



Kommunikation Motorsport
Virginia Brusch
Telefon: +49 841 89 41753
E-Mail: virginia.brusch@audi.de
www.audi-motorsport.info
www.audi-newsroom.de

Audi Sport TT Cup: 100 Tage bis zum Start

- **Neuer Audi-Markenpokal geht in die entscheidende Phase**
- **Vergabe der 18 permanenten Startplätze steht unmittelbar bevor**
- **Projektleiter Rolf Michl: „Hätten zwei Starterfelder besetzen können“**

Ingolstadt, 22. Januar 2015 – In exakt 100 Tagen startet im Rahmen des DTM-Auftakts auf dem Hockenheimring das erste Rennen des Audi Sport TT Cup. Das Auswahlverfahren für die 18 permanenten Startplätze des neuen Markenpokals Audi Sport TT Cup ist nahezu abgeschlossen.

„Wir hatten die Qual der Wahl und hätten aufgrund der hohen Qualität leicht zwei Starterfelder besetzen können“, sagt Projektleiter Rolf Michl. „Die hohe Anzahl an weltweiten Bewerbungen ist eine Bestätigung für uns, dass der Audi Sport TT Cup nicht nur national, sondern auch international für große Aufmerksamkeit sorgen wird.“

Insgesamt waren 165 Bewerbungen aus 30 Nationen bei der quattro GmbH eingegangen. 18 Nachwuchsfahrerinnen und -fahrer erhalten nun einen festen Startplatz. Im Anschluss werden vom 2. bis 5. März bei einem Fitness-Camp im Allgäu die physischen Grundlagen für die Rennsaison 2015 geschaffen, ehe es direkt nach Spanien geht: Auf dem Circuit de Catalunya in Barcelona finden dann die ersten Testfahrten für den Markenpokal statt, der im Rahmen von sechs DTM-Veranstaltungen in Deutschland und Österreich ausgetragen wird.

Parallel zur Startplatzvergabe läuft gerade die Erprobung und finale Feinabstimmung des 228 kW (310 PS) starken Audi TT cup sowie der Aufbau der weiteren Rennautos, die die quattro GmbH bei allen Rennen einsetzen wird. So garantiert das Unternehmen maximale Chancengleichheit.

Reifenpartner des Audi Sport TT Cup ist das koreanische Unternehmen Hankook. Die ersten Serienpartner stehen ebenso bereits fest. Hinter den Kulissen wird gerade ein attraktives Fernseh- und Medienpaket für den neuen Markenpokal geschnürt.

Auch die Gespräche mit möglichen Gastfahrern haben begonnen. Sechs Cockpits



sind dabei für Motorsport-Legenden, Prominente und Medienvertreter fest reserviert. „Auch hier ist das Interesse riesengroß“, freut sich Rolf Michl. „Bis zum Auftakt in Hockenheim haben wir alle Hände voll zu tun – die 100 Tage werden daher sicher wie im Flug vergehen.“

Termine Audi Sport TT Cup 2015

01. – 03.05.	Hockenheim (D)
26. – 28.06.	Norisring (D)
31.07. – 02.08.	Red Bull Ring (A)
11. – 13.09.	Oschersleben (D)
25. – 27.09.	Nürburgring (D)
16. – 18.10.	Hockenheim (D)

– Ende –

Der Audi-Konzern hat im Jahr 2014 rund 1.741.100 Automobile der Marke Audi an Kunden ausgeliefert. Als eines der erfolgreichsten Modelle wurde der Audi A3 von einer internationalen Journalisten-Jury zum „World Car of the Year 2014“ gewählt (Kraftstoffverbrauch kombiniert in l/100 km: 8,3 - 3,2; CO₂-Emission kombiniert in g/km: 194 - 35). 2013 hatte das Unternehmen bei einem Umsatz von € 49,9 Mrd. ein Operatives Ergebnis von € 5,03 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 (China) und Jakarta (Indonesien). Seit Ende 2013 fertigt die Marke mit den Vier Ringen zudem in Foshan (China), ab 2015 in São José dos Pinhais (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 rund 80.000 Mitarbeiter, davon rund 55.800 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.