

## **Emotionale Premiummobilität: Innenraum des Audi A8 bietet hochwertiges Erlebnisangebot**

- **Wohlfühlambiente als zentraler Aspekt im Luxussegment**
- **Wie Audi auf Marktgegebenheiten und Kundenwünsche eingeht**
- **Agilität und Fahrdynamik sind wichtige Charaktereigenschaften des Flaggschiffs**

**Ingolstadt, 15. November 2021 – Die Bedürfnisse potenzieller A8-Kund\_innen verändern sich. Sie wünschen sich emotionale und komfortable Mobilitätserlebnisse, die genau zu ihrer individuellen Lebensweise passen. Werte wie Zeit, Raum und Selbstbestimmtheit rücken immer mehr in den Vordergrund. Gleichzeitig bleiben die klassischen Stärken eines Fahrzeugs wichtig: vom Fahrgefühl bis zu hochwertigen Materialien. Im überarbeiteten Audi A8 definiert sich der Premiumgedanke in erster Linie über ein emotionales und komfortables Interieurerlebnis, gepaart mit neuen und etablierten Technologien.**

Autos müssen sich heute nahtlos in den Alltag des Nutzers einfügen und dessen Bedürfnisse möglichst jederzeit erfüllen können. Ein vielseitig nutzbarer und komfortabler Innenraum wird dabei immer wichtiger. Hersteller tun gut daran, die zunehmend heterogener werdenden Zielgruppen im Luxussegment genau zu analysieren. Bei der Ausgestaltung des Interieurs nehmen Themen wie Komfort, Bedienlogik, Infotainment oder die Qualität und Nachhaltigkeit der verwendeten Materialien vordere Ränge ein.

### **Komfort plus Sicherheit: Ruhesitz und digitale Matrix LED-Scheinwerfer**

„Das Interieur muss alle Sinne ansprechen und komfortabel sein. Zudem erwarten Kund\_innen im Oberklassesegment von uns neueste Technologien, gerade in den Bereichen Sicherheit, Licht und Infotainment“, sagt Peter Dlab, technischer Projektleiter des Audi A8. Ein Beispiel ist der Ruhesitz im A8 L\*, der zahlreiche Einstellmöglichkeiten und eine Fußablage an der Lehne des Beifahrersitzes bietet. Hier können sich Passagiere die Fußsohlen in mehreren Stufen wärmen und massieren lassen. Das Air Quality Paket hebt die Luftqualität im Innenraum. Der Kombi-Filter in der Vierzonen-Klimaautomatik bindet einen Großteil der Gase und des Feinstaubes. Zudem trägt er dazu bei, Allergene und Mikroorganismen unschädlich zu machen. Somit laden die genannten Features die Passagiere sowohl zum Arbeiten als auch Entspannen ein.

Im überarbeiteten Audi A8 nutzen digitale Matrix LED-Scheinwerfer die DMD-Technologie – DMD steht für Digital Micromirror Device. Jeder Scheinwerfer verfügt über circa 1,3 Millionen Mikrospiegel, die das Licht einer besonders starken LED in winzige Pixel zerlegen. Dadurch lässt es sich mit hoher Präzision und Auflösung steuern. Das Spur- und Orientierungslicht für Autobahnen strahlt einen Lichtteppich ab, der die eigene Spur besonders hell ausleuchtet. Vor allem in Baustellen hilft das Orientierungslicht den Fahrer\_innen intuitiv dabei, die Spur zu halten. Der aufgewertete A8 hat darüber hinaus serienmäßig die digitalen OLED-Heckleuchten an Bord. OLED bedeutet organic light emitting diode.

Im Zusammenspiel mit den Assistenzsystemen verfügen die Heckleuchten über eine Annäherungserkennung: Wenn sich andere Verkehrsteilnehmer\_innen dem stehenden A8 von hinten auf weniger als zwei Meter annähern, aktivieren sich sämtliche OLED-Segmente.

### **Den Markt verstehen**

Ein Beispiel, wie Audi auf die Besonderheiten eines Marktes eingeht, ist der Audi A8 L Horch, das neue Top-Modell für China, den wichtigsten Absatzmarkt für die Vier Ringe. Das Derivat mit seinen prestige- und statusorientierten Umfängen repräsentiert das Audi Verständnis einer progressiven Luxuslimousine mit maximaler Kundenorientierung. Um die Bedürfnisse des Marktes genau zu kennen und sie erfüllen zu können, betreibt Audi weltweit intensive Marktforschung. In China stehen zum Beispiel die Eigenschaften als Chauffeurs-Limousine im Vordergrund. Vor Ort kümmert sich das Team vom Audi Innovation Research (AIR) in Beijing um das dortige Marktgeschehen. Noch stärker als in anderen Teilen der Welt lieben chinesische Kund\_innen technische Gadgets und durchdachte Designlösungen. Sie haben einen hohen Bedarf an digitalen Tools und Services, die sich individuell anpassen lassen. Bei der Lösungsfindung ist Geschwindigkeit gefragt.

