

27 augustus 2015  
A15/21N

---

## Audi op de IAA 2015: kracht in het viervoud

---

- Eigen merkpaviljoen met vier centrale thema's: Audi Sport, quattro, Audi Technologies en Audi ultra
- Verkoop- en marketingdirecteur Luca de Meo: *"Een unieke combinatie van informeren en beleven"*
- Digitale technologieën verzoenen virtuele en reële tentoonstellingsstukken



Audi pakt dit jaar op het internationale autosalon van Frankfurt (IAA) weer uit met een spectaculaire tentoonstellingsarchitectuur. In plaats van een klassieke stand nodigt een multimediale belevingsruimte de bezoekers uit om met al hun zintuigen de vier centrale thema's van Audi te ontdekken: Audi Sport, quattro, Audi Technologies en Audi ultra. Daarvoor richt Audi op het beursterrein van Frankfurt een tijdelijk paviljoen op. In het middelpunt van de architectonische encensering staat het best verkochte model van het merk: de Audi A4 in zijn jongste generatie.

*“Nog nooit hebben wij onze aanwezigheid op een autosalon zo stringent uitgewerkt als dit jaar in Frankfurt. Nog nooit hebben wij de innovaties van Audi zo gedetailleerd kunnen demonstreren als op de IAA 2015. En tegelijkertijd zullen wij onze bezoekers een rijkere beleving bieden dan ooit. Deze combinatie is uniek”, zegt Luca de Meo, directeur Sales en Marketing bij AUDI AG.*

De ingang van het Audi-paviljoen is het startpunt van de zogenaamde “Experience walk”, die als een aparte zone de autotentoonstelling in de centrale ruimte van het gebouw omringt. Het ongeveer 100 meter lange parcours voert de bezoeker door de vier centrale IAA-themawerelden van Audi: het autosport-DNA van het submerk Audi Sport, Audi’s innovatieportfolio van ‘virtual cockpit’ tot laserlicht onder de titel ‘Audi Technologies’, de efficiëntietechnologieën van Audi ultra en het succesverhaal van de quattro-vierwielaandrijving. Innovatieve presentatievormen spreken in de Experience walk alle zintuigen aan, van de -21 graden koude quattro-vriesruimte tot het holografische venster, dat via ‘augmented reality’ digitale content over de Audi-technologieën combineert met in realiteit tentoongestelde auto’s.

Veel van de highlights waarmee de nieuwe Audi A4 uitpakt, zijn primeurs in zijn segment. Hij staat in het middelpunt van de belangstelling wanneer de deelnemers aan de Experience walk de tentoonstellingsruimte bereiken. Audi’s bestseller staat centraal in het paviljoen opgesteld op een draaiplatform, dat deel uitmaakt van een gigantisch kompas. Wanneer het kompas naar één van de vier windrichtingen draait, dan wisselt de multimediale weergave van de tentoonstelling tussen de vier themawerelden. Daarnaast biedt de Audi etron quattro concept een blik op de toekomst: deze sportieve SUV geeft een voorsmaakje van de eerste in serie geproduceerde elektrische auto van het merk en wordt in het Audi-paviljoen op de IAA voor het eerst aan het publiek getoond.

Audi’s tijdelijke salongebouw met drie verdiepingen bestrijkt een oppervlakte van 70 op 55 meter op het centrale Agora-plein van het beursterrein in Frankfurt. Al midden juli gingen de bouwwerkzaamheden van start, waarbij in totaal meer dan 200 kilometer kabel werd gelegd en bijna 700 vierkante meter ledschermen werden geïnstalleerd. De tentoonstellingsruimte in het centrale deel van het gebouw biedt plaats aan 33 auto’s. AUDI AG heeft zijn indrukwekkende paviljoen voor de IAA ontworpen en gerealiseerd in samenwerking met Schmidhuber+Partner GbR en Mutabor Design GmbH.

Ook in 2011 en 2013 was Audi al met een eigen merkpaviljoen aanwezig op het tweejaarlijkse IAA-autosalon. In 2013 ontving Audi meer dan 800.000 bezoekers en kreeg het merk voor zijn salonaanwezigheid talrijke gerenommeerde onderscheidingen, zoals de “golden Nagel” van de Art Directors Club Deutschland. Van 19 tot 27 september 2015 opent de 66<sup>e</sup> IAA zijn deuren voor het publiek.

---

*De Audi-groep stelt wereldwijd meer dan 73.000 personen te werk, waaronder 2.547 in België en 9.832 in Onderzoek & Ontwikkeling. In 2013 verkocht het merk met de vier ringen wereldwijd ca. 1.575.500 nieuwe wagens, waarvan er 29.305 ingeschreven werden in België. In ons land bereikte Audi in 2013 een marktaandeel van 6,04%. Van 2014 tot 2018 plant de onderneming een totale investering van ongeveer 22 miljard euro, voornamelijk in nieuwe producten en duurzame technologieën.*