



**Kommunikation Motorsport**

Jürgen Pippig

Telefon: +49 (0)841 89 34200

E-Mail: [motorsport-media@audi.de](mailto:motorsport-media@audi.de)

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

## **DTM-Countdown: Bewährte Technik, neue Reifen**

- **Noch zwei Wochen bis zum DTM-Auftakt**
- **Millionen-Seller Audi A4 auch auf der Rennstrecke erfolgreich**
- **A4 DTM rollt erstmals auf Reifen von Hankook**

**Ingolstadt, 14. April 2011 – Während Audi vor wenigen Tagen den fünfmillionsten A4 produziert hat, beginnt für seinen erfolgreichen Bruder im Rennsport die neue Saison. Der A4 DTM rollt in Hockenheim am 1. Mai mit bewährter Technik, aber neuen Reifen an den Start.**

2011 ist das vierte und letzte Einsatzjahr des aktuellen A4 DTM, der von Audi Sport unter dem Projektnamen „R14“ ursprünglich für die Saison 2008 entwickelt wurde. 2009 erfolgte ein technisches Update zum „R14 plus“. Beide Modellvarianten sind auch in diesem Jahr weiter im Einsatz, denn seit August 2009 ist die Technik der DTM-Fahrzeuge eingefroren. Weiterentwicklungen sind nicht erlaubt.

Während bei Audi Sport in Ingolstadt und Neckarsulm bereits fieberhaft am intern „R17“ bezeichneten Nachfolger für das ab 2012 gültige neue Reglement gearbeitet wird, standen die Techniker für die Saison 2011 vor einer ganz anderen Herausforderung: Sie mussten den A4 so gut wie möglich an die Reifen des neuen DTM-Exklusiv-ausrüsters Hankook anpassen, ohne dabei die Technik des Fahrzeugs grundlegend verändern zu dürfen.

Wie groß der Einfluss der Reifen in der DTM ist, bekam Audi in der vergangenen Saison schmerzhaft zu spüren. Die neue Konstruktion des damaligen Ausrüsters harmonierte nicht mit dem A4 DTM. Im Bereich der Vorderachse klagten die Audi-Piloten über zu wenig „Feedback“ und an der Hinterachse konnte der Reifen nicht wie in den Jahren davor belastet werden. „Wegen der eingefrorenen Technik waren uns die Hände gebunden“, denkt Audi-Motorsportchef Dr. Wolfgang Ullrich mit Unbehagen an die Saison 2010 zurück, in der Audi nach drei DTM-Titeln in Folge nur zwei Rennen gewinnen konnte.



Entsprechend sensibilisiert waren die Techniker von Audi Sport, als in der DTM – genau wie in der Formel 1 – der Wechsel des Reifenausstatters auf der Agenda stand. Bei den gemeinsamen Entwicklungstests mit dem neuen koreanischen Partner war es das oberste Ziel aller Beteiligten, für die Saison 2011 einen Reifen zu konfigurieren, der keinen Hersteller benachteiligt – trotz Technik-Freeze.

Aufgrund der bisherigen Testergebnisse scheint dies gelungen zu sein. „Wir müssen Hankook loben“, sagt Mattias Ekström, DTM-Champion der Jahre 2004 und 2007. „Das Unternehmen hat zum ersten Mal einen Reifen für solch anspruchsvolle DTM-Rennwagen wie unseren A4 DTM konstruiert. Der Pneu funktioniert hervorragend. Großes Kompliment an Hankook.“

Ekström gibt sowohl für eine schnelle Runde als auch für das Rennen gute Noten: „Der Reifen funktioniert im Qualifying von der ersten Runde weg. Im Rennen erwarten wir eine sehr lange Lebensdauer. Deshalb werden meines Erachtens die Rennen noch einmal spannender. Ich glaube, dass das Feld längere Zeit dichter zusammenbleiben wird.“

Wie bisher gibt es in der DTM nur einen Reifentyp für trockene Strecken, die sogenannten „Slicks“, und einen weiteren für Regen. Bei den Testfahrten vor Saisonbeginn ging es für die Audi Sport Teams Abt Sportsline, Phoenix und Rosberg vor allem darum, mit den neuen Reifen die optimalen Bedingungen für Qualifying und Rennen zu entwickeln – denn angesichts der großen Leistungsdichte in der DTM ist die optimale Nutzung der Reifen der Schlüssel zum Erfolg.

Über die in den vergangenen Monaten gewonnenen Erkenntnisse herrscht bei den Teams und bei Audi Sport eisernes Schweigen. Niemand will sich vor dem Saisonstart in die Karten blicken lassen. Nur so viel: „Man muss das Auto schon anders abstimmen und den Fahrstil anpassen“, sagt Mattias Ekström. „Das ist mir bisher ganz gut gelungen.“

Das Urteil seiner Markenkollegen fällt ähnlich aus. Behalten sie recht, dann steht den DTM-Fans eine spannende und ausgeglichene Saison ins Haus, bei der die Reifen die Grundlage für einen ausgeglichenen Wettbewerb liefern.



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.