



Internationale
Handels-
kommunikation

www.bmw.com



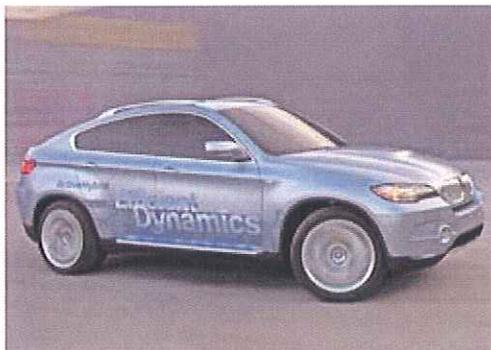
Freude am Fahren

Product News Nr. 35/2009

Dezember 2009

WETTBEWERB: AUDI – VORSPRUNG DURCH TECHNIK?

Eine Automobilmарke, die für sich in Anspruch nimmt, weltweit führender Premium-Hersteller zu sein, muss dafür verschiedene Voraussetzungen erfüllen. Dazu zählen vor allem die Fähigkeit neue Trends und Verbraucherwünsche aufzuspüren, gleichzeitig aber auch die führende Rolle in puncto wegweisender, technischer Innovationen zu übernehmen. Keine andere Premium-Marke hat in den vergangenen Jahren diese Kriterien weltweit so überzeugend erfüllt wie BMW. Und Audi? Als „fast follower“ orientiert sich die Marke hauptsächlich an BMW, spürt keine neuen Segmente auf und übernimmt technische Innovationen meist aus dem VW-Konzernverbund. Das belegt nicht nur der heutige eNewsletter, dies bestätigen aktuell auch die erste Medienberichte über den neuen Audi A8, in denen ganz offen gefragt wird: „Wo ist der Vorsprung durch Technik“ beim neuen Audi A8?



Der **BMW X6 ActiveHybrid**, der erste von einem europäischen Premium-Hersteller weltweit angebotene Vollhybrid. Mit seinem Two-Mode Aktivgetriebe ist der BMW X6 ActiveHybrid das dynamischste Hybrid-Fahrzeug im Segment (im Foto: Studie BMW Concept X6 ActiveHybrid). Audi wird – trotz Ankündigung – den aktuellen Q7 nicht mit Hybrid-Antrieb bringen.



Der neue **BMW 5er** – eine Limousine mit **Vorsprung durch Technik**: Mit Integral-Aktivlenkung, ConnectedDrive mit Head-Up Display und BMW EfficientDynamics Maßnahmen serienmäßig in allen Modellen bietet der neue BMW 5er mehr Innovationen als jeder Wettbewerber im Segment, er ist der neue Maßstab in der oberen Mittelklasse.

Audi in puncto Innovationen klar im Schatten von BMW.

Nimmt man die Fülle an wegweisenden Technologien im Automobilbau als Gradmesser für die Innovationsfähigkeit einer Marke, zeigt sich eindrucksvoll, wie stark sich BMW vom Wettbewerb abgesetzt und sich zum führenden automobilen Trendsetter entwickelt hat. Im Gegensatz dazu kam von Audi nur sehr wenig Wegweisendes: Gerade mal fünf Innovationen in den letzten 30 Jahren führen das Wort „Vorsprung“ im Markenclaim „Vorsprung durch Technik“ nahezu ad absurdum. Nachfolgend eine Übersicht der Fülle an BMW Innovationen allein seit 2000 im Vergleich zu den fünf Audi-Innovationen seit 1980.

BMW Innovationen in den letzten 10 Jahren:

- 2010**
Parkassistent (im neuen BMW 5er)
- 2009**
BMW ActiveHybrid X6 mit **Two-Mode Aktivgetriebe**
- 2008**
Integral-Aktivlenkung mit Hinterradlenkung
- 2007**
BMW EfficientDynamics serienmäßig bei allen Modellen
- 2007**
Dynamic Performance Control (BMW X6)
- 2005**
BMW ConnectedDrive mit bis heute einzigartigen Features wie Erweiterter Notruf, BMW Routen, BMW Assist, BMW Online sowie Internet-Nutzung im Fahrzeug
- 2004**
Stufenaufladung **Variable Twin Turbo** beim Diesel

Audi Innovationen in den letzten 30 Jahren:

- 2008**
LED Scheinwerfer (im R8)
- 2003**
Direktschaltgetriebe **DSG** (aus dem VW-Konzern übernommen)
- 1994**
Voll-Aluminiumkarosserie
- 1989**
Diesel-Direkteinspritzung **TDI**
- 1980**
Allradantrieb **quattro**



Das Head-Up Display in der neuen BMW 5er Limousine – jetzt farbig und mit noch mehr Informationen. Eine derartige Technik kann Audi – selbst im neuen A8 – nicht anbieten.

