



**Volkswagen Group Polska sp. z o.o.**  
Leszek Kempiniński  
Public Relations  
Telefon: +48 (61) 62 73 108  
E-Mail: Leszek.Kempinski@audi.pl  
[www.audi.press-bank.pl](http://www.audi.press-bank.pl)

## **„Auto Trophy 2015”: nagrody dla Audi w aż pięciu kategoriach**

- **Większość nagród w plebiscycie czytelników niemieckiego czasopisma AUTO ZEITUNG zgarnia Audi**
- **Wyróżnienia dla modeli A1, A3, Q7 i R8**
- **Nagroda specjalna za „najlepszą na świecie stylistykę”**

**Ingolstadt, 25 listopada 2015 r. Audi odniosło ogromny sukces w plebiscycie „Auto Trophy 2015” rozpisany przez niemieckie czasopismo AUTO ZEITUNG. Wygrało w aż pięciu kategoriach. Cztery pożądane w branży motoryzacyjnej trofea trafiły do modeli Audi A1, Audi A3, Audi Q7 i Audi R8, a piąte przypadło koncernowi z Ingolstadt w kategorii „najlepsza na świecie stylistyka”.**

„Wygraliśmy dzięki czterem z wielu oferowanych przez nas modeli. Nasza oferta została nagrodzona przekrojowo - od kompaktowego Audi A1, przez A3 i SUV-a klasy wyższej - Audi Q7, aż po supersportowe Audi R8. Bardzo nas cieszy wybór czytelników, potwierdzający, że w każdym z segmentów jesteśmy w stanie zaoferować bardzo atrakcyjne i wyróżniające się stylistycznie auta. Takie uroczystości jak dzisiejsza, wzmacniają naszą wiarę w dalszy sukces ofensywy modelowej Audi” - powiedział podczas wręczania nagród w Cruise Center Hamburg Altona Rupert Stadler, prezes zarządu Audi AG. Stadler odbierał nagrodę dla Q7. Dietmarowi Voggenreiterowi, szefowi marketingu i sprzedaży Audi przekazano nagrodę dla modelu A3. Prof. dr Hubert Walth, członek zarządu ds. produkcji, przyjął wyróżnienie dla Audi A1, Heinz Hollerweger, dyrektor zarządzający quattro GmbH, dla Audi R8, a Marc Lichte, szef stylistyki czterech pierścieni, nagrodę specjalną za „najlepszą na świecie stylistykę”.

Czytelniczki i czytelnicy zarówno magazynowego, jak i internetowego wydania czasopisma AUTO ZEITUNG, już po raz 28. wybierali swoje ulubione samochody. W tym roku plebiscyt był globalny. Włączyło się do niego 26 magazynów motoryzacyjnych i portali internetowych z całego świata, skupionych w Bauer Media Group. Hasłem przewodnim konkursu było: „Auto Trophy goes global”.



Audi z sukcesem obroniło swą zwycięską pozycję z roku 2014, po raz kolejny wyprzedzając konkurencję.

Zdjęcia i dodatkowe informacje znajdują Państwo na stronie [www.audi.press-bank.pl](http://www.audi.press-bank.pl).

Koncern Audi w roku 2014 dostarczył klientom około 1 741 100 samochodów marki Audi. W roku 2014, przedsiębiorstwo osiągnęło przychody w wysokości 53,8 miliardów Euro, a jego zysk operacyjny wyniósł 5,15 miliardów Euro. Marka Audi obecna jest na ponad 100 rynkach całego świata. Produkcja odbywa się w zakładach w Ingolstadt, Neckarsulm, Győr (Węgry), w Brukseli (Belgia), w Bratysławie (Słowacja), Martorell (Hiszpania), w Kałudze (Rosja), Aurangabad (Indie), Changchun i w Foshan (Chiny), a także w Dżakarcie (Indonezja). W roku 2015 produkcja samochodów marki Audi ruszy w Kurytybie (Brazylia), a od 2016 w San José Chiapa w Meksyku. Spółkami należącymi w 100% do Audi AG są między innymi quattro GmbH (Neckarsulm), Automobili Lamborghini Holding S.p.A. (Sant'Agata Bolognese/Włochy) oraz producent sportowych motocykli Ducati Motor Holding S.p.A (Bolonja/Włochy). Audi zatrudnia obecnie ponad 80 000 pracowników, z czego 58 000 w Niemczech. W latach 2015 - 2019 koncern planuje inwestycje rzędu 24 miliardów Euro, głównie w nowe produkty i zrównoważone technologie. Audi przykłada dużą wagę do korporacyjnej odpowiedzialności, a w swej strategii ustanowiło zasadę zrównoważonego rozwoju swoich produktów i procesów produkcyjnych. Długoterminowym celem koncernu jest mobilność wolna od CO<sub>2</sub>.