



Kommunikation Motorsport

Daniel Schuster

Telefon: +49 841 89-38009

E-Mail: daniel2.schuster@audi.de

www.audi-motorsport.info

www.audi-newsroom.de

Topmarken setzen auf Audi und die DTM

- **Starke neue und bewährte Partner für Audi Sport**
- **BP-Konzern erweitert sein Engagement mit Audi in der DTM**
- **Edoardo Mortara im Castrol EDGE Audi RS 5 DTM**

Ingolstadt, 24. März 2015 – Fünf Mal in den vergangenen acht Jahren hat Audi den DTM-Champion gestellt. Das Ziel für die Saison 2015 ist klar: ein weiterer Titel in der prestigeträchtigen Tourenwagen-Serie. Dabei kann sich die Marke mit den Vier Ringen auf die Unterstützung international renommierter Partner verlassen.

Deutlich erweitert hat der BP-Konzern sein Engagement mit Audi in der DTM. Audi Sport vertraut schon seit Jahren auf das Motorenöl Castrol EDGE. In der Saison 2015 startet Edoardo Mortara (I) mit einem Castrol EDGE Audi RS 5 DTM im grün-blauen Design von Castrol EDGE und dem Hochleistungs-Kraftstoff Aral Ultimate 102.

„Wir sind stolz, so starke Partner an der Seite von Audi Sport zu haben“, sagt Dieter Gass, Leiter DTM bei Audi Sport. „Dass Castrol sein Engagement ausbaut, freut uns genauso wie die Tatsache, dass alle anderen bedeutenden Partner weiter dabei sind.“

Bei der Fahrer-Partner-Zuordnung setzt Audi Sport auf Kontinuität: Blau steht in der DTM für Mattias Ekström (S) und Red Bull. Der Schwede und der Marktführer bei den Energy Drinks nehmen bereits ihre 15. gemeinsame DTM-Saison in Angriff. Nicht mehr aus der DTM wegzudenken ist inzwischen auch der gelb-grüne Schaeffler Audi RS 5 DTM von Mike Rockenfeller (D). Die Schaeffler Gruppe, ein weltweit führender Automobil- und Industrielieferer, ist seit 2011 Partner von Audi Sport.

Ähnlich auffällig ist der leuchtend orangefarbene Hoffmann Group Audi RS 5 DTM, der wie im Vorjahr von Jamie Green (GB) pilotiert wird. Die Hoffmann Group ist Europas führender Systempartner für Qualitätswerkzeuge und Ausstatter des neuen Kompetenz-Centers Motorsport von Audi in Neuburg.

Mit dem AS Auto Verlag und Burda setzen auch zwei führende deutsche



Medienunternehmen auf Audi und die DTM – beide mit jeweils schwarzem Grunddesign. Der zweimalige DTM-Champion Timo Scheider (D) steuert erneut den AUTO TEST Audi RS 5 DTM, Adrien Tambay (F) den Playboy Audi RS 5 DTM.

Auch der Audi-Konzern selbst setzt auf die Strahlkraft der DTM: Nico Müller (CH) wirbt auf seinem Audi RS 5 DTM für die Audi Financial Services, Miguel Molina (E) für Audi Sport. Unter diesem Markenzeichen bietet Audi künftig die sportlichsten Autos des Unternehmens an: den Audi R8 und die RS-Modelle. Die Overalls der Mechaniker tragen 2015 weiterhin den Schriftzug „Audi Top Service“.

Mit Akrapovič, einem der führenden Hersteller von Auspuffanlagen, der Schweizer Uhrenmarke ORIS, Felgenrehersteller O.Z. und Fahrwerksspezialist Eibach sind vier weitere Topmarken Partner aller acht Audi RS 5 DTM.

Vier der acht neuen Designs (Audi Sport, Playboy, Hoffmann Group, Schaeffler) sind von Mittwoch bis Freitag dieser Woche bei den offiziellen DTM-Testfahrten in Estoril (Portugal) im Einsatz. Die anderen vier Audi RS 5 DTM sind erstmals bei den DTM-Testfahrten in Oschersleben (Deutschland) vom 14. bis 16. April auf der Rennstrecke zu sehen.

Die Audi-Teams in der DTM 2015

5 Mattias Ekström (S)
Red Bull Audi RS 5 DTM
Audi Sport Team Abt Sportsline

10 Timo Scheider (D)
AUTO TEST Audi RS 5 DTM
Audi Sport Team Phoenix

17 Miguel Molina (E)
Audi Sport Audi RS 5 DTM
Audi Sport Team Abt Sportsline

27 Adrien Tambay (F)
Playboy Audi RS 5 DTM
Audi Sport Team Abt

48 Edoardo Mortara (I)
Castrol EDGE Audi RS 5 DTM
Audi Sport Team Abt



51 Nico Müller (CH)
Audi Financial Services Audi RS 5 DTM
Audi Sport Team Rosberg

53 Jamie Green (GB)
Hoffmann Group Audi RS 5 DTM
Audi Sport Team Rosberg

99 Mike Rockenfeller (D)
Schaeffler Audi RS 5 DTM
Audi Sport Team Phoenix

– Ende –

Der Audi-Konzern hat im Jahr 2014 rund 1.741.100 Automobile der Marke Audi an Kunden ausgeliefert. 2014 hat das Unternehmen bei einem Umsatz von € 53,8 Mrd. ein Operatives Ergebnis von € 5,15 Mrd. erreicht. 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 und Foshan (China) sowie Jakarta (Indonesien). Noch in diesem Jahr startet die Marke mit den Vier Ringen ihre Fertigung in Curitiba (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 80.000 Mitarbeiter, davon rund 58.000 in Deutschland. Von 2015 bis 2019 plant es Gesamtinvestitionen in Höhe von € 24 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 CO₂-neutrale Mobilität.