2003
Head-Up Display

2003
Aktivlenkung

2003
Elektronisch geregelter Allradantrieb
xDrive mit nahezu vollvariabler
Kraftverteilung

2001
iDrive (neues, wegweisendes
Bediensystem im Cockpit)

2000
Benzin-Einspritzung der
II. Generation mit Magermix

2000
VALVETRONIC (stufenloser
variabler Ventilhub zu
Verbrauchsreduzierung)



Der BMW X1 – das erste Premium-SAV im Kompaktsegment. Auch hier ist BMW wieder Trendsetter im Premium-Segment, ein vergleichbarer Audi Q3, der auf der VW Tiguan-Plattform aufbaut, kommt nicht vor 2011.

BMW spürt Markttrends auf, Audi reagiert als „fast follower“.

Wegweisend premium heißt aber nicht nur, Taktgeber in puncto technischer Innovationen zu sein. Wegweisend premium heißt auch: Markttrends und Kundenwünsche aufzuspüren und mit entsprechend neuartigen Modelle schon frühzeitig neue Segmente zu begründen, um damit Kunden vom Wettbewerb zu erobern. Dies ist natürlich immer mit gewissen Risiken verbunden, doch nur wer neue Wege beschreitet, ist auch wegweisender Premium-Hersteller.

Audi zeigt da deutlich weniger Kreativität, wartet erst ab, übernimmt dann erfolgreiche Konzepte (teilweise sogar mit dem Verzug einer kompletten Modellgeneration) und fährt als „fast follower“ klar im Windschatten von BMW: Erst eine komplette Generation nach dem Marktbegründer BMW X5 startete der Audi Q7, fast eine Generation nach dem BMW X3 folgte der Audi Q5, und auch erst vier Jahre nach dem Roadster BMW Z3 kam Audi mit seinem ersten Roadster TT auf den Markt. Die Beispiele im Überblick:



Das Audi Cross Coupé quattro, eine Studie, die schon 2007 auf der Shanghai Motor Show gezeigt wurde, weist auf das mögliche Design des künftigen Audi Q3 hin. Zwischen Studie und Markteinführung liegen dann vier Jahre.

BMW

2009
BMW X1

2009
BMW 5er Gran Turismo
(neues Fahrzeugkonzept)

2004
BMW X3

2001
MINI

2000
BMW X5

1996
BMW Z3

1987
Erster BMW 3er Touring

Audi

2011
Audi Q3 (angekündigt, auf VW Tiguan-Basis)

2009
Audi A5 Sportback (anderes Segment, kein neues Fahrzeugkonzept, nur Fließheck-Limousine)

2008
Audi Q5

2010
Audi A1 (angekündigt)

2005
Audi Q7 (auf VW Touareg-Basis)

1999
Audi A2 (wegen Erfolglosigkeit 2005 wieder eingestellt)

1999
Audi TT Roadster (auf Golf-Basis)

1992
Erster Audi 80 Avant



BMW als Vorreiter bei den Cabrios der Mittelklasse: Das erste BMW 3er Cabrio debütierte bereits 1985. Audi wartete ab, und erst nachdem sich der Erfolg des BMW 3er Cabrios abzeichnete, reagierte Audi: sechs Jahre später (1991) mit dem ersten Audi Cabrio auf Basis des damaligen Audi 80 Coupé.

1987 BMW 750i mit V12-Motor	⇒	2004 Audi A8 mit W12-Motor
1986 BMW M Fahrzeuge	⇒	1994 Audi RS-Modelle
1985 Erstes BMW 3er Cabrio	⇒	1991 Erstes Audi Cabrio
1978 BMW M1 (Mittelmotor-Sportcoupé)		2006 Audi R8 (Mittelmotor-Sportcoupé auf Basis Lamborghini Gallardo)
1977 BMW 7er	⇒	1988 Audi V8 (auf Basis Audi 100, Nachfolger A8)
1976 BMW 6er Reihe/ BMW 850i	⇒	2010 Audi A7 (angekündigt, als viertüriges Coupé)
1966 Sportliche Kompaktlimousine (ab BMW 02er/3er Reihe)	⇒	1972 Audi 80 (Nachfolger A4)



Der Audi A2, ein erfolgloses Kapitel in der Audi-Modellgeschichte. Auch wenn sein Design polarisierte, der kleinste Audi wurde vor allem deshalb ein Flop, weil er mit seiner Aluminium-Karosserie im Segment viel zu teuer angeboten wurde.

