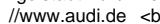




Audi VR experience: das Autohaus im Aktenkoffer

Audi VR experience: das Autohaus im Aktenkoffer
- Innovative Virtual Reality-Brille erweitert Beratungsservice im Handel
- Vertriebschef Luca de Meo: "Stellen erneut unsere Pionierrolle - Neuentwicklung startet 2015 bei ersten Audi-Händlern"
- Neuentwicklung startet 2015 bei ersten Audi-Händlern
- Die Audi VR experience bietet Kunden erstmals die Möglichkeit, beim Händlerbesuch ihr Wunschauto über eine Virtual Reality-Brille zu konfigurieren und in bislang ungekannter Realitätsnähe zu erleben. Die kompakte Brille zeigt das gesamte Modellportfolio der Vier Ringe einschließlich aller möglichen Ausstattungskombinationen. Als erster Automobilhersteller weltweit hat Audi dazu eine eigene Softwarelösung für die Virtual Reality-Anwendung entwickelt.
- Audi geht den nächsten großen Schritt bei der Integration digitaler Technologien in den Automobilvertrieb: Die Audi VR experience bietet Kunden erstmals die Möglichkeit, beim Händlerbesuch ihr Wunschauto über eine Virtual Reality-Brille zu konfigurieren und in bislang ungekannter Realitätsnähe zu erleben. Die kompakte Brille zeigt das gesamte Modellportfolio der Vier Ringe einschließlich aller möglichen Ausstattungskombinationen. Als erster Automobilhersteller weltweit hat Audi dazu eine eigene Softwarelösung für die Virtual Reality-Anwendung entwickelt.
- Luca de Meo, Vorstand für Vertrieb und Marketing der AUDI AG, stellte die Audi VR experience in dieser Woche am Rand der Automobilmesse in Detroit vor: "Gemeinsam mit unseren Händlern bringen wir digitale Innovationen in das Autohaus, für mehr Komfort und noch bessere Beratung. Mit der Audi VR experience stellen wir die Vorreiterrolle der Vier Ringe auf diesem Gebiet erneut unter Beweis."
- Kunden und Interessenten erleben mit der innovativen Technologie die virtuelle Audi-Welt auf einem neuen Niveau - in drei Dimensionen, mit allen Soundeffekten und nahezu lebensecht. Sie können virtuell auf dem Fahrersitz ihres individuell konfigurierten Traumwagens Platz nehmen oder etwa einen Blick in den Kofferraum werfen. Eine Kamera verfolgt hierzu die Kopfbewegungen des Nutzers, das System passt die Bilddarstellung entsprechend an. Dabei steht die gesamte Bandbreite der Audi-Modellpalette mit entsprechenden Individualisierungsoptionen zur Auswahl: von Farben, Lederarten und Dekoreinlagen bis zu den Infotainmentsystemen. So kann der Händler sehr komfortabel die breite Vielfalt des Audi-Portfolios zeigen und den Besucher im Autohaus individuell beraten.
- Die neue Vertriebstechnologie wird noch in diesem Jahr bei den ersten Händlern zum Einsatz kommen - mit besonderem Fokus auf aufstrebenden Wachstumsmärkten, in denen das hohe Absatzwachstum der AUDI AG von einem entsprechenden Ausbau der Kapazitäten im Handel begleitet wird. In Zukunft ist auch der mobile Einsatz außerhalb des Autohauses möglich, etwa beim Kunden zu Hause.
- Dank ihres großen Sichtfelds und der sehr präzisen Erfassung von Bewegungen bieten Virtual Reality-Brillen eine exzellente Immersion - der Betrachter fühlt sich vollständig in die dargestellte Szenerie integriert. Im Einsatz beim Audi-Händler bezieht die VR-Brille die extrem detaillierten Datensätze der Fahrzeugmodelle von einem Hochleistungs-Rechner, der die Bildwiedergabe in sehr hoher Frequenz sicherstellt. Die Audi VR experience ist außerdem mit einem Highend-Kopfhörer von Bang & Olufsen ausgestattet. Er überträgt sämtliche akustische Informationen, vom Schließgeräusch der Türen bis zum 14-Kanal-Klang des Advanced Sound Systems im Audi A8* sowie das Gespräch mit dem Kundenberater.
- Bereits seit 2012 setzt die AUDI AG Virtual Reality als Vorreiter im Automobilvertrieb ein und vereint digitale Innovation mit den Stärken und Services des stationären Handels: Audi City als realer Cyberstore präsentiert die Automobile der Marke auf raumhohen digitalen Powerwalls nahezu lebensecht im Maßstab 1:1. Dort haben Besucher die Möglichkeit, Schritt für Schritt ihren individuellen Traumwagen zu konfigurieren.
- Mit geringem Flächenbedarf und exklusiven Dienstleistungen ergänzt Audi City die Vertriebsnetze der Marke in prominenten innerstädtischen Lagen internationaler Metropolen. Nach London, Peking und Berlin wird 2015 in Moskau die vierte Audi City eröffnen. Darüber hinaus hat die AUDI AG technologische Komponenten des digitalen Showrooms für den Einsatz im klassischen Handel weiterentwickelt. 2014 kamen Technik-Module aus Audi City bei den ersten 16 europäischen Pilothändlern zum Einsatz. Für dieses Jahr ist die Digitalisierung rund 200 weiterer Standorte weltweit geplant.
- *Verbrauchsangaben des genannten Modells:
- Audi A8:
- Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 11,3 - 5,9;
- CO2-Emission kombiniert in g/km: 264 - 144
- Audi Deutschland
- 85045 Ingolstadt
- Telefon: +49 (0)841 89-0
- Telefax: +49 (0)841 89-32524
- Mail: kundenbetreuung@audi.de
- URL: <http://www.audi.de>
- 

Pressekontakt

Audi Deutschland

85045 Ingolstadt

audi.de
kundenbetreuung@audi.de

Firmenkontakt

Audi Deutschland

85045 Ingolstadt

audi.de
kundenbetreuung@audi.de

Die Erfolgsgeschichte der AUDI AG begann 1949 als Auto Union GmbH in Ingolstadt, dem heutigen Hauptsitz in der Donauebene. Auf dem etwa 200 Hektar großen Firmengelände befindet sich die Konzernleitung, die Technische Entwicklung und die Hauptverwaltung. Der Schwerpunkt liegt hier natürlich in der Produktion von Automobilen, die weltweit erfolgreich sind - und richtungweisend in Sachen Sicherheit, Komfort, Design, Leistung und Umweltschutz. Ein Führungsanspruch, der sich auch in der Fertigung zeigt: modernste Produktionsanlagen und eine ausgeklügelte Umwelttechnologie. In Ingolstadt laufen die Modelle Audi A3, A4, A4 Avant, der Sportmodelle S3, S4 und S4 Avant vom Band. Der Audi TT wird in Zusammenarbeit mit dem Hungaria Motor Kft gefertigt. 1999 waren hier rund 28.400 Mitarbeiter beschäftigt.