

## Aluminium ist kein Wert an sich

Warum der Audi A2 trotz guter Eigenschaften kein Erfolg wurde / High-Tech hinter der schmalen Brust verkauft sich schlecht

In den einschlägigen Statistiken schneidet der kleinste Audi hervorragend ab. Kaum Liegenbleiber und minimale TÜV-Mängel machen ihn zum zuverlässigsten Mitglied der Audi-Familie. Und Produkt-Presseschef Rudolf Schiller erwähnt nicht ohne Stolz, daß die A2-Kunden die zufriedentesten Kunden des Hauses sind.

Der Haken daran: Es gibt zu wenige. In vier Jahren wurden nur rund 150 000 Stück des kleinen Aluminiumautos verkauft, weniger als die Jahresproduktion des Mini von BMW. Damit ist kein Geschäft zu machen, obwohl die Preise für den A2 mit einem schmerzhaften Premium-Aufschlag belastet sind. „Rund 500 Euro legen wir pro Auto drauf“, murrte Audi-Chef Martin Winterkorn. Und Bernd Pischetsrieder, Herr über den gesamten VW-Konzern, hatte schon kurz nach Amtsantritt das ersatzlose Ende des Verlustbringers angekündigt.

So gewinnt man nur schwer neue Kunden. Im vergangenen Jahr griffen gerade mal 27 372 Käufer zum einzigen Aluminiumauto im Kompaktformat. Doch diese Werkstoffwahl war nicht der erste Fehler der A2-Vermarktung. Die Wurzeln liegen tiefer. Als 1997 auf der IAA die Leichtbaustudie A12 präsentiert wurde, begeisterte sie in erster Linie Techniker und Designer. Das schmal und hoch gestylte Aluminiummobil sollte mit seiner leichten Space-Frame-Karosserie und minimiertem Luftwiderstand neue Maßstäbe in Qualität und Verbrauch setzen.

Hintergrund der teuren und avantgardistischen Konstruktion war der Wunsch des damaligen VW-Chefs Ferdinand Piëch, daß jede Konzernmarke ihr eigenes Dreiliterauto im Programm haben müsse. Für Volkswagen mimt der Lupo (bis heute) diese Rolle, bei Seat wurde dann mangels Nachfrage ganz darauf verzichtet, einen Dreiliter-Arosa zu bauen, und Audi blieb die fragwürdige Ehre, das erste viertürige Dreiliterauto in Premiumqualität auf die Räder zu stellen. Dem mußte sich einiges unterordnen. So war der A2 ursprünglich in konventioneller Stahlbauweise und auch etwas breiter, der üblichen Designlinie der Marke entsprechend, vorgesehen. Der Serien-A2, der dann 1999 wiederum auf der IAA das Licht der Welt erblickte, hatte hingegen starke Ähnlichkeit mit der Studie A12.

Im Gegensatz zu den Designern waren Fachpresse und Kunden von dem schmalbrüstigen Auftritt des A2 nicht gerade begeistert. Hinzu kamen dünne, Trennscheiben nicht unähnliche Räder und ein häß-

licher, an die ohnehin mißglückte Heckscheibe geklebter Spoiler. Auch andere Besonderheiten irritierten, wie die glatte Serviceklappe für die Motorflüssigkeiten an Stelle des üblichen Grills. Und anstatt einer hochklappbaren Motorhaube gab es einen herausnehmbaren Frontdeckel, der den von Männern geschätzten Kennerblick in den Motorraum zu einer mühevollen und auch lächerlichen Angelegenheit degradierte.

Im Motorraum gab es ohnehin nicht viel zu sehen. Hatte doch Audi angesichts der ungewöhnlichen Abdeckung auf jegliches Aggregatstyling verzichtet. Der trostlose Anblick entsprach im wesentlichen auch dem reduzierten Leistungsan-

beschränkung steckte freilich System, nämlich der durchaus vernünftige Gedanke, durch Zurückdrehen der Gewichtsspirale mit weniger Leistung auszukommen.

Im Prinzip ist das richtig, geht aber am Kundenwunsch vorbei. Denn der will durch das geringere Gewicht mit höheren Fahrleistungen belohnt und nicht durch geringere Motorleistung zur Sparsamkeit genötigt werden. So blieb der Aha-Effekt des leichten Autos auf der Strecke. Die Reaktion von Audi ließ lange, zu lange auf sich warten. Erst mit dem 1,6-Liter-FSI (110 PS) und jetzt mit dem 66-kW-(90 PS-)TDI besitzt der A2 annähernd jenes Leistungsspektrum, ohne das auch ein Premiumauto im Kleinformat nicht erfolg-



Hoch, schmal, kühl und von kühnem Design: Der Audi A2 hat den Markt nicht erreicht

gebot, mit dem der A2 an den Start ging. Ein Vierzylinder-Benziner und ein Dreizylinder-TDI, beide mit 55 kW (75 PS), sollten den Ansprüchen der A2-Kunden genügen. Hinzu kam, daß der gefragte und auf Grund seines hohen Drehmoments auch temperamentvollere Diesel erst mit gut halbjähriger Verspätung lieferbar war.