Der Flop Audi A2.

Begrenzter Erfolg allerdings dann, wenn Audi versucht, einen eigenen Weg zu gehen und frühzeitig einen neuen Trend zu setzen – siehe das Beispiel Audi A2. Mit dem A2 wollte Audi eine Vorreiterrolle übernehmen und ein besonders leichtes und verbrauchsarmes Fahrzeug auf den Markt bringen. Dazu erhielt der A2 – ein völliges Novum in dieser Klasse – eine aufwendige Aluminium-Karosserie, was seine Produktionskosten entsprechend in die Höhe schnellen ließ. Entsprechend übersteuert wurde er im direkten Wettbewerbsvergleich angeboten. Das Ergebnis: Der Audi A2 erwies sich als Flop. Er lief nur eine Generation und wurde dann wegen zu geringer Marktnachfrage nach gut sechs Jahren 2005 ohne Nachfolger wieder eingestellt.



Das Thema Audi Q7 Hybrid, hier die Studie von der IAA 2005, zeigt das Problem von Audi innerhalb des VW-Konzerns. Als eine Marke unter vielen innerhalb von Volkswagen muss sich Audi der Gemeinschaftsentwicklung unterordnen. Und wenn der VW-Konzern noch nicht soweit ist, kommt auch ein Audi Q7 – trotz Ankündigung – nicht als Hybrid.

Audi abhängig von der VW-Konzernentwicklung in Wolfsburg.

Andererseits aber ist Audi in seinen Entwicklungsmöglichkeiten stark eingeschränkt, denn die Volkswagen-Konzernentwicklung findet in Wolfsburg statt. So gesehen ist die technische Eigenständigkeit von Audi – als eine von zehn Konzernmarken von VW – sehr gering. Beispiele wie der auf der IAA 2005 angekündigte Audi Q7 Hybrid zeigen dies. Weil die Hybrid-Entwicklung in Wolfsburg langsamer als erwartet vorankam, musste sich Audi – trotz üblicher, frühzeitiger Vorankündigungs-Kommunikation – von dem ehrgeizigen Hybrid-Projekt schnell wieder verabschieden und einen Rückzieher machen.

Das zeigt auch die grundsätzliche Problematik von Audi auf: Als Bestandteil des volumenorientierten VW-Konzerns kann die Marke aus Ingolstadt keine strategische Eigenentwicklung betreiben und muss teilweise auf Konzern-Plattformen, -Motoren und -Teile zurückgreifen. Dies führt zu konzeptbedingten Nachteilen wie Frontantrieb in allen Klassen, einem zwangsweise notwendigen Allradantrieb bei stärkeren Motorvarianten und der Verwendung gleicher Bauteile zusammen mit den Konzernmarken VW, Seat und Škoda – zum Teil auch auf den zweiten Blick gut sichtbar im Innenraum. Andererseits profitiert Audi von dieser Zusammenarbeit mit VW auch durch geringere Entwicklungs- und Herstellkosten. Siehe das Beispiel des Sportwagens Audi R8, der in vielen Teilen baugleich mit dem Gallardo von Lamborghini – einer weiteren Konzernmarke – ist.



Weiterer Vorsprung durch Technik für BMW: Mit BMW ConnectedDrive erhält der BMW Kunde nicht nur sämtliche Online-Dienste, sondern das gesamte Angebot des Internets. Ebenso einzigartig bei BMW ConnectedDrive: der Erweiterte Notruf, der die Schwere eines möglichen Unfalls sofort erkennt und automatisch einen Notruf ans Call Center absetzt. Ein solches Sicherheits-Feature bietet kein anderer Hersteller.

BMW deutlich schneller in der Entwicklung.

So verwundert es nicht, dass eine völlig eigenständige Marke wie BMW – abgesehen vom besonderen Entwicklungs-Know-how seiner Ingenieure – wesentlich schneller in seinen Prozessen und Entscheidungen sein kann. Technische Innovationen werden dann gebracht, wenn sie serienreif sind – und nicht erst, wenn ein Gremium über deren Verwendung und Einsatz innerhalb der Konzernmarken entschieden hat.

