



Kommunikation Motorsport

Jürgen Pippig

Telefon: +49 (0)841 89 34200

E-Mail: motorsport-media@audi.de

www.audi-motorsport.info

DTM-Countdown: Audi gibt in Wiesbaden Vollgas

- **Noch drei Wochen bis zum DTM-Auftakt**
- **DTM-Präsentation zum zweiten Mal in Folge in Wiesbaden**
- **Audi mit vielen Attraktionen in der hessischen Landeshauptstadt**

Ingolstadt, 7. April 2011 – Bereits drei Wochen vor Saisonbeginn und damit ungewöhnlich früh präsentiert sich Europas populärste Tourenwagen-Rennserie in Wiesbaden den Zuschauern. Für den neu formierten Audi-DTM-Fahrerkader ist es der erste gemeinsame öffentliche Auftritt.

110.000 Fans erlebten im vergangenen Jahr die DTM-Präsentation in Wiesbaden. Zur zweiten Auflage am Sonntag, dem 10. April, von 12 bis 18 Uhr werden noch mehr Zuschauer zwischen Wilhelmstraße und Kurhaus erwartet. Alle neun Audi-DTM-Piloten sind in Wiesbaden vor Ort. Und auch darüber hinaus hat Audi, DTM-Champion der Jahre 2007, 2008 und 2009, den Fans eine Menge zu bieten.

DTM-Feeling pur vermitteln zwei Audi A4 DTM, die das Publikum mit Demonstrationsrunden und Doughnuts in der Wilhelmstraße auf Touren bringen werden. Am Start sind der AUTO TEST Audi A4 DTM von Timo Scheider und der Red Bull Audi A4 DTM von Mattias Ekström. Ebenfalls auf der improvisierten Strecke zu sehen: das Audi RS 5 Safety-Car aus der DTM. Zudem bekommen die Zuschauer drei weitere A4 DTM zu Gesicht: Der E-POSTBRIEF Audi A4 DTM von Mike Rockenfeller, der Audi Performance A4 DTM von Oliver Jarvis sowie der Glamour Audi A4 DTM von Rahel Frey sind auf Ausstellungsflächen vor der Kulisse des Wiesbadener Kurhauses zu bewundern.

Szenen zum Mitfiebern liefert eine original DTM-Boxenmannschaft des Audi Sport Team Abt Sportsline: Bei den Stopps dürfen die Fans staunend beobachten, wie der Wechsel von vier Rädern in kaum mehr als drei Sekunden absolviert wird. Und der Audi collection Truck bietet den Fans die Möglichkeit, sich rechtzeitig für den Saisonauftakt in Hockenheim mit Accessoires aus der Audi collection auszustatten

und diese gleich vor Ort von den Audi-Werksfahrern signieren zu lassen. Und auch ein Audi-Korso darf bei einer DTM-Präsentation nicht fehlen.

Stimmen der Audi-Piloten vor der DTM-Präsentation

Filipe Albuquerque: „Auch wenn ich diese Veranstaltung noch nicht kenne, steigt meine Vorfreude darauf. Schon auf den Fotos sieht Wiesbaden sehr schön aus. Die Zahl der Menschen bei der Präsentation ist unglaublich. Für mich persönlich wird es die erste Begegnung mit den DTM-Fans sein. Die anderen Audi-Fahrer kenne ich bereits aus dem Wintercamp. In Wiesbaden lerne ich dann auch unsere Mitstreiter kennen.“

Mattias Ekström: „Die Präsentation ist für mich etwas ganz Besonderes. Wir können uns viel besser um die Fans kümmern als bei den Rennen, denn in Wiesbaden herrscht kein Zeitdruck. Die Fans sind immer positiv, und alle freuen sich, dass es bald losgeht. Ich hoffe auf gutes Wetter, denn das ist die Voraussetzung für eine schöne Atmosphäre.“

Rahel Frey: „Ich habe im Vorjahr die Veranstaltung nur in den Medien miterlebt. Der Andrang muss riesig gewesen sein. Eine wirklich bedeutende Präsentation habe ich im Motorsport bisher nur in Le Mans erlebt. Ich stelle mir vor, dass in Wiesbaden ein ähnlich großer öffentlicher Andrang herrscht. Die Fans erleben die Nähe zu den Fahrern. Das wird bestimmt ein schöner Auftritt. Ich will mich dort zum ersten Mal dem Publikum vorstellen und als DTM-Fahrerin auch gleich angenommen werden.“

Oliver Jarvis: „Im Vorjahr war Wiesbaden so eine erstaunliche Veranstaltung, dass ich es kaum erwarten kann, wieder dabei zu sein und mich mit der DTM vorzustellen. Ich war vor einem Jahr bei der Präsentation zum ersten Mal überhaupt in Wiesbaden. Die Stadt ist wunderschön und die Atmosphäre war fantastisch. Ich hatte das Glück, im Vorjahr ein Showcar fahren zu dürfen. Es hat riesigen Spaß gemacht, direkt vor den Zuschauern Kreise drehen zu können. Für uns ist es auch eine schöne Gelegenheit, die Fans zu treffen und Autogramme zu schreiben – und das in einer viel entspannteren Situation als an einem Rennwochenende.“

