

18.11.2011

Audi A1 Sportback

Zwei Türen mehr

Von *Tom Grünweg*

Bestseller oder Ladenhüter? Am Audi A1 scheiden sich die Geister. Während Kritiker über den schleppenden Absatz lästern, bezeichnen die Verantwortlichen die Verkaufszahlen als großen Erfolg. Nun wird die fünftürige Variante nachgeschoben, die hochtrabend Sportback heißt.



Audi A1 Sportback: Nach dem dreitürigen Modell schiebt Audi bei der kleinsten Baureihe nun eine fünftürige Variante nach, die den Namenszusatz Sportback trägt und...

Audis kleinste Baureihe A1 bekommt Nachwuchs. Auf der Motorshow in Tokio Anfang Dezember enthüllen die Bayern die zweite Karosserievariante, nämlich das fünftürige Modell, das den Namenszusatz Sportback trägt. Im Frühjahr wird das Auto zu den Händlern kommen und zu einem Preis ab 16.950 Euro rund 1000 Euro teurer sein als das entsprechende dreitürige Modell.

Glaubt man Automobilwirtschaftler Ferdinand Dudenhöffer von der Universität Duisburg-Essen, kam der Audi A1 in den ersten neun Monaten dieses Jahres weltweit auf einen Absatz von knapp 89.000 Autos. "Gegenüber gut 146.000 verkauften Exemplaren vom Typ Mini, das Modell Countryman nicht mitgerechnet, ist das wirklich nicht die große Nummer", sagt der Branchenkenner. Ein Grund dafür sei die falsche Preispositionierung. "Der A1 sitzt zwischen allen Stühlen." Audi verlange bei einem Grundpreis von 15.800 Euro für den billigsten Dreitürer relativ

viel Geld für eine Technik, die sich kaum von der des VW Polo, Skoda Fabia oder Seat Ibiza unterscheidet. Je nach Modell- und Motorvariante beziffert Dudenhöffer den Audi-Aufschlag gegenüber dem VW Polo auf bis zu 4500 Euro. "Das ist ein bisschen viel. Nur für noblere Sitzpolster und Lichtschalter gibt in dieser Klasse kaum einer so viel aus."

Der Audi A1, einer aus dem Kleinwagen-Quartett mit VW, Skoda und Seat

Das zweite Problem des A1 sei der Mangel an Eigenständigkeit. "Während der Mini unter den Kleinwagen so einzigartig ist wie der Porsche 911 unter den Sportwagen, ist der A1 eben nur einer von vieren", sagt Dudenhöffer mit Blick auf die Plattformstrategie des VW Konzerns. Zudem sei der Audi-Anspruch "Vorsprung durch Technik" bei diesem Auto weitgehend auf der Strecke geblieben. So markiere der A1 die Grenzen der Wolfsburger Mehrmarkenstrategie.

Konfrontiert man die Bayern mit solchen Aussagen, reagieren sie mitunter genervt. "Wir sind mit dem Absatz voll und ganz zufrieden und haben unsere Prognosen jetzt sogar noch einmal nach oben korrigiert", sagt Audi-Sprecher Albrecht Trautzburg. Dass man bei den Händlern so viele Fahrzeuge sehe, liege nicht an mangelnder Nachfrage, sondern an der Vielzahl der Varianten und dem überdurchschnittlich hohen Anteil an Privatkunden. Deshalb müsse man einfach eine größere Flotte für die Probefahrten vorhalten.

Auch den Mangel an technischer Eigenständigkeit will Audi nicht gelten lassen. Zwar sei der A1 im Grunde tatsächlich ein Polo im feinen Zwirn, und Errungenschaften wie etwa die Zylinderabschaltung gebe es auch bei VW. "Doch die Summe der vielen Details macht schon einen deutlichen Unterschied", sagt Arnd von den Bussche-Hünnefeld aus dem Audi-Qualitätsmanagement. Dann rattert er eine lange Liste herunter, von Google-Navigation über das Thema mobiler Hotspot bis zur neuen Kamera für das automatische Fernlicht.

Auf den Sportback werden noch weitere A1-Varianten folgen

Was sie gar nicht mögen bei Audi, ist der Verweis auf Mini. Dass die Konkurrenz mehr Autos verkaufe, sei zwar richtig, aber deswegen sei der A1 ja noch lange kein Misserfolg, erklärt Audi-Sprecher Trautzburg trotzig. Eigentlich sei es sogar umgekehrt: "Wir erzielen mit bislang einer einzigen Karosserievariante zwei Drittel des Verkaufserfolgs, den Mini mit sechs Modellvarianten erreicht." (Dass er kurz zuvor von vielen Varianten gesprochen hat, als es darum ging, die vollen Lager der Händler zu erklären, lässt er dabei außer Acht.)