

## **Ein Claim mit Geschichte: Audi feiert 50 Jahre „Vorsprung durch Technik“**

- **Vorsprung ist Teil der Audi-DNA – das zeigt ein Blick auf die Meilensteine der vergangenen fünf Jahrzehnte**
- **Entwicklungsvorstand Oliver Hoffmann: „Unser Anspruch war es schon immer, Treiber des Wandels zu sein“**
- **Vertriebsvorständin Hildegard Wortmann: „Wir definieren Vorsprung neu und fokussieren uns auf Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Elektrifizierung“**

**Ingolstadt, 8. Juli 2021 – Der Audi-Markenclaim „Vorsprung durch Technik“ wird in diesem Jahr 50 Jahre. Doch auch ein halbes Jahrhundert nach seiner Schöpfung hat der weltbekannte Claim der Vier Ringe nicht an Anziehungskraft verloren. Dafür steckt jedes Jahr ein Stück mehr Geschichte in ihm. Zum runden Jubiläum blickt das Unternehmen zurück auf eine Vielzahl an Innovationen in fünf Jahrzehnten und zeigt, wieso „Vorsprung durch Technik“ bei Audi nicht nur ein Markenclaim, sondern auch Ausdruck einer zukunftsgerichteten Haltung ist.**

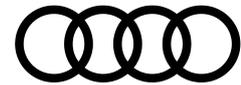
### **Die Entstehung des Claims**

1969 fusionierten die Auto Union GmbH mit Sitz in Ingolstadt und die Neckarsulmer NSU Motorenwerke zur Audi NSU Auto Union AG am Standort Neckarsulm. Die Modellpalette des neuen Unternehmens reichte von den luftgekühlten Motoren der NSU Prinz-Baureihe mit Heckantrieb über die wassergekühlten Vierzylindermotoren der frontgetriebenen Audi 60 und Audi 100 bis hin zum Wankelmotor des futuristisch designten NSU Ro 80. Auf die Idee, die technische Vielfalt offensiv als Wettbewerbsvorteil zu kommunizieren, kam 1970 Hans Bauer. Der Mitarbeiter der Audi NSU-Werbeabteilung erfand den Markenclaim, der sich Menschen weltweit einprägen sollte: [„Vorsprung durch Technik“](#).

Im Januar 1971 erschien der neue Claim erstmals in einer großformatigen Anzeige. Wenig später sahen Kund\_innen ihn auch auf den Audi NSU-Prospekten: Ob Audi 100, Audi 100 Coupé S, Audi 80 oder Audi 50 – sie alle standen jetzt für „Vorsprung durch Technik“. Es folgten Abwandlungen des Slogans wie „Audi. Ein schönes Stück Technik“ oder „Audi. Gelassen fahren mit perfekter Technik“, doch schon bald kehrte das Unternehmen zum einprägsamen Original zurück. Mit der Vorstellung des Audi quattro im Jahr 1980 trat der Slogan immer häufiger in der Werbung in Erscheinung. Auf der A9 an der Autobahnausfahrt Ingolstadt-Nord wurde auf einem Hochhaus die damals größte Leuchtreklame Europas montiert: das rot-braune Audi-Oval mit dem Zusatz „Vorsprung durch Technik“. Spätestens seit Oktober 1986, als dieser sich auch in den Verkaufsprospekten des Audi 80 manifestierte, gehörte „Vorsprung durch Technik“ zum festen Bestandteil der Audi-Corporate-Identity. Und heute, fünfzig Jahre später, ist er nicht mehr wegzudenken.

**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.



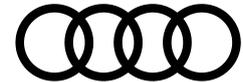
## Technik im Wandel

In einer neuen Sonderausstellung mit dem Titel „50 Jahre Vorsprung durch Technik“ zeigt Audi den Besucher\_innen im Audi Forum Neckarsulm diese Leidenschaft für Technik im Wandel der Zeit.



Doch welche Meilensteine haben das Fundament dafür gelegt, dass „Vorsprung durch Technik“ nach wie vor für den Innovationsdrang von Audi steht und der Claim es noch heute in jede Werbung von Audi schafft? Oliver Hoffmann, Mitglied des Vorstands der AUDI AG für Technische Entwicklung: „Für mich ist der wichtigste Meilenstein die quattro-Technologie. Sie hat nicht nur unsere Rallye-Erfolge begründet, sondern steht für den Transfer von Erfahrungen aus dem Rennsport in die Serie. Seither sind quattro und Audi nicht mehr zu trennen. Genauso wichtig war 1994 der erste Audi A8 mit der Audi-Space-Frame-Technologie, mit dem wir uns endgültig als Marke im Premiumsegment etablieren konnten.“

Anfang der 2000er-Jahre begann das „Audi Jahrzehnt“ in Le Mans. Mit neuen Technologien wie FSI, Turbo-FSI, Laserlicht, Ultra-Technologie und Hybriden dominierten die Vier Ringe das berühmte Langstreckenrennen in unvergleichlicher Manier als Seriensieger. Zudem feierte etwa der Aluminium-Kompaktwagen Audi A2 1.2 TDI Premiere: Es war das erste und ist bis heute das einzige viertürige Drei-Liter-Auto.



