



Kommunikation Motorsport

Jürgen Pippig

Telefon: +49 (0)841 89 34200

E-Mail: motorsport-media@audi.de

www.audi-motorsport.info

DTM-Countdown: Starke neue Partner für Audi in der DTM

- **Noch vier Wochen bis zum Start der DTM-Saison 2010**
- **Tabac Original und TV Movie neue Partner von Audi**
- **Schaeffler Gruppe wieder an Bord**

Ingolstadt, 25. März 2010 – Mit starken neuen Partnern startet Audi am 25. April auf dem Hockenheimring in die DTM-Saison 2010. Erstmals zu sehen sind die Audi A4 DTM in ihren aktuellen Farben in dieser Woche bei den offiziellen DTM-Testfahrten im spanischen Valencia.

Audi ist einer der erfolgreichsten Automobilhersteller der Welt – und der erste und bisher einzige, der den Fahrertitel in der DTM dreimal in Folge gewonnen hat: 2007 mit Mattias Ekström, 2008 und 2009 jeweils mit Timo Scheider.

Drei namhafte neue Partner werden das Projekt „Titelverteidigung“ in der Saison 2010 gemeinsam mit Audi in Angriff nehmen: Tabac Original, TV Movie und die Schaeffler Gruppe mit ihren Marken LuK und INA – alles Premiummarken wie Audi und zum Großteil die Nummer eins in ihrem Segment.

„Dass wir so renommierte neue Partner an Bord haben werden, unterstreicht die Attraktivität der Marke Audi und den Stellenwert der DTM“, erklärt Siegfried Krause, Leiter Partnerschaften bei Audi Sport. „Wer heute in Sport-Sponsoring investiert, erwartet mit gutem Recht sehr viel von seinem Investment. Bei Audi sind Partner in dieser Beziehung gut aufgehoben.“

Das gilt auch für Tabac Original. Der Duftklassiker, der von einer hochkarätigen Jury vor kurzem als „Marke des Jahrhunderts“ ausgezeichnet wurde, war in den 90er-Jahren schon einmal als Sponsor in der DTM vertreten. Beim Comeback in der populärsten internationalen Tourenwagen-Rennserie vertraut der Marktführer bei After Shaves bewusst auf die Marke mit den vier Ringen. „Tabac Original setzt Standards – Audi setzt Standards“, so die Macher von Tabac Original. „Die beiden Marken passen perfekt zusammen.“



Mit TV Movie aus der Bauer Media Group ist es Audi gelungen, eine der größten deutschen Zeitschriftenmarken als Premiumpartner für die DTM zu gewinnen. Neben verschiedenen Partnerschaften im Sport, unter anderem beim FC Bayern München, baut TV Movie damit zukünftig auch im Motorsport sein Engagement aus. Unterstützt wird die DTM-Partnerschaft durch verschiedene redaktionelle Berichterstattungen und Aktionen.

Mit der Schaeffler Gruppe ist ein langjähriger Audi-Partner wieder Teil des Teams. Die Schaeffler Gruppe ist als renommierter Automobilzulieferer Audi seit langen Jahren verbunden und begleitet Audi auch im Motorsport. Mit ihren Marken INA, LuK und FAG bietet sie ein breites Portfolio von Elementen für Motor, Getriebe und Fahrwerk. Ein Hauptaugenmerk der Innovationen für den Automotive-Bereich liegt in der Reduzierung von Kraftstoffverbrauch und CO₂-Emissionen. Darüber hinaus ist die Schaeffler Gruppe der führende Hersteller von Wälzlagern und Linearprodukten.

Jeder der insgesamt neun Audi A4 DTM wird mit einem individuellen Design an den Start gehen und so für den Fan auf den ersten Blick zu erkennen sein. In den Farben von Tabac Original startet der Audi A4 DTM von Oliver Jarvis. TV Movie bestimmt das Branding des A4 von Alexandre Prémat. Das Markenzeichen von LuK ist auf dem Fahrzeug von Mattias Ekström zu sehen, das von INA auf dem Audi von Mike Rockenfeller.

Der Audi-Konzern hat im Jahr 2009 rund 950.000 Automobile der Marke Audi verkauft. Das Unternehmen erreichte bei einem Umsatz von € 29,8 Mrd. ein Operatives Ergebnis von € 1,6 Mrd. Audi produziert an den Standorten Ingolstadt, Neckarsulm, Győr (Ungarn), Changchun (China) und Brüssel (Belgien). Ende 2007 startete die CKD-Produktion des Audi A6 und Anfang Oktober 2008 die des Audi A4 in Aurangabad in Indien. 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 58.000 Mitarbeiter, davon 45.400 in Deutschland. Um den „Vorsprung durch Technik“ nachhaltig zu sichern, plant die Marke mit den Vier Ringen von 2010 bis 2012 insgesamt € 5,5 Mrd. zu investieren, überwiegend in neue Produkte. Bis 2015 will Audi die Anzahl 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 neu gegründeten Audi Stiftung für Umwelt.