Eine derart dürftige Leistungsangebote wäre nicht nötig gewesen. Denn im VW-Konzern gab es genügend potente Benzin-er, die man jedoch ebenso verschmähte wie den damals schon von Wolfsburg angebotenen Dreizylinder-TDI mit 66 kW (90 PS). Hinter der freiwilligen Leistungs-

reich sein kann. Doch vorher mußte ja das Dreiliterauto realisiert werden.

Dank eines sehr sparsamen 1,2-Liter-TDI mit Aluminiumblock und automatisiertem Schaltgetriebe konnte die von Piëch eisern geforderte Rekordmarke erreicht werden. Allerdings mit Mühe und nicht ohne Tricks. Auf Servolenkung und Klimaanlage mußten die wahren Dreiliterfahrer verzichten. Und damit man überhaupt in die für den Abgas- und Verbrauchstest relevante Äquivalentgewichtsklasse kam, mußte der Tankinhalt des Dreiliter-A2 auf lächerliche 21 Liter reduziert werden.

Der Einsatz von 5700 Dreiliter. Ein Großteil des A2 mit automatisiertem A2 mit automatisierter Schaltung im Antriebsstrang nicht nur am G

Natürlich ist des A2 ein Produkt, deren Technologie allem bei der Produktion im Neckar-Kunde sieht unüber mit den dazwischen liegenden ASF-Plakaten hat Audi geschickt vermieden. Leichtbaudee genmäßige Stahlbox wie das schmalen Großteil macht Lösungen gefordert. So wurde „Fortsetzung“ erfolgreich vom Bering konterkarieren.

Außerdem mußten zur Kenntnis kein Wert an sich Zweck. Die deutschen sich bei kleiner unterbringen. A das Erleichterung hält. Rund 100 teil beim A2 rekaum. Zumal der Liter je 100 Kilo

Wie geht es r Fünf Motorvari Die Preisspann 19 400 Euro. U 1,4-Liter-Dieser bedenken wäre, zwei Jahre ge Schluß, und in d hallen wird ein gen mit Aluka läßt sich dann dienen.

Doch was ma zufriedenen A2-ger soll es ja nicht die Konkurrenz auch nicht. Audi er könne die A2 len. Das wäre da der A2-Vermarkt

## n ist kein Wert an sich

... trotz guter Eigenschaften kein Erfolg wurde / High-Tech hinter der schmalen Brust verkauft sich schlecht / Von Gert Hack

istiken schneidet tragend ab. Kaum imale TÜV-Männ-erlässigsten Mit-nd Produkt-Pres-wähnt nicht ohne- en die zufrieden- sind.

gibt zu wenige. In ur rund 150 000 inimumautos ver- Jahresproduktion amit ist kein Ge- hhl die Preise für ertzhaften Premi- sind. „Rund 500 to drauf“, murr- interkorn. Und rerr über den ge- hatte schon kurz atzlose Ende des digt.

chwer neue Kun- griffen gerade nzigsten Alumini- mat. Doch diese der erste Fehler e Wurzeln liegen IAA die Leicht- rt wurde, begei- chniker und De- och gestylte Alu- leichten Space- inimiziertem Luft- äbe in Qualität

n und avantgardi- var der Wunsch hefs Ferdinand marke ihr eigenes m haben müsse. r Lupo (bis heu- wurde dann man- auf verzichtet, e- raufen, und Audi e, das erste vier- Premiumqualität Dem mußte sich war der A2 ur- ller Stahlbauwei- der üblichen De- rechend, vorgese- ann 1999 wieder- cht der Welt er- arke Ähnlichkeit

Designern waren von dem schmal- nicht gerade be- nne, Trennschei- der und ein häß-

licher, an die ohnehin mißglückte Heck- scheibe geklebter Spoiler. Auch andere Besonderheiten irritierten, wie die glatte Serviceklappe für die Motorflüssigkeiten an Stelle des üblichen Grills. Und anstatt einer hochklappbaren Motorhaube gab es einen herausnehmbaren Frontdeckel, der den von Männern geschätzten Kennerblick in den Motorraum zu einer mühevollen und auch lächerlichen Angelegenheit degradierte.

Im Motorraum gab es ohnehin nicht viel zu sehen. Hatte doch Audi angesichts der ungewöhnlichen Abdeckung auf jegliches Aggregatestyling verzichtet. Der trostlose Anblick entsprach im wesentlichen auch dem reduzierten Leistungsan-

beschränkung steckte freilich System, nämlich der durchaus vernünftige Gedanke, durch Zurückdrehen der Gewichtsspirale mit weniger Leistung auszukommen.

