

○ Tradition, Festakt, IAA,
sportliche Glanzpunkte und viel Kultur



2009 feiert Audi sein 100-jähriges Bestehen. Im Jahr 1909 hatte August Horch am 16. Juli sein zweites eigenes Unternehmen, die August Horch Automobilwerke GmbH gegründet, nachdem er zuvor aus dem ebenfalls von ihm gegründeten Unternehmen Horch & Cie. Motorwagenwerke entlassen worden

war. Da ihm dann die Nutzung des Namens Horch gerichtlich verboten wurde, änderte er den Namen in Audi. Ein Pennäler hatte ihn auf die Idee gebracht, die lateinische Übersetzung von Horch = Audi stattdessen zu verwenden, was dann 1910 umgesetzt wurde.

Mehrere Ausstellungen und Motorsportveranstaltungen mit traditionellen Audis läuteten das „100 Jahre Audi“-Jubiläum in diesem Jahr ein. Im Audi Museum in Ingolstadt, im Horch Museum in Zwickau und im Forum in Neckarsulm zeigten verschiedene Ausstellungen die wechselvolle Geschichte der Traditionsmarke Audi mit den vier Ringen. Die 1932 gegründete Auto Union mit den vier Marken Audi, Horch, DKW und Wanderer wird damit symbolisiert.

Festveranstaltung mit der Bundeskanzlerin

Am 16. Juli fand die feierliche Festveranstaltung in Ingolstadt im Audi Forum mit Bundeskanzlerin Angela Merkel, Thomas Gottschalk als Moderator und 2.500 Empfangs- sowie 1.800 Gala-Gästen statt. Das Konzept dazu war bei Munich One entstanden, die Feinplanung hatte Roland Walter von Planwerkstatt übernommen, umgesetzt wurde mit WSV, die sich dazu mit guten Leistungen bei der Konzernmutter Volkswagen und früheren Jobs bei Audi empfohlen hatten, sowie hausinternen Audi-Kapazitäten. Die temporären Bauten für Innen und Außen kamen aus den Werkstätten der WSV. Das nahende Ende des VW-Porsche-Konflikts bescherte der Veranstaltung eine ungewöhnlich große Medienaufmerksamkeit, bis zu den heute-Nachrichten und der Tagesschau. Automobil-Höhepunkt war die Enthüllung des neuen Audi A5 Sportback. Das musikalische Highlight markierte der Auftritt des chinesischen Starpianisten Lang Lang am eigens entwickelten Audi Design Flügel von Bösendorfer.

Der Galaabend bildete den Auftakt zu einer ganzen Festwoche. In den darauffolgenden Tagen waren unter dem Motto „Audi rockt 100“ die „Fantastischen Vier“ in Ingolstadt auf der Bühne, Audi Tradition schickte nahezu alle jemals eingesetzten Audi-Boliden auf den Donauring und ein Klassik-Konzert lockte die Mitarbeiter und Menschen der Region in den Ingolstädter Klenzpark. Neben der Förderung des Sports engagiert Audi sich auch stark in Sachen Kultur, etwa mit den alljährlichen Sommerkonzerten.

Audi Cup als sportlicher Höhepunkt

Sportlicher Höhepunkt der 100-Jahr-Feierlichkeiten war der Audi Cup in der Münchener Allianz Arena. Auf Einladung der Audi AG spielten die Mannschaften des FC Bayern München, AC Mailand, Manchester United und des Club Atlético Boca Juniors in einem zweitägigen Turnier am 29. und 30. Juli um den Titel im Audi Cup. Zur Eröffnung des Turniers trafen am Mittwoch die Boca Juniors auf Manchester United und der FC Bayern München auf den AC Mailand. Am Donnerstag spielen die Verlierer beider Partien um Platz drei, bevor die Sieger im Finale den Gewinner des Turniers ermittelten. Bayern München, unter anderem von Audi gesponsert, schaffte in

einem spannenden Finale den Turniersieg mit 7:6 im Elfmeterschießen gegen Manchester United.

„Das Engagement der Audi AG im Fußballsport hat eine lange und erfolgreiche Tradition. Zusammen mit den vielen Fans freuen wir uns auf ein spannendes Turnier mit großen Namen und auf höchstem sportlichen Niveau“, sagt Peter Schwarzenbauer, Vorstand Marketing und Vertrieb der Audi AG.