Das beweist auch die Fülle an technischen Innovationen, die BMW in der Vergangenheit deutlich vor Audi eingeführt hat. Techniken wie die

- Motor-Schubabschaltung
- VALVETRONIC und die
- Benzineinspritzung der zweiten Generation mit Magerkonzept

zeigen, wie frühzeitig BMW schon – im Gegensatz zu Audi – **innovative Maßnahmen zur Verbrauchsreduzierung** in die Serie eingeführt hat.

Aber auch **wegweisende Technologien in puncto Sicherheit** (Lenkrad- und Seitenairbag, Reifen mit Notlaufeigenschaften, Xenon-Licht, Auffahrwarnung mit Abbremsfunktion, Surround View, Erweiterter Notruf), oder **Komfortfeatures** wie Navigationssystem mit Sprachsteuerung, Komfort- und Aktivsitz oder BMW Online unterstreichen den Vorsprung durch Technik der BMW Ingenieure.



Der BMW Vision EfficientDynamics: Die realitätsnahe Konzeptstudie von BMW war eines der Highlights der diesjährigen IAA – nicht nur wegen ihres futuristischen Sportwagen-Designs, sondern vor allem auch deshalb, weil die Studie den Zielkonflikt zwischen hoher Fahrfreude und geringen CO₂-Emissionen perfekt löst.

BMW Vision EfficientDynamics: wieder einen Schritt voraus.

Aber auch Beispiele wie der BMW Vision EfficientDynamics zeigen, dass BMW wieder einen deutlichen Schritt gegenüber Audi voraus ist. Die auf der diesjährigen IAA vielbestaunte Konzept-Studie unterstrich in Frankfurt eindrucksvoll, wie sich bei BMW künftig Sportlichkeit mit zukunftsweisenden Antriebskonzepten nachhaltig kombinieren lässt. Ein Sportwagen mit einem Dreizylinder-Turbo und zwei Elektromotoren, der insgesamt auf eine Reichweite von 700 km kommt, ist wesentlich realitätsnäher und praxisorientierter als ein Audi eTron, ein Mittelmotor-Sportcoupé auf Basis des R8, mit Elektroantrieb und einer Reichweite von gerade mal 248 km. Süffisanter Kommentar der Presse zum diesjährigen IAA-Showcar von Audi: „248 km Reichweite. Nie und nimmer. Zwei, drei Gasstöße und die Batterien sind mausetot“ (Auto Bild, 38/2009). Aber selbst ohne „kräftige Gasstöße“ stellt sich die Frage: Welchen Sinn macht ein großes Sportcoupé mit einem reinen Elektroantrieb – einer Technologie, die sich vorerst nahezu ausschließlich nur für den Einsatz in Großstädten und Ballungszentren eignet?



Die Summe unserer Ideen für effizientes Fahren: 99g CO₂/km.

Informationen zum Modell: Audi A4 (8K) 2.0 TFSI 180kW (245 PS) 12V S tronic 7-Gang. CO₂-Emissionen (kombiniert) 99g/km. Verbrauch (kombiniert) 6,7l/100km. Audi ist ein Markenname der Audi AG. Audi ist ein Markenname der Audi AG. Audi ist ein Markenname der Audi AG.

Deutlich auch die Audi-Nähe zu BMW in den Werbeaussagen: BMW setzt auf effiziente Dynamik, Audi jetzt auch. Nur: Während BMW EfficientDynamics für alle BMW Modelle gilt und mehr Leistung bei weniger Verbrauch bedeutet, reduziert Audi seine Effizienz-Maßnahmen nur auf wenig plakative Sondermodelle. Und diese bieten mit kleineren Motoren und länger übersetzten Getrieben deutlich geringere Fahrleistungen als vergleichbare BMW Modelle.

Audi auch in der Vermarktung auf den Spuren von BMW.

Ähnlich wie bei der Einführung neuer Modelle oder Technologien nimmt sich Audi auch in nahezu allen Vermarktungskonzepten und Marketingstrategien seit Jahren scheinbar nur einen Hersteller als Vorbild: BMW. Die Auffälligkeiten oder Zufälligkeiten sind unübersehbar.

