



Kommunikation Motorsport

Jürgen Pippig
Telefon: +49 (0)841 89 34200
E-Mail: juergen.pippig@audi.de
www.audi-motorsport.info

Eva-Maria Veith
Telefon: +49 (0)841 89 33922
E-Mail: eva-maria.veith@audi.de

Die Story des Audi R8 LMS auf 256 Seiten

- **Das offizielle Buch zum Kundensport-Engagement der AUDI AG**
- **Interessante Zeitzeugen und über 700 Fotos**
- **Ab sofort im Buchhandel und online bestellbar**

Ingolstadt, 21. Dezember 2011 – Mehr als 100 Rennsiege und zahlreiche Meistertitel hat der Audi R8 LMS in seinen ersten drei Einsatzjahren bereits erzielt und weltweit viele Fans gewonnen. Rechtzeitig zu Weihnachten ist nun das offizielle Buch zum Kundensport-Engagement der AUDI AG erschienen: „Audi Sport customer racing 2009, 2010, 2011“.

Auf 256 Seiten schildert Autor Thomas Voigt die Entwicklung des faszinierenden GT3-Sportwagens und die Entstehung des Kundensport-Programms von Audi, das seit der Saison 2009 das dritte Standbein von Audi im Motorsport neben den Werksengagements mit den Sportprototypen und den Tourenwagen bildet. Dabei kommen auch zahlreiche Zeitzeugen zu Wort, von Entwicklungsfahrer Frank Biela bis zu Romolo Liebchen, dem Leiter von Audi Sport customer racing. Das Vorwort stammt von Werner Frowein, dem Geschäftsführer der quattro GmbH.

Mehr als 700 Fotos zeigen die immer vielfältiger und bunter werdende Welt des Audi-Kundensports – inklusive einer Übersicht aller Designs des Audi R8 LMS aus den ersten drei Einsatzjahren. Jahr für Jahr werden die wichtigsten Rennserien und Rennen beleuchtet, in denen der Audi R8 LMS an den Start ging. Auch der Audi TT RS wird ausführlich vorgestellt. Ein umfangreicher Statistikteil mit allen Ergebnissen der Jahre 2009, 2010 und 2011 komplettiert das Werk, das in enger Zusammenarbeit mit der quattro GmbH entstanden ist.

„Audi Sport customer racing“ soll ab sofort am Ende jeder Saison als Jahrbuch erscheinen und damit zu einem unverzichtbaren Sammelwerk für Fans des Audi R8 LMS und des Audi-Kundensports werden. Es knüpft an die Reihe erfolgreicher Audi-Motorsport-Bücher an. Die deutsche Version des 2010 erschienenen Buchs „30 Jahre Audi Sport“ ist inzwischen ausverkauft.



„Audi Sport customer racing 2009, 2010, 2011“ erscheint zweisprachig (Deutsch/Englisch) im Hamburger Speedpool Verlag und ist für 29,90 Euro ab sofort im Fachbuchhandel oder online unter www.racing1.de zu beziehen. Als E-Book ist es auch über verschiedene Online-Plattformen erhältlich. Eine spezielle iPad-Version erscheint im Januar 2012.

Kurzbeschreibung Audi Sport customer racing (2009, 2010, 2011)

Autor: Thomas Voigt (46); Umfang: 256 Seiten; Format: 235 x 330 mm; ca. 700 Fotos; Preis: 29,90 Euro; ISBN-Nummer: 978-3-940672-41-4; Erscheinungstermin: 21. Dezember 2011

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. Im ersten Halbjahr 2011 hat der Audi-Konzern weltweit 652.970 Fahrzeuge mit den Vier Ringen verkauft und bei Umsatz (€ 21,5 Mrd.) sowie Operativem Ergebnis (€ 2,5 Mrd.) Rekordwerte erreicht. Audi produziert an den Standorten Ingolstadt, Neckarsulm, Győr (Ungarn), Changchun (China) und Brüssel (Belgien). Ende 2007 startete die CKD-Produktion des Audi A6, 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. 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., 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. Unter dem Begriff „Audi balanced mobility“ richtet das Unternehmen seine Aktivitäten auf ein großes Ziel aus – die ganzheitliche CO₂-neutrale Mobilität.