Den nächsten Quantensprung machte das Unternehmen im Jahr 2018 mit der Vorstellung des Audi e-tron\*, der mit 400 Kilometer Reichweite als erstes vollelektrisches Automobil bei Audi in die Serienproduktion ging und den Weg in die Premium-Elektromobilität eingeläutet hat. Drei Jahre später folgte der Marktstart des auch hinsichtlich seines Designs revolutionären Audi e-tron GT\*, der beweist, dass die E-Mobilität hochemotional wird. Die neue Markenkampagne „Future is an Attitude“ unterstreicht die zukunftsorientierte Haltung von Audi, gewohnte Sichtweisen auf Mobilität immer wieder zu hinterfragen.

Ende der 2010er-Jahre wird Nachhaltigkeit ein zentrales Unternehmensziel. „Deshalb engagiert sich Audi konsequent für die Umwelt und fasst zahlreiche Maßnahmen zur Ressourceneffizienz und Reduktion des ökologischen Fußabdrucks in dem standortübergreifenden Umweltprogramm „Mission:Zero“ zusammen“, sagt Hildegard Wortmann, Mitglied des Vorstands der AUDI AG für Vertrieb und Marketing. Das Ziel: bis 2050 soll Audi bilanziell CO<sub>2</sub>neutral werden. „Wir entwickeln uns hin zum Anbieter nachhaltiger Premiummobilität und wollen hier Vorreiter sein. Darum richten wir unseren Anspruch der Technologieführerschaft auf das umweltfreundliche Fahren aus. Es ist daher konsequent, dass Audi ab 2026 keine neuen Modelle mit Verbrennungsmotor mehr auf den Markt bringt“, erklärt Wortmann. Und die Elektrooffensive geht voran: „Wir definieren Vorsprung neu und fokussieren uns auf Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Elektrifizierung. Es geht darum, mit bedeutungsvoller Technologie einen Beitrag zu einer lebenswerten Zukunft zu leisten.“

Die Frage, ob der gesellschaftliche Drang nach neuen Technologien es Audi leichter macht, auch weiterhin Vorsprung zu leben, beantwortet Technik-Chef Hoffmann so: „Unser Anspruch war es schon immer, nicht vom Wandel getrieben zu werden, sondern Treiber des Wandels zu sein. Im Zeitalter der neuen Mobilität interpretieren wir Vorsprung nicht nur als höchste Ingenieurskunst, State-of-the-art-Design und digitales Erlebnis. Wir denken auch über das Fahrzeug hinaus. In Zukunft geht es verstärkt um ganzheitliche Mobilitätslösungen, dazu gehört auch das Thema Infrastruktur. Mit dem Pilot des Audi charging hub haben wir ein flexibles, an verschiedenen Orten einsetzbares Schnellladekonzept für zukünftige Spitzenbedarfe entwickelt.“ Und Vertriebsvorständin Wortmann ergänzt: „Auf dem technischen Vorsprung der letzten Jahre wird sich Audi nicht ausruhen. Audi ist deshalb die progressivste Premiummarke, weil wir die Zukunft immer auch als Chance betrachten und diese aktiv gestalten. Vorsprung ist eine Haltung.“

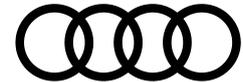
#### **Kommunikation Unternehmen**

Sebastian Fischer  
Pressesprecher Lifestyle und Marketing  
Telefon: +49 841 89 40560  
E-Mail: [sebastian1.fischer@audi.de](mailto:sebastian1.fischer@audi.de)  
[www.audi-mediacycenter.com/de](http://www.audi-mediacycenter.com/de)

#### **Kommunikation Audi Tradition**

Daniela Henger  
Pressesprecherin Audi Tradition  
Telefon: +49 841 89 44491  
E-Mail: [daniela.henger@audi.de](mailto:daniela.henger@audi.de)





---

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 19 Standorten in zwölf 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).

2020 hat der Audi-Konzern rund 1,693 Millionen Automobile der Marke Audi sowie 7.430 Sportwagen der Marke Lamborghini und 48.042 Motorräder der Marke Ducati an Kund\_innen ausgeliefert. Im Geschäftsjahr 2020 erzielte der Premiumhersteller bei einem Umsatz von €50,0 Mrd. ein Operatives Ergebnis vor Sondereinflüssen von €2,7 Mrd. Zurzeit arbeiten weltweit rund 87.000 Menschen für das Unternehmen, davon 60.000 in Deutschland. Mit neuen Modellen, innovativen Mobilitätsangeboten und attraktiven Services wird Audi zum Anbieter nachhaltiger, individueller Premiummobilität.

---

### **Verbrauchsangaben der genannten Modelle**

*Angaben zu den Kraftstoff- und Stromverbräuchen und CO<sub>2</sub>-Emissionen sowie Effizienzklassen bei Spannbreiten in Abhängigkeit vom verwendeten Reifen-/Rädersatz sowie von der gewählten Ausstattung des Fahrzeugs.*

#### **Audi e-tron**

Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km: 26,1–21,7 (WLTP); 24,3–21,4 (NEFZ);

CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert in g/km: 0

#### **Audi e-tron GT**

Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km: 21,8–19,9 (WLTP); 19,6–18,8 (NEFZ);

CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert in g/km: 0

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. Seit dem 1. September 2018 ersetzt der WLTP schrittweise den neuen europäischen Fahrzyklus (NEFZ). 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.