- Sportlichkeit und Dynamik als Kernwerte der Marke Audi. Neuerdings auch: Effizienz.
- Sehr starke Ähnlichkeit von BMW Botschaften in der Audi Kommunikation („Effizienz serienmäßig in jedem Audi“)
- Ähnliche Nomenklatur in den Modellbezeichnungen (1er – A3, 3er – A4, 5er – A6, 7er – A8, X5 – Q7, X3 – Q5, X1 – Q3)



Die Botschaft ist eindeutig: BMW klar in Führung vor Audi – sowohl in puncto Zulassungszahlen als auch in nahezu allen Innovationen.

Die Argumente im Überblick:

- BMW ist weltweit führender Premium-Hersteller, setzt neue Trends, spürt frühzeitig Verbraucherwünsche auf und hat die führende Rolle bei technischen Innovationen.
- Audi hingegen ist „fast follower“, orientiert sich nur an BMW, bringt kaum wegweisende Innovationen – kein „Vorsprung durch Technik“.
- Nur fünf Audi Innovationen in den letzten 30 Jahren (quattro, TDI, Alu-Karosserie, Direktschaltgetriebe DSG, LED-Scheinwerfer)
- BMW allein mit vielen technischen Innovationen in den letzten Jahren: BMW ActiveHybrid, Integral-Aktivlenkung, Head-Up Display, Stufenaufladung Variable Twin Turbo, BMW ConnectedDrive und allen voran: BMW EfficientDynamics serienmäßig in allen Modellen – keine entsprechende Technologien bei Audi.
- BMW in vielen Bereichen Segment- und Konzeptbegründer (u.a. X-Familie, 3er-Varianten, M Modelle). Audi mit weniger Kreativität, folgt meist erst dann, wenn sich Markterfolge von BMW Modellen abzeichnen.
- Audi ist Teil des Volkswagen-Konzernverbundes, muss Konzern-Plattformen, -Motoren, -Getriebe und andere Gleichteile teilweise mit VW, Škoda und Seat nutzen.
- Audi auch in puncto Vermarktungs-Aktivitäten mit auffälliger Orientierung an BMW.

+++ latest news +++ Erste Daten und Bilder vom neuen Audi A8 +++ latest news +++ Erste Daten und Bilder vom



Der neue Audi A8 - wie alle Audi mit großem Single-Frame-Kühlergrill. Medien, wie zum Beispiel die deutsche „Bild am Sonntag“, äußern sich skeptisch über das Design: „Mercedes und BMW setzten drei Mal so viele Luxuslimousinen ab. Das liegt vielleicht am Einheitsdesign der Marke Audi. Alle Baureihen tragen eine ähnliche Front.“



Auch das Heck des neuen Audi A8 kommt einem irgendwie bekannt vor. Abrisskante und Rückleuchten erinnern an den Audi A4. Mit 5,14 m ist der neue Audi A8 sieben Zentimeter länger als der BMW 7er – bei nahezu identischem Innenraum.

Neuer Audi A8: Auch die Medien suchen „Vorsprung durch Technik“.

In diesen Tagen präsentierte Audi den internationalen Medien den neuen Audi A8 in Miami, USA. Audi selbst bezeichnet den eher konventionell designten A8 als „die sportlichste Limousine der Luxusklasse“ und kündigt als neue Technologien die Aluminiumkarosserie, ein verbessertes Bediensystem, neue Assistenzsysteme und Voll-LED-Scheinwerfer an. Wegweisende, neue Techniken oder ein umfassendes Konzept zur Verbrauchsreduzierung fehlen weiterhin, es bleibt bei Einzel-Maßnahmen wie etwa der Bremsenergie-Rückgewinnung. Mit seinen Abmessungen von 5.137/1.949/1.460 (Länge, Höhe, Breite in mm) ist der Audi A8 sieben Zentimeter länger als der BMW 7er, bietet jedoch keinen größeren Innenraum. Hier die drei zum Marktstart im Frühjahr 2010 geplanten Motorisierungen:

- **Audi A8 3.0 TDI quattro**, 184 kW/250 PS, 0 auf 100 km/h in 6,6 s, Verbrauch 6,6 l/100 km (**BMW 730d**: 180 kW/245 PS, 0 auf 100 km/h in 7,2 s, Verbrauch 6,8 l/100 km).
- **Audi A8 4.2 TDI quattro**, 258 kW/350 PS, 0 auf 100 km/h in 5,5 s, Verbrauch 7,6 l/100 km (**BMW 740d**: 225kW/306 PS, 0 auf 100 km/h in 6,3 s, Verbrauch 6,9 l/100 km).
- **Audi A8 4.2 FSI quattro**, 273 kW/372 PS, 0 auf 100 km/h in 5,7 s, Verbrauch 9,5 l/100 km (**BMW 750i xDrive**: 300 kW/407 PS, 0 auf 100 km/h in 5,1 s, Verbrauch 11,9 l/100 km).

