestes Beispiel: Der 1.4 TFSI, der mit Turbo 125 PS entwickelt und im A3 mit 5,6 l/100 km auskommt. Zudem spart Audi mit dem neuartigen „Valvelift System“ (variabler Ventilhub) je nach Modell bis zu sieben Prozent Kraftstoff.

Wie erfolgreich Audi an spritsparenden und sauberen Motoren gefeilt hat, zeigt sich im ADAC EcoTest, der dieses Jahr erstmals in die Marken-Wertung des Gelben Engels einfließt. Hier belegt Audi den hervorragenden zweiten Platz – nur die Ethanol-Modelle von Saab sind etwas besser. Bis 2012 will Audi den Verbrauch und damit den CO<sub>2</sub>-Ausstoß um weitere 20 Prozent senken, wozu auch Hybridfahrzeuge (zunächst Q5 und A1) ihren Teil beitragen werden.

**4. Die Qualität setzt Maßstäbe**

Wer in einem Audi sitzt, kann sie sehen und anfassen. Feine Oberflächen, edles Ambiente und eine sorgfältige Verarbeitung tragen dazu bei, dass sich die Passagiere wohlfühlen. Audi weiß: Billige Materialien oder eine nachlässige Verarbeitung kann sich ein Premiumhersteller nicht erlauben – schnell wäre das Image verspielt.

**5. Die Zuverlässigkeit überzeugt.**

In den letzten Jahren haben deutsche Hersteller immer mehr aufgeholt. Allen voran: Audi. Die Ingolstädter stellen in der ADAC-Pannenstatistik 2007 mit A4 und A6 die zuverlässigsten Autos ihrer Klasse, A2 und A3 kommen in der Kleinwagen- und Kompakt-

**MOTTO FÜR 2009:  
MEHR OPTIMISMUS WAGEN!**

Prognosen wagte unter dem Eindruck der weltweiten Wirtschaftskrise keiner. Wie überstehen wir das Jahr 2009? Doch in Pessimismus wollte niemand machen bei der Preisverleihung „Gelber Engel“ in der Münchner Allerheiligen-Hofkirche, zu der der ADAC Spitzenvertreter aus Politik und Wirtschaft geladen hatte. „Optimismus ist Pflicht“, appellierte der neue bayerische Ministerpräsident Horst Seehofer in seinem Grußwort an die 500 Gäste. Oberbürgermeister Christian Ude verwies auf die enorme Bedeutung der Automobilindustrie für die Region München: „Ich bin daher dankbar für das Konjunkturprogramm der Regierung.“ ADAC-Präsident Peter Meyer wandte sich in seiner Rede entschieden gegen jenen Pessimismus, der seit Ende vergangenen Jahres „mit geradezu masochistischer Vehemenz“ in die Medien Eingang gefunden habe. Er betonte die großen Leistungen, die von der Automobilindustrie vollbracht werden – nicht ohne eindringlich zu fordern, dass weiterhin mit aller Kraft an emissionsarmen und attraktiven Innovationen gearbeitet werde. Dass das Bemühen, umweltfreundliche Autos zu bauen, noch verstärkt werden könne, belegte Meyer mit dem ADAC EcoTest, bei dem nach wie vor kein Auto die maximalen fünf Sterne erreicht.

Spannung bei der Verleihung der Preise. Beim „Auto“ hatten die Leser der „Motorwelt“ entschieden: Es siegt der VW Golf vor Opel Insignia und Mercedes SLK. Die Kategorie „Marke“ gewann wie 2008 Audi. Ebenso wiederholte BMW mit dem X3 den Vorjahres-

sieg bei der „Qualität“. In der Sparte „Innovation und Umwelt“ hatte es mit 52 Einreichungen einen Rekord gegeben: Prämiert wurde die Daimler AG, die mit Continental die erste Lithium-Ionen-Batterie für ein Serienfahrzeug

entwickelt hat. Den Persönlichkeitspreis erhielt Bosch-Chef Franz Fehrenbach für seine Verdienste um die Entwicklung seines Unternehmens zu einem ökologisch orientierten Technologiekonzern.



**ERST RAMPENLICHT, DANN BLITZLICHT**

Erst Rampenlicht, dann Blitzlicht: Die Preisträger und Laudatoren beim „Gelben Engel“. Von links: Ian Robertson (BMW), Stefan Müller (ADAC), Norbert Reithofer (BMW), Eberhard Hipp (MAN), Carl-Peter Forster (GM Europe), Rupert Stadler (Audi), Martin Winterkorn (VW), Peter Meyer (ADAC), Franz Fehrenbach (Bosch), Klaus Draeger (BMW), Thomas Weber (Daimler), Klaus Maier (Daimler) und Günter Schnatz (Honda)



**AUSBLICK**

Die Hybridversion des Audi A1 soll im Schnitt mit 3,9 l/100 km Super auskommen.

klasse auf gute dritte Plätze. Ein beeindruckendes Ergebnis – auch vor dem Hintergrund, dass viele Konkurrenten mit Elektronikproblemen zu kämpfen hatten.

Doch hier glänzt Audi ebenso wie einst bei der Rostvorsorge: Dank vollverzinkter Karosserien ist Rost seit Ende der Achtzigerjahre kein Thema mehr. Wir gratulieren Audi zu einem rundum gelungenen Markenauftritt – und damit zum Gelben Engel 2009.

von Jochen Wieler