Drei Audi Weltpremieren auf der IAA

Zuvor war Audi mit seinem diesjährigen Messestand auf der IAA besonders deutlich beachtet worden. Hier präsentierten die Ingolstädter auf 6.000 qm Ausstellungsfläche 34 Fahrzeuge, darunter drei Weltpremieren. In Halle 3.0 des Frankfurter Messegeländes war in nur 25 Tagen eine umfangreiche Audi-Landschaft entstanden. Geplant von Schmidhuber + Partner in München, inhaltlich realisiert von Mutabor aus Hamburg – beispielsweise mit dem mächtigen, mal rot, mal weiß pulsierenden „Herz von Audi“, das auf der linken Standseite unter einer schwebenden Dachkonstruktion mit einem chrompolierten R8 entstand – und becatert unter anderem von Kofler & Kompanie bildete der Messestand den Rahmen für die Premieren der Elektro-Studie e-tron, des offene R8 Spyder und des S5 Sportback. Neben den Sportskanonen feierten die energiesparenden Modelle A3 1.2TFSI, Audi A4 3.0 cleanDiesel und der A4 2.0TFSI flexible fuel ebenfalls ihre Premiere.

Effizienzfahrt quer durch Europa

Wer von A nach B fährt, legt meistens nur eine einfache Strecke zurück. Aber was passiert, wenn A das entlegene Fischerdorf Å auf den Lofoten ist und B die Gemeinde Bée am Lago Maggiore? Dann wird die Tour zu einem beeindruckenden Ereignis für die Fahrer und zu einer logistischen Herausforderung für die Event-Agentur. Pure Perfection schickte 120 Gäste des Kunden Audi vom 21. September bis 1. Oktober 2009 auf diese außergewöhnliche Reise. Hard Facts: 20 Autos, 120 Fahrer in drei Wellen, neun Tage, acht Länder und 4.182 Kilometer.

Vom hohen Norden bis in den sonnigen Süden traten die Teilnehmer in einem Fahr-Event gegeneinander an, bei dem die Plätze auf dem Siegestreppchen nicht für die schnellste Zeit vergeben wurden. Im Mittelpunkt der Tour stand nämlich die Effizienz der Fahrzeuge in alltäglichen Fahrsituationen auf Autobahnen, Landstraßen und in Städten. Am Ende einer Etappe zählten daher nicht nur die Stunden und Minuten für den Sieg, sondern auch jeder einzelne Tropfen Kraftstoff in den extra versiegelten Tanks. Kunde und Agentur hatten dieses Konzept gewählt, um die Audi-Botschaft „Effizienz se-

rienmäßig in jedem Produkt“ anschaulich mit viel Fahrspaß erlebbar zu machen. Um diesen Eindruck zu unterstreichen, kamen nicht nur verbrauchsarme Fahrzeuge zum Einsatz, sondern auch leistungsstarke Topmodelle wie der Audi Q7 V12 TDI mit beachtlichen 500 PS. Gesteuert wurden die Wagen von 72 Journalisten und 48 Audi-Kunden, die sich im Vorfeld auf audi.de bewerben konnten. Eine gewagte Kombination, die aber besonders von den Journalisten sehr gelobt wurde.

Für die Agentur war die Tour von A nach B wie ein 4.182 Kilometer langer Veranstaltungsort, der neun Tage lang Fahrspaß auf höchstem Niveau vermitteln sollte. Um diese Herausforderung zu bewältigen, hatten sich die Event-Profis in drei Teams aufgeteilt. Ein Team betreute die Teilnehmer auf der Strecke, während eine zweite Crew die Ankunft der Gäste an den Etappenzielen vorbereitete. Team Nummer Drei war dagegen immer einen Tag voraus, um die teilweise sehr aufwändigen Umbauten vorzunehmen. Sieben Trucks transportierten Veranstaltungstechnik, Dekorationen und Catering selbst an abgelegene Orte. Ziel war es nämlich, alle Locations und Hotels auf einen internationalen Standard zu heben, der dem Premium-Anspruch der Veranstaltung gerecht wurde.

Mit viel Gespür und einem Blick für die Details verwandelte das Team von Pure Perfection zum Beispiel selbst die einfachen Fischerhütten in Å in ein anspruchsvolles kleines Audi-Hotel. Die Gäste sollten immer höchste Aufmerksamkeit erfahren und das Gefühl genießen, ein besonderer Gast zu sein. Für das passende Catering auf Audi-Niveau sorgte Kofler & Kompanie. Alle drei Tage erhöhte sich dann noch einmal der Aufwand für das Projekt-Team. In Trondheim, Berlin und Bée standen festliche Abschlussabende auf dem Programm. Hier wurden die Etappensieger geehrt, eine Teilnehmergruppe verabschiedet und eine neue begrüßt. Drei große Events und unzählige kleine: So lässt sich das ambitionierte Veranstaltungsprogramm auch lesen.