Während Audi-Chef Rupert Stadler bei der Premiere ins Schwärmen geriet („Der Audi A8 ist das Flaggschiff unserer Marke. Er steht für alles, was wir bei Audi können. Unser Ziel war es, dem perfekten Automobil möglichst nahe zu kommen.“), sehen das die Medien nicht ganz so euphorisch. Der neue Audi A8 stößt auf durchaus geteiltes Echo und angesichts der großen Worte des Audi-Chefs kommen auch kritische Stimmen:

- „Er ist größer, teurer, luxuriöser. Aber wo ist der Vorsprung durch Technik?“ („Bild am Sonntag“, Deutschlands größte Sonntagszeitung, 29.11.2009)
- „Der technologische Fortschritt des Flaggschiffs hält sich in Grenzen.“ (Focus Online, 01.12.2009)



Im Cockpit des neuen Audi A8 dominiert vor allem das elektrisch ausfahrende Navigations-Display und die vielen Schalter in der Mittelkonsole. Der Bildschirm beim BMW 7er ist wesentlich eleganter und harmonischer in den Armaturenräger integriert.

- „Technisch hat das Audi Top-Modell ebenfalls einiges zu bieten – aber kaum etwas, was es bei den Konkurrenten nicht schon gäbe.“ (Focus Online, 01.12.2009)
- „Der A8 4.2 TDI packt zum Vorgänger noch 20 Kilo drauf, schwingt nun 90 Kilo mehr als ein BMW 740d auf die Waage. Vorsprung durch Technik sieht anders aus.“ („Auto Bild“ 49/2009)
- „Er wächst um 9 Zentimeter auf 5,14 Meter Länge. Spürbar wird das für die Insassen dagegen kaum. Denn beim Radstand, dem Komfortmaß für den Innenraum, liegt er mit 2,99 Metern immer noch hinter BMW (3,07 m) zurück.“ („Bild am Sonntag“, 29.11.2009)
- „... es gibt auch Leerstellen. Einen Hybridantrieb ... kann Audi frühestens 2011 anbieten, Und auch die Sache mit dem Leichtbau klingt wie Augenwischerei.“ (Spiegel online, 01.12.2009)
- „Stattdessen nimmt er da zu, wo alle abnehmen wollen – beim Gewicht. Der A8 wiegt mehr als ein vergleichbarer 7er BMW.“
- Verantwortlich dafür ist der Allrad-Antrieb ... Das einstige Aushängeschild für technischen Fortschritt wird zunehmend zum Ballast.“ (Beides „Bild am Sonntag“, 29.11.2009)

+++ latest news +++ Erste Daten und Bilder vom neuen Audi A8 +++ latest news +++ Erste Daten und Bilder vom

Impressum

Dieser Newsletter wurde von der Bayerische Motoren Werke Aktiengesellschaft (Petuelring 130, 80788 München) erstellt.

Kontakt: Product.News@bmwgroup.com

Die BMW AG wird gesetzlich durch den Vorstand (Norbert Reithofer, Frank-Peter Arndt, Herbert Diess, Klaus Draeger, Friedrich Eichiner, Harald Krüger, Ian Robertson) vertreten.

Handelsregister: Amtsgericht München
Registergericht HRB 42243
Umsatzsteueridentifikationsnummer: DE129273398

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Volker.Figura@bmwgroup.com, VB-24
Internationale Handelskommunikation

Robert.Lallinger@bmwgroup.com, VB-24
Internationale Handelskommunikation

Die deutsche, englische und französische Version finden Sie ab dem 16.12.2009 im Sales & Marketing Portal ([klicken Sie bitte hier](#)).

Nur für den internen Gebrauch.

© Copyright BMW AG, München (Deutschland). Alle Rechte vorbehalten. Text, Bilder, Grafiken, Animationen und Videos unterliegen dem Schutz des Urheberrechts und anderer Schutzgesetze. Bildnachweise: Audi AG (7), BMW AG.