Im Prinzip ist das richtig, geht aber am Kundenwunsch vorbei. Denn der will durch das geringere Gewicht mit höheren Fahrleistungen belohnt und nicht durch geringere Motorleistung zur Sparsamkeit genötigt werden. So blieb der Aha-Effekt des leichten Autos auf der Strecke. Die Reaktion von Audi ließ lange, zu lange auf sich warten. Erst mit dem 1,6-Liter-PSI (110 PS) und jetzt mit dem 66-kW-(90 PS-)TDI besitzt der A2 annähernd jenes Leistungsspektrum, ohne das auch ein Premiumauto im Kleinformat nicht erfolg-



Hoch, schmal, kühl und von kühnem Design: Der Audi A2 hat den Markt nicht erreicht

gebot, mit dem der A2 an den Start ging. Ein Vierzylinder-Benziner und ein Dreizylinder-TDI, beide mit 55 kW (75 PS), sollten den Ansprüchen der A2-Kunden genügen. Hinzu kam, daß der gefragte und auf Grund seines hohen Drehmoments auch temperamentvollere Diesel erst mit gut halbjähriger Verspätung lieferbar war.

Eine derart dürftige Leistungsofferte wäre nicht nötig gewesen. Denn im VW-Konzern gab es genügend potente Benziner, die man jedoch ebenso verschmähte wie den damals schon von Wolfsburg angebotenen Dreizylinder-TDI mit 66 kW (90 PS). Hinter der freiwilligen Leistungs-

reich sein kann. Doch vorher mußte ja das Dreiliterauto realisiert werden.

Dank eines sehr sparsamen 1,2-Liter-TDI mit Aluminiumblock und automatisiertem Schaltgetriebe konnte die von Piëch eisern geforderte Rekordmarke erreicht werden. Allerdings mit Mühe und nicht ohne Tricks. Auf Servolenkung und Klimaanlage mußten die wahren Dreiliterfahrer verzichten. Und damit man überhaupt in die für den Abgas- und Verbrauchstest relevante Äquivalentgewichtsklasse kam, mußte der Tankinhalt des Dreiliter-A2 auf lächerliche 21 Liter reduziert werden.

Der Einsatz hat sich nicht gelohnt. Nur 5700 Dreiliter-A2 konnten verkauft werden. Ein Großteil davon, weil er der einzige A2 mit automatischer Schaltung blieb. Auch das ein unverzeihlicher Fehler für diese Baureihe, zumal Hauptkonkurrent Mercedes in der A-Klasse sowohl automatisierte Schaltgetriebe als auch Vollautomaten im Angebot hat. Man darf eben nicht nur am Gewicht sparen.

Natürlich ist die Aluminiumkarosserie des A2 ein einzigartiges High-Tech-Produkt, deren technischer Tiefgang sich vor allem bei der Besichtigung der Produktion im klinisch reinen Aluminium-Zentrum in Neckarsulm erschließt. Aber der Kunde sieht und merkt nichts davon. Außer mit den in den Türschweller eingelasenen ASF-Plaketten (Audi Space Frame) hat Audi geschickt jede Aluminiumnutzung vermieden. Auch sonst wurde die Leichtbauidee gekonnt unterlaufen. Seriennmäßige Stahlräder sind da ebenso paradox wie das schwere Panoramaglasdach, das einen Großteil des Gewichtsvorteils zunichte macht. Da wären intelligentere Lösungen gefragt und möglich gewesen. So wurde „Fortschritt durch Technik“ erfolgreich vom Rückschritt durch Marketing konterkariert.

Außerdem mußten die Marketingstrategen zur Kenntnis nehmen: Aluminium ist kein Wert an sich, sondern nur Mittel zum Zweck. Die deutlich höheren Kosten lassen sich bei kleinen Autos kaum im Preis unterbringen. Abgesehen davon, daß sich das Erleichterungspotential in Grenzen hält. Rund 100 Kilogramm Gewichtsvorteil beim A2 rechtfertigen den Aufwand kaum. Zumal der Spareffekt nur etwa 0,3 Liter je 100 Kilometer beträgt.

Wie geht es nun weiter mit dem A2? Fünf Motorvarianten sind jetzt lieferbar. Die Preisspanne reicht von 16 900 bis 19 400 Euro. Und wer einen der beiden 1,4-Liter-Diesels kauft, ist gut bedient. Zu bedenken wäre, daß der A2 kaum noch zwei Jahre gebaut wird. Danach ist Schluß, und in den Neckarsulmer Werkhallen wird ein etwas teurerer Sportwagen mit Alukarosserie entstehen. Damit läßt sich dann auch wieder Geld verdienen.

Doch was macht man mit über 150 000 zufriedenen A2-Kunden? Einen Nachfolger soll es ja nicht geben. Und einfach an die Konkurrenz verlieren möchte man die auch nicht. Audi-Chef Winterkorn meint, er könne die A2-Kunden auf Seat umpolen. Das wäre dann der letzte Irrtum bei der A2-Vermarktung.