



Kommunikation Motorsport

Eva-Maria Veith

Telefon: +49 841 89-33922

E-Mail: eva-maria.veith@audi.de

www.audi-mediacyenter.com

Blick zurück: Le Mans 2013 und der Audi-Sieg unter ungleichen Voraussetzungen

- **Die Le-Mans-Siege von Audi im Rückspiegel: Sieg Nummer 12**

Ingolstadt, 3. Juni 2015 – In zwei Wochen geht es für den Audi R18 e-tron quattro bei den 24 Stunden von Le Mans um den vierten Sieg in Folge. Dabei tritt Audi gegen drei Hersteller an. Zugleich ist es ein Kampf der Konzepte: Diesel-gegen Benzinmotor, kinetische gegen thermische Energie-Rückgewinnung sowie elektromechanische gegen elektrostatische gegen elektrochemische Speicherung. Dabei werden Erinnerungen an das Rennen vor zwei Jahren wach.

Im Juni 2013 bestimmte zum ersten Mal ein Kampf der Hybrid-Konzepte das Geschehen bis ins Ziel. Schon im Vorfeld des Rennens zeichnete sich ab, wie hart die Auseinandersetzung sein würde. Wiederholt änderten die Verantwortlichen das Reglement – zum Nachteil von Audi. Die Änderungen bei Motorleistung, Tankvolumen und Dauer der Boxenstopps bewirkten die Änderungen stets neue Vorteile für Herausforderer Toyota.

„Wir waren von diesen Entscheidungen der Langstrecken-Kommission überrascht“, sagt Chris Reinke, Leiter LMP von Audi Sport. „Die Auflagen für den TDI-Antrieb von Audi waren hart. Faktisch kehrte sich damit eine aus dem Alltag bekannte Erfahrung um: Die Reichweite unserer TDI-Rennwagen war plötzlich geringer als die unserer Gegner mit Ottomotor.“ So erlebten die Zuschauer, dass Audi grundsätzlich zwei Runden früher an die Box musste, um nachzutanken. Über die gesamte Renndistanz fuhren Loïc Duval, Allan McNish und Tom Kristensen in ihrem siegreichen Audi 34 Mal an die Box. Verfolger Toyota kam mit 30 Tankstopps aus.

Regen brachte zusätzliche Ungewissheit, ebenso die insgesamt elf Safety-Car-Einsätze nach Zwischenfällen. Doch auch bei intensiven Schauern in der Schlussphase des Rennens behielten die drei Audi-Piloten einen kühlen Kopf, fuhren schnell und fehlerfrei und erreichten das Ziel beim zwölften Le-Mans-Sieg mit einer Runde Vorsprung vor dem besten Toyota. Ihre Teamkollegen Lucas di Grassi, Marc Gené und Oliver Jarvis im Audi mit der Startnummer „3“ verdrängten am Ende einen zweiten Toyota von Rang drei und sicherten sich so einen Podiumsplatz.



Bei Nacht profitierten die Audi-Fahrer von den Matrix-LED-Scheinwerfern, die Kurven besonders gut ausleuchten. Ein Steuergerät schaltet die einzelnen Fernlicht-Leuchtdioden je nach Situation einzeln an und aus oder dimmt sie, um andere Verkehrsteilnehmer nicht zu blenden. Zwei Wochen nach dem Rennen kündigte die Marke an, den A8* als erstes Modell mit den Audi Matrix LED-Scheinwerfern auszurüsten – ein weiteres Beispiel für den Technologie-Transfer aus dem Rennsport.

– Ende –

* Audi A8: Kraftstoffverbrauch kombiniert: 8,9-5,7 l/100 km, CO₂-Emission kombiniert: 206-146 g/km

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.