



**Kommunikation Motorsport**

Daniel Schuster

Telefon: +49 841 89-38009

E-Mail: [daniel2.schuster@audi.de](mailto:daniel2.schuster@audi.de)

[www.audi-motorsport.info](http://www.audi-motorsport.info)

[www.audi-newsroom.de](http://www.audi-newsroom.de)

## **Audi-Pilot Tambay startet mit Playboy in der DTM**

- **23 Jahre alter Franzose in den Farben des Männermagazins**
- **Spektakuläres Design für Audi RS 5 DTM von Edoardo Mortara**
- **Letzte Testfahrten als Generalprobe vor Saisonauftakt in Hockenheim**

**Ingolstadt, 14. April 2014 – Bei den letzten offiziellen DTM-Testfahrten vor dem Saisonstart präsentiert Audi die noch offenen Designs seines Audi RS 5 DTM. Auf dem Rennauto von Adrien Tambay kehrt das berühmte schwarze Playboy-Design wieder in die DTM zurück.**

Vom heutigen Montag bis Donnerstag sind alle acht Audi-Werksfahrer im Einsatz, um sich auf den Saisonauftakt der DTM am 4. Mai vorzubereiten. Die Piloten um Champion Mike Rockenfeller und die beiden zweimaligen DTM-Meister Mattias Ekström und Timo Scheider teilen sich die Testzeit in den vier Audi RS 5 DTM. Nach den erfolgreichen Testfahrten in Budapest, bei denen Audi fünf von acht möglichen Bestzeiten holte, stehen auf dem Hockenheimring die Perfektion der Abläufe, Rennsimulationen und Abstimmungsarbeiten für das erste Rennen im Vordergrund.

„Die Vorfreude auf den Saisonstart steigt. Das spürt man bei allen Fahrern, Ingenieuren und Mechanikern deutlich“, sagt Dieter Gass, Leiter DTM bei Audi Sport. „Wir sind zufrieden mit der bisherigen Vorbereitung und definitiv einen Schritt weiter als im vergangenen Jahr zu dieser Zeit. Trotzdem haben wir auch für Hockenheim noch ein volles Programm. Da an den Rennwochenenden nur ein Training bis zum Qualifying bleibt, geht es bei den letzten Testfahrten auch darum, sich eine bestmögliche Basis-Abstimmung für das erste Mai-Wochenende herauszufahren. Uns erwarten also vier arbeitsreiche Tage.“

Adrien Tambay geht die Generalprobe dabei besonders motiviert an: Mit dem Design seines Audi RS 5 DTM ist der 23 Jahre alte Franzose der neue „Playboy“ der DTM.

„Für einen jungen Sportler wie mich ist das natürlich der perfekte Sponsor“, sagt Tambay schmunzelnd. „Ich bin stolz darauf, mit dem Bunny auf dem Dach zu starten. Noch wichtiger ist aber, dass ich auch schnell bin.“



Spektakulär ist auch das Rennauto von Edoardo Mortara beklebt, der mit auffälligen roten Elementen für die sportlichen RS-Modelle von Audi wirbt. Neuzugang Nico Müller geht in der Saison 2014 mit dem Schriftzug der Audi Financial Services an den Start. Bereits bestens bekannt, nicht zuletzt durch die Titelgewinne 2011 und 2013, sind die Farben der Schaeffler Gruppe, in denen erneut Mike Rockenfeller startet.

Während der Testfahrten in Hockenheim sind die Tribünen für Zuschauer geöffnet. Tickets für die DTM 2014 gibt es online unter [www.audi-motorsport.com/dtm](http://www.audi-motorsport.com/dtm) oder telefonisch unter +49 (0)841 8947777.

– Ende –

Der Audi-Konzern hat im Jahr 2013 rund 1.575.500 Automobile der Marke Audi an Kunden ausgeliefert. 2013 erreichte das Unternehmen bei einem Umsatz von € 49,9 Mrd. ein Operatives Ergebnis von € 5,03 Mrd. Das Unternehmen ist global in mehr als 100 Märkten präsent und produziert an den Standorten Ingolstadt, Neckarsulm, Győr (Ungarn), Brüssel (Belgien), Bratislava (Slowakei), Martorell (Spanien), Kaluga (Russland), Aurangabad (Indien), Changchun (China) und Jakarta (Indonesien). Seit Ende 2013 fertigt die Marke mit den Vier Ringen zudem in Foshan (China), ab 2015 in São José dos Pinhais (Brasilien) sowie ab 2016 in San José Chiapa (Mexiko). 100-prozentige Töchter der AUDI AG sind unter anderem die quattro GmbH (Neckarsulm), die Automobili Lamborghini S.p.A. (Sant'Agata Bolognese/Italien) und der Sportmotorradhersteller Ducati Motor Holding S.p.A. (Bologna/Italien). Das Unternehmen beschäftigt derzeit weltweit mehr als 73.500 Mitarbeiter, davon mehr als 52.500 in Deutschland. Von 2014 bis 2018 plant es Gesamtinvestitionen in Höhe von rund € 22 Mrd. – überwiegend in neue Produkte und nachhaltige Technologien. Audi steht zu seiner unternehmerischen Verantwortung und hat Nachhaltigkeit als Maßgabe für Prozesse und Produkte strategisch verankert. Das langfristige Ziel ist CO<sub>2</sub>-neutrale Mobilität.