

Kommunikation Motorsport

Daniel Schuster

Telefon: +49 841 89-38009

E-Mail: daniel2.schuster@audi.de

www.audi-motorsport.info

Partytime: die DTM-Familie zu Gast bei Audi

- **Audi startet mit knapp 500 Gästen in die DTM-Saison 2013**
- **DTM-Piloten genießen Abend im Münchner Szenelokal H'ugo's**
- **Audi Financial Services und Akrapovič als Partner präsentiert**

Ingolstadt, 4. April 2013 – Mit knapp 500 Gästen aus Sport, Wirtschaft und Medien gab Audi am Donnerstagabend einen stimmungsvollen Startschuss für die heiße Vorbereitungsphase auf den Saisonauftakt in genau einem Monat. Mitten im Getümmel des Münchener Szenelokals H'ugo's: die acht Audi-DTM-Piloten, Motorsportchef Dr. Wolfgang Ullrich und zahlreiche Prominenz.

Wenn dieser Abend ein Vorgeschmack auf die DTM-Saison 2013 war, dann dürfen sich die Fans auf ein aufregendes Jahr freuen: Beim „Audi DTM Warm-up 2013“ im Münchner Szenelokal H'ugo's präsentierten sich die Piloten um Doppelchampion Timo Scheider, Shootingstar Edoardo Mortara sowie Neuzugang Jamie Green entspannt und locker, aber auch angriffslustig. „Unser Ziel ist es, den Titel zurück nach Ingolstadt zu holen“, erklärte Scheider stellvertretend für seine Teamkollegen.

Audi hatte nach München geladen, um Medienvertretern und allen anderen Mitgliedern der DTM-Familie seinen Kader für die Saison 2013 vorzustellen. Die Gäste hatten die Möglichkeit, einmal abseits von Boxengasse und Fahrerlager in Ruhe mit den Rennfahrern, Teamchefs und Motorsportverantwortlichen der Vier Ringe zu plaudern und sich so gemeinsam auf die zehn Rennen einzustimmen. Auch Prominente wie FC-Bayern-Star Franck Ribéry, Ex-Skispringer Sven Hannawald und Kickbox-Weltmeisterin Dr. Christine Theiss nahmen die Einladung gern an und mischten sich bis in den späten Abend unter die Partygemeinde.

Gemeinsam erlebten sie neben Interviews mit den DTM-Stars und einem Auftritt des Sängers Giovanni Zarrella auch die Präsentation neuer Partner von Audi Sport: Audi Financial Services wird sein Engagement 2013 ausbauen und auf dem Audi RS 5 DTM von Filipe Albuquerque werben. Das Design präsentierte der Finanzdienstleister auf der Bühne des H'ugo's erstmals öffentlich. Der Auspuffanlagen-Experte Akrapovič ist mit seinem Logo ab sofort auf sechs der acht DTM-Autos vertreten.



Schon nächste Woche tauschen die Audi-Werksfahrer ihre Abendgarderobe wieder gegen Rennoveralls: Von Dienstag bis Freitag treffen sich alle Piloten von Audi, BMW und Mercedes-Benz auf dem Hockenheimring zu den letzten gemeinsamen Testfahrten vor dem ersten Saisonrennen am 5. Mai.

– Ende –

Der Audi-Konzern hat im Jahr 2012 mehr als 1.455.100 Automobile der Marke Audi an Kunden ausgeliefert. 2012 erreichte das Unternehmen bei einem Umsatz von € 48,8 Mrd. ein Operatives Ergebnis von € 5,4 Mrd. Audi produziert an den Standorten Ingolstadt, Neckarsulm, Győr (Ungarn), Changchun (China) und Brüssel (Belgien). Der Audi Q7 wird in Bratislava (Slowakei) gefertigt. Im November 2012 startete nach Audi A4, A6 und Q5 die CKD-Produktion des Audi Q7 in Aurangabad in Indien. Seit 2010 fährt der Audi A1 und seit 2012 der neue A1 Sportback im Werk Brüssel vom Band. Der Audi Q3 wird seit Juni 2011 in Martorell (Spanien) produziert. Das Unternehmen ist in mehr als 100 Märkten weltweit tätig. 100-prozentige Töchter der AUDI AG sind unter anderem die AUDI HUNGARIA MOTOR Kft. (Győr/Ungarn), die Automobili Lamborghini S.p.A. (Sant'Agata Bolognese/Italien), die AUDI BRUSSELS S.A./N.V. (Brüssel/Belgien), die quattro GmbH (Neckarsulm) und der Sportmotorradhersteller Ducati Motor Holding S.p.A. (Bologna/Italien). Audi beschäftigt derzeit weltweit mehr als 68.000 Mitarbeiter, davon rund 50.000 in Deutschland. Um den „Vorsprung durch Technik“ nachhaltig zu sichern, plant die Marke mit den Vier Ringen bis 2015 insgesamt rund € 11 Mrd. zu investieren, überwiegend in neue Produkte und den Ausbau der Produktionskapazitäten. Aktuell erweitert Audi seinen Standort in Győr (Ungarn) und produziert ab Ende 2013 auch in Foshan (China) sowie ab 2016 in San José Chiapa (Mexiko).

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. Im Verständnis von „Vorsprung durch Technik“, das weit über seine Produkte hinaus geht, richtet das Unternehmen seine Aktivitäten auf ein großes Ziel aus – die ganzheitliche CO₂-neutrale Mobilität.