Entlang der Strecke sorgten die speziell für die Effizienzfahrt gebrandeten Autos und die aufwändig gestalteten Etappenziele für viel Aufmerksamkeit unter Passanten und Anwohnern. Denn die Veranstaltung sollte nicht nur in den Medien das Thema „Effizienz“ mit den Fahrzeugen von Audi in Verbindung bringen, sondern auch die breite Öffentlichkeit ansprechen. So wurden die Autos zum Beispiel selbst in Berlin besonders prominent vor dem Hotel de Rome geparkt. Den wohl schönsten Auftritt erlebte die Effizienzfahrt aber in Bée. Die Bewohner des italienischen Örtchens feierten überschwänglich die Ankunft der Fahrer. Ein Spalier aus begeisterten Anwohnern schwenkte Audi-Fahnen zur Begrüßung und am Abend erstrahlte ein großes Feuerwerk am Nachthimmel. Schöne Bilder, die bereits nach wenigen Minuten öffentlich im Internet zu bestaunen waren; direkt von den Handys der Teilnehmer – ungefiltert.

Eine ausführliche Veranstaltungsdokumentation findet sich im Internet.

DTM-Sieg krönt das Jubiläumsjahr

Im englischen Goodwood beim Festival of Speed, in Ingolstadt auf dem Donauring und bei der DTM in Hockenheim spielte Audis automobile Sporttradition eine unübersehbare Rolle. Während in

Goodwood und Ingolstadt Tradition gepflegt wurde, verteidigte Timo Scheider seinen letztjährigen Titel und fügte dem Jubiläumsjahr einen weiteren sportlichen Höhepunkt hinzu.

Passend zum 100-jährigen Jubiläum schrieb Audi ein weiteres Kapitel Motorsport-Geschichte: Als erstem Automobilhersteller überhaupt ist der Marke mit den vier Ringen in der prestigeträchtigen internationalen Tourenwagen-Rennserie ein Titel-Hattrick gelungen: Nach 2007 und 2008 holte sich Audi zum dritten Mal in Folge die begehrte Trophäe. Vor einer Traumkulisse von 155.000 Zuschauern blieb Audi-Pilot Timo Scheider im spannenden Finale auf dem Hockenheimring seinem einzig verbliebenen Titelrivalen Gary Paffett während der gesamten 39 Runden dicht auf den Fersen und verteidigte seinen Titel aus dem Vorjahr mit Platz zwei erfolgreich.

Für Audi war es nach 1990 (Hans-Joachim Stuck), 1991 (Frank Biela), 2002 (Laurent Aiello), 2004 (Mattias Ekström), 2007 (Mattias Ekström) und 2008 (Timo Scheider) bereits der siebte DTM-Titel und der vierte seit dem werksseitigen Comeback der Marke im Jahr 2004. „Drei Titel in Folge hat in der DTM zuvor noch kein Automobilhersteller gewonnen“, so Audi-Motorsportchef Dr. Wolfgang Ullrich. „Audi hat es geschafft – trotz eines sehr starken Gegners. Nach zwei Hattricks in Le Mans haben wir nun auch einen Hattrick in der DTM. Dieser dritte Titel war bisher zweifellos der schwierigste. Mal sehen, was das nächste Jahr bringt.“

Bleibt noch anzumerken, dass die Firmengründung, auf die die heutige Audi AG zurückgeht im Sommer vor 100 Jahren war. Den Namen Audi für deutsche Automobile gibt es erst 99 Jahre. Eine glanzvolle IAA im Zeichen des Jubiläums mag ein Grund gewesen sein, das Jubiläum bereits 2009 zu feiern.

TEXT: Ulf-Gundo Sanders

INFO: www.audi.de, www.audicup.de/com, www.audi-efficiency-challenge.com, www.audi.tv



80. INTERNATIONALER AUTOMOBIL-SALON GENÈVE, 04.-14. MÄRZ 2010
KOFLER & KOMPANIE AG IST AUSGEWÄHLTER CATERINGPARTNER DER GENEVA PALEXPO®



SATISFYING ALL SENSES

KOFLER & KOMPANIE - WORLD TRADE CENTER II - 29 ROUTE DE PRÉ-BOIS - CH - 1215 GENÈVE
FON + 41 (0)43 - 266 99 88 - FAX + 41 (0)43 266 99 73
GENEVE@KOFLERKOMPANIE.COM - WWW.KOFLERKOMPANIE.CH

BERLIN DÜSSELDORF FRANKFURT HAMBURG MÜNCHEN ZÜRICH GENÈVE ST. MORITZ