### **AIR und AIC**

„Wir sind weit mehr als eine klassische Marktforschungsabteilung“, erklärt Yu Zhao, Leiter des AIR China. „Wir leisten viel Recherchearbeit, auch weil sich chinesische Kund\_innen sehr von denen in Europa und den USA unterscheiden.“ Eines der wichtigsten Instrumente ist dabei der Audi Innovators Circle (AIC). Die Community aus mehr als 800 Konsumenten aus der Zielgruppe von Audi ist digital über eine Chat-App vernetzt. Das Feedback dieser Trend-Scouts zeichnet sich durch eine hohe Zuverlässigkeit und Qualität der Aussagen aus. Auf quantitative Umfragen erhält Audi innerhalb von zwei Wochen rund 300 bis 400 Antworten, bei qualitativen Studien im gleichen Zeitraum rund 20 bis 30 fundierte Aussagen. Die Umfragen drehen sich um die Nutzererfahrungen mit dem Auto oder konkrete Funktionen des Fahrzeugs, aber auch um den Lebensstil der Zielgruppe und deren Wahrnehmung der Marke Audi.

### **Chauffiert werden und selber fahren**

Sportliche Agilität und Fahrdynamik charakterisieren den Audi A8 von Beginn an. Das überarbeitete Flaggschiff bedient damit die Themen Selberfahren und vor allem mit dem A8 L Horch auch die Chauffeursfahrt gleichermaßen. „Autos in der Luxusklasse sind für uns über alle Märkte hinweg betrachtet keine klassischen Chauffeurs-Limousinen. Entsprechend legen wir die Abstimmung fahraktiver aus“, sagt der technische Projektleiter Peter Dlab. So macht die Allradlenkung den Audi A8 fit für das urbane Umfeld. Mit einer Kombination aus innovativen Fahrwerkkomponenten kann er die gesamte Bandbreite darstellen – vom samtigen Abrollen einer Luxuslimousine bis hin zum dynamisch-straffen Handling eines Sportwagens. Hier kommt das vorausschauende Aktivfahrwerk des A8 zum Einsatz. Das Hightech-System, das mit der Luftfederung zusammenarbeitet, kann jedes Rad über elektromechanische Aktoren separat entlasten oder nach unten drücken. Das Aktivfahrwerk ist in der Lage, die Karosserie in jeder Fahrsituation aktiv zu regeln und dadurch das Wanken und Eintauchen beim Beschleunigen und Bremsen stark zu reduzieren.

### **Der A8 bleibt die Speerspitze**

„Ganz klar: Der Audi A8 ist unser Innovationsträger“, sagt Oliver Hoffmann, Audi-Vorstand für den Geschäftsbereich Technische Entwicklung. „Wir setzen alles daran, die neuesten Technologien immer zuerst im A8 einzuführen und dann in anderen Baureihen und Segmenten.“

Unsere Haltung, mit der wir dieses Fahrzeug gestalten, strahlt auf das weitere Portfolio ab. Denn nicht nur in der Luxusklasse sind die Bedürfnisse der Kund\_innen vielfältig und anspruchsvoll, auch in der Kompaktklasse geht es darum, sich vom Wettbewerb abzuheben.“

#### **Kommunikation Produkt und Technologie**

Stefan Grillneder

Pressesprecher für Audi A8, Audi S8,  
Premium Platform Electric (PPE),  
Connected Car, HMI, Digitale Innovation  
Telefon: +49 841 89-41449  
E-Mail: [stefan.grillneder@audi.de](mailto:stefan.grillneder@audi.de)  
[www.audi-mediacyenter.com/de](http://www.audi-mediacyenter.com/de)

#### **Kommunikation Produkt und Technologie**

Marcel Hardetzki

Pressesprecher für Audi A8, Audi S8, Audi Q7,  
Audi SQ7, Audi Q8, Audi SQ8, Audi RS Q8,  
E-Plattformstrategie, HPC  
Telefon: +49 841 89-93157  
E-Mail: [marcel.hardetzki@audi.de](mailto:marcel.hardetzki@audi.de)  
[www.audi-mediacyenter.com/de](http://www.audi-mediacyenter.com/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 20 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 Kraftstoff-/Stromverbräuchen und CO<sub>2</sub>-Emissionen bei Spannbreiten in Abhängigkeit vom verwendeten Reifen-/Rädersatz und der gewählten Ausstattung des Fahrzeugs.

#### **Audi A8 L**

Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 10,8–8,2;

CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert in g/km: 248–187

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.