

Ingolstadt, 22. März 2006

Motorsport

Neue starke Partner für Audi in der DTM

- **LuK, Playboy und Veltins neue Sponsoren**
- **Castrol offizieller Schmierstoffpartner von Audi in der DTM**
- **Red Bull und Siemens setzen weiter auf Audi**

Mit starken neuen und bewährten Partnern startet Audi in die DTM-Saison 2006. Die ständig wachsende Bedeutung der populärsten internationalen Tourenwagen-Rennserie spiegelt sich auch im großen Interesse der Sponsoren wider: Mit Castrol, LuK, Playboy, Red Bull, Siemens und Veltins hat Audi sechs starke Marken für sein DTM-Engagement gewonnen. Zudem nutzen die Audi Bank, Audi Gebrauchtwagen:plus, Audi Original Zubehör ® und die quattro GmbH die Popularität der DTM, um auf ihre Produkte und Dienstleistungen aufmerksam zu machen.

AUDI AG
Kommunikation
85045 Ingolstadt
www.audi.com

Das verstärkte Engagement der Sponsoren hat für die Fans der DTM einen positiven Nebeneffekt: Die Audi A4 DTM präsentieren sich in der Saison 2006 in den unterschiedlichsten Farben sowie Designs und sind somit für den Zuschauer und TV-Kommentatoren auf den ersten Blick eindeutig identifizierbar.

Nur zwei Audi A4 DTM werden wie bisher nahezu identisch aussehen: Mattias Ekström, DTM-Champion des Jahres 2004, und Martin Tomczyk starten im blau-silbernen Outfit von Red Bull. Der weltweite Marktführer bei den Energy Drinks ist bereits seit 1998 Partner des Audi Sport Team Abt Sportsline und setzt trotz seines umfangreichen Formel 1-Engagements weiter auf Audi und die DTM.

Neuer Partner von Audi in der DTM ist die Brauerei C. & A. Veltins. Im weiß-grünen Outfit der Premium-Pilsmarke Veltins tritt Heinz-Harald Frentzen an, der in der Vergangenheit schon in der Formel 1 Botschafter für die Privatbrauerei aus Meschede war.

In neuen Farben geht auch Tom Kristensen an den Start: Der Le Mans-Rekordsieger fährt einen weißen Audi, der die Schriftzüge des Elektronik Konzerns Siemens trägt.

Der A4 DTM von Frank Stippler gleicht in diesem Jahr Tom Kristensens Fahrzeug der vergangenen Saison: Auf dem silber-roten Audi promotet die quattro GmbH ihre S line Sportpakete. Teamkollege Timo Scheider präsentiert auf seinem A4 das Gebrauchtwagen:plus-Programm der AUDI AG und die Audi Bank.

Mit besonders auffälligen Fahrzeugen treten Christian Abt, Pierre Kaffer und Vanina Ickx an. Sponsoren des schwarzen A4 von Christian Abt sind das Männer-Lifestyle-Magazin „Playboy“ sowie Audi Gebrauchtwagen:plus. Pierre Kaffers grüner A4 trägt die Logos von Castrol, dem neuen offiziellen Schmierstoffpartner von Audi Sport in der DTM. Vanina Ickx, die erste Frau in der DTM seit mehr als zehn Jahren, wirbt mit ihrem roten A4 für das Audi Original Zubehör ® Angebot der AUDI AG mit der Botschaft: Audi Zubehör: 100% Audi.

AUDI AG
Kommunikation
85045 Ingolstadt
www.audi.com

Ein weiterer neuer Partner ist LuK. Die Bühler Spezialisten für den Antriebsstrang sind ein Unternehmen der Schaeffler Gruppe, die mit den weiteren Marken INA und FAG Entwicklungspartner und Serienlieferanten für Audi ist.

Erstmals zu sehen sind die Audi A4 DTM in ihren neuen Designs bei den offiziellen DTM-Testfahrten in Brands Hatch. Der Öffentlichkeit vorgestellt werden sie am kommenden Wochenende bei der DTM-Präsentation in Düsseldorf.

Kommunikation Motorsport
Telefon +49 (0)841 89 34200, Telefax +49 (0)841 89 38617
E-Mail motorsport-media@audi.de

Fotos, O-Töne und weitere Informationen finden Sie im Internet:
www.audi-motorsport.info (Akkreditierung nötig)