Miguel Molina: „Wiesbaden war vor einem Jahr wirklich ein ungewöhnliches Erlebnis. Eine so große Zahl von Menschen vor Saisonbeginn bei einer Präsentation – das habe ich noch nie erlebt. Eindrucksvoll! Da ich als kleiner Junge selbst Autogramme von Rennfahrern gesammelt habe, mag ich es sehr, mich in dieser entspannten Atmosphäre vor dem ersten Rennen den Menschen zu präsentieren und



ihre Autogrammwünsche zu erfüllen. Die Präsentation ist einfach eine schöne Idee und Wiesbaden eine tolle Stadt dafür.“

Edoardo Mortara: „Es ist eine schöne Idee der ITR, eine solche Veranstaltung zu organisieren. Mir gefällt der Gedanke sehr gut, dass sich die DTM mitten in einer Stadt der Öffentlichkeit vorstellt. Auch das ist ein Aspekt, der unseren Sport noch ein bisschen interessanter macht. Denn in letzter Konsequenz fahren wir für die Fans. Wir repräsentieren Automobilhersteller und wir können sehr dankbar sein, dass die Menschen unseren Sport mögen und uns sowie die Autokonzerne unterstützen.“

Mike Rockenfeller: „Die DTM-Präsentation ist eine ganz besondere Veranstaltung, zu der ich ebenso gerne wie zu den Rennen komme. Es herrscht eine lockere Stimmung, man sieht alle anderen, die Fahrer pflegen einen lockeren Umgang miteinander und das Gleiche gilt für den Kontakt zu den vielen Fans. Es ist immer wieder schön, diese Gelegenheit zu nutzen und dabei den Kopf noch frei zu haben. So können wir uns ausgiebig um die Fans kümmern. Ich schätze es sehr, dass schon traditionell so viele von ihnen zur Präsentation kommen.“

Timo Scheider: „Wiesbaden ist ein ganz besonderer Start in die Saison. Alle sind schon hoch motiviert. Und man bekommt einen ersten Vorgeschmack auf das, was einen erwartet. Seit Monaten gab es keinen Fankontakt mehr. Nun können wir in entspannter Atmosphäre Autogramme schreiben, was eine schöne Sache ist. Dort aufzutreten, ist einfach cool. Dass im Vorjahr 110.000 Fans gekommen sind, beweist, welchen Zuspruch die DTM genießt und wie sehr die Fans rund um Wiesbaden dafür zu motivieren sind. Es ist schön, dass diese Veranstaltung so gut angenommen wird. Und es sagt einiges aus über den Stellenwert der DTM unter Sportfans.“

Martin Tomczyk: „Generell ist die DTM-Präsentation immer eine schöne Sache. Und speziell Wiesbaden hat im Vorjahr gezeigt, dass es eine wirklich tolle Veranstaltung ist. Das Wetter hat mitgespielt, es waren sehr viele Leute dort. Es ist für uns alle längst ein Einläuten der neuen DTM-Saison, und so wird es auch in diesem Jahr sein. Ich freue mich, wieder alle Gesichter zu sehen und die gesamte Veranstaltung in einer lockeren Atmosphäre genießen zu können.“



Der Audi-Konzern hat im Jahr 2010 rund 1.092.400 Automobile der Marke Audi an Kunden ausgeliefert. Das Unternehmen erwirtschaftete bei einem Umsatz von € 35,4 Mrd. ein Operatives Ergebnis von € 3,3 Mrd. Audi produziert an den Standorten Ingolstadt, Neckarsulm, Győr (Ungarn), Changchun (China) und Brüssel (Belgien). Ende 2007 startete die CKD-Produktion des Audi A6 , Anfang Oktober 2008 die des Audi A4 und im Juli 2010 die des Audi Q5 in Aurangabad in Indien. Seit Mai 2010 rollt der neue Audi A1 im Werk Brüssel vom Band. Das Unternehmen ist in mehr als 100 Märkten weltweit tätig. 100-prozentige Töchter der AUDI AG sind unter anderem die AUDI HUNGARIA MOTOR Kft., die Automobili Lamborghini Holding S.p.A. (Sant'Agata Bolognese/Italien) und die quattro GmbH (Neckarsulm). Audi beschäftigt derzeit weltweit rund 60.000 Mitarbeiter, davon rund 46.600 in Deutschland. Um den „Vorsprung durch Technik“ nachhaltig zu sichern, plant die Marke mit den Vier Ringen von 2011 bis 2015 über € 11 Mrd. zu investieren, überwiegend in neue Produkte. Bis 2015 will Audi die Zahl seiner Modelle auf 42 erweitern.

Audi nimmt seit langem auf vielen Ebenen seine gesellschaftliche Verantwortung wahr – im Sinne einer lebenswerten Zukunft für künftige Generationen. Umweltschutz, Ressourcenschonung, internationale Wettbewerbsfähigkeit und eine zukunftsfähige Personalpolitik bilden deshalb die Geschäftsgrundlage für den nachhaltigen Erfolg von Audi. Das umweltpolitische Engagement der AUDI AG manifestiert sich auch in der Audi Stiftung für Umwelt.