

---

## **Audi A7 Sportback: Mit progressivem Gesicht die Märkte überzeugen**

Von Oliver Altvater

Ein abgeflachtes Plateau – steile, fast senkrecht aufsteigende Felswände und der spitze Winkel, in dem der Regen auf das Wahrzeichen der südafrikanischen Metropole Kapstadt einprasselt: Die Szenerie am Tafelberg passt so genau zur Designphilosophie des neuen Audi A7 Sportback, dass sich der Gedanke aufdrängt, Marc Lichte, Chefdesigner bei Audi, habe den Präsentations-Standort des neuen A7 persönlich ausgewählt. Anderen Audianern dürfte diese Idee ebenfalls gefallen haben, setzt sie doch den Audi, die Geographie und die Hoffnung auf bessere Verkaufszahlen miteinander in wechselseitige Beziehung.

Der neue Audi A7 soll in seiner progressiven Designsprache Vielseitigkeit, Fahr- und Bedienkomfort mit Sportlichkeit vereinen. Mit frischem Gesicht soll die neue Generation des viertürigen Coupés 2018 als erstes Zugpferd dazu beitragen, Audi im weltweiten Wettbewerb wieder auf die Spitzenränge zu führen. Im Januar lieferten die Ingolstädter mit fast 150 000 Einheiten rund ein Fünftel mehr Autos aus als im Januar 2017. Einen Absatzzuwachs von 73,0 Prozent erreichte Audi im Januar 2018 in der letztjährigen Sorgenregion China.

Nach Problemen mit den Vertragspartnern kam Audi im China-Geschäft vergangenes Jahr erst spät in Fahrt. Zum Jahresende schafften die Automobilhersteller aus Ingolstadt mit 1,88 Millionen verkauften Einheiten gerade noch ein knappes Absatzplus. Die Wettbewerber lagen deutlich darüber: Die Kernmarke BMW konnte 2,09 Millionen Autos absetzen, Mercedes sogar 2,29 Millionen. Doch nach den anfänglichen Zuwachsraten auf vielen Märkten ist in Europa noch Luft nach oben, hier schrumpfte der Absatz im Januar 2018 um 2,2 Prozent.

Audi braucht mehr und neue Kunden. Mit seinem progressiven Gesicht soll der A7 vorausfahren und die diversen weltweiten Bedürfnisse der Kunden erfüllen. Deren Durchschnittsalter liefert ein plakatives Beispiel für die unterschiedliche Beschaffenheit der Märkte. Während in der größten und wichtigsten Region, China, das Durchschnittsalter des A7-Fahrers bei 35 Jahren liegt, ist der europäische Steuermann über 50 Jahre alt.

In Nordamerika strahlt vor allen das Prestige einer Marke auf die Kaufentscheidung ab. In den USA sitzt die höchste durchschnittliche Kaufkraft – vier von fünf Amerikanern wollen mit ihrem neuen fahrbaren Untersatz direkt vom Hof des Händlers starten. Chromverzierungen, Farbe im Design und viel Raum für die Rücksitze sind hingegen in China besonders wichtig. Auch die Chinesen kaufen Ihr Auto direkt im Showroom des Händlers, bezahlen in aller Regel bar und lassen sich chauffieren. In Europa passen zu viel Farbe und opulenter Schmuck jedoch nicht zu den Erwartungen an ein Audi-Design. Die Europäer fahren großteils noch immer gerne selbst, weshalb hierzulande besonders die qualitative Anmutung und Motorleistung zählen.

Die neue Formensprache des A7 hat Audi-Chefdesigner Marc Lichte bereits 2014 mit dem Concept Car Prologue in Los Angeles angedeutet. Mit ihr will Audi in der Oberklasse die verschiedenen Erwartungen der einzelnen Märkte umfassend erfüllen und besonders designaffige Fahrer begeistern. „Mit den großen Flächen, strukturiert durch scharfe Kanten und athletisch gespannte Linien, signalisiert der A7 aus jeder Perspektive Dynamik und Progressivität“, erklärt Frank Rimili, zuständig für das Exterieurdesign des Audi A7

---

Sportback. Diese Attribute sind insbesondere in Nordamerika und Europa wichtig. Im Profil soll die Linienführung an die Silhouette einer lang-geschwungenen Segelyacht erinnern.

Während der mystisch anmutende Tafelberg im Hintergrund über Kapstadt wacht und seit je her Ikone des Stadtpanoramas ist, gibt es den Audi A7 erst seit acht Jahren. Seine Bedeutung für Audi muss sich die aktuelle Generation der Straßenyacht aufs Neue erarbeiten. Unweit des Kaps der guten Hoffnung löst der erste Auftritt des A7 jedoch schon einmal Zuversicht unter den Beteiligten aus. (ampnet/oa)

---

## Bilder zum Artikel



Audi A7 Sportback auf dem Weg durch das Landesinnere Südafrikas.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Audi



Audi A7 Sportback: Vor dem mit "Tischtuch gedeckten" Tafelberg in Kapstadt.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Audi



Audi A7 Sportback: Die Linienführung erinnert an eine Segelyacht.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Oliver Altvater



Audi A7 Sportback: Dynamische Linienführung an der Waterfront.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Oliver Altvater



Audi A7 Sportback: Progressives Gesicht der Marke in der Sonne Südafrikas.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Oliver Altvater



Audi A7 Sportback: Seitlich nach unten geschwungene LED-Rückleuchten.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Oliver Altvater



Audi A7 Sportback: Progressives Heck mit quer durchlaufender LED-Beleuchtung, zu Besuch bei den Pinguinen.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Oliver Altvater

---



Audi A7 Sportback.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Audi

---



Audi A7 Sportback.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Audi

---



Audi A7 Sportback.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Audi

---