



Routiniers Spengler und Tomczyk führen BMW Rookies Félix da Costa und Martin hinter die Kulissen der DTM.

Routiniers Spengler und Tomczyk führen BMW Rookies Félix da Costa und Martin hinter die Kulissen der DTM. Mit dem Auftaktrennen in Hockenheim (DE) starten für António Félix da Costa (PT) und Maxime Martin (BE) ihre Karrieren als DTM-Piloten. Noch ehe sie am Freitag zum ersten Mal in die Cockpits ihrer BMW M4 DTM stiegen, erhielten sie eine exklusive DTM-Einführung der besonderen Art. Die beiden ehemaligen DTM-Champions Bruno Spengler (CA) und Martin Tomczyk (DE) nahmen die beiden BMW Rookies mit auf eine Tour durch das Fahrerlager. Der Rundgang begann im Pressekonferenz-Raum, wo Spengler und Tomczyk in die Rolle der Journalisten schlüpfen und ihren beiden Kollegen auf dem Podium Fragen stellten. Weiter ging die Tour an jenen Ort, den ein DTM-Fahrer am liebsten besucht - auf das Siegerpodest. Spengler und Tomczyk standen im Verlauf ihrer zusammengerechnet 22 Saisons in dieser Serie bereits über 60 Mal auf dem Treppchen. Félix da Costa und Martin genossen hingegen einen ersten Blick auf das Ziel ihrer DTM-Träume. "Ein Podium zu sehen, ist für mich zum Glück nichts wirklich Neues. Aber die Vorstellung, das auch irgendwann in der DTM zu schaffen, motiviert mich für die Saison 2014 noch mehr", sagte Félix da Costa. Einen seltenen Einblick erhielten die BMW Piloten in die Räume der Race Control. DTM-Rennleiter Sven Stoppe weihte das Quartett persönlich in die Geheimnisse der zahlreichen Monitore und in die Entscheidungsprozesse während der Rennen ein. "Dieser Blick hinter die Kulissen war sehr spannend. In diesen Raum kommt man auch als Fahrer nur sehr selten hinein", sagte Martin. Der Rundgang endete dort, wo die Fahrer und ihre BMW M4 DTM im Verlauf des Rennwochenendes mehrere Male Station machen, um das Fahrzeuggewicht genau prüfen zu lassen - auf der Waage. Ihr Fazit nach dem Rundgang fiel anschließend positiv aus. "Es ist natürlich klar, dass António und Maxime im Motorsport schon genug Erfahrung haben, um alle Orte zu kennen, die an einer Rennstrecke wichtig sind", sagte Spengler. "Trotzdem hat es Spaß gemacht, sie in unsere Welt der DTM einzuführen. Ich selbst habe mich dabei auch ein bisschen auf Zeitreise begeben. An einige dieser Orte, vor allem natürlich an das Podium und den Pressekonferenz-Raum, habe ich sehr schöne Erinnerungen." Tomczyk ergänzte: "Ich gehe jetzt in meine 14. DTM-Saison, aber ich kann mich noch gut daran erinnern, wie ich 2001 mit 19 Jahren zu den alten Hasen hinzugekommen bin und für mich alles neu war. Seitdem hat sich in der DTM viel verändert. Es ist eine tolle Rennserie, auf die sich António und Maxime wirklich freuen können." BMW Group / Petuelring 130 / 80788 München / Deutschland / Telefon: +49 (089) 382 - 0 / Mail: bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com / URL: <http://www.bmwgroup.de> 

Pressekontakt

BMW Group

80788 München

bmwgroup.de
bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

bmwgroup.de
bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com

Drei Marken, ein Anspruch: immer noch besser zu werden. Dank unserer kompromisslosen Ausrichtung am Premiumgedanken und am Nachhaltigkeits-Prinzip begeistert die BMW Group heute weltweit mehr Menschen denn je. Wir stehen vor enormen Herausforderungen: Die Welt verändert sich mit hoher Geschwindigkeit. In vielen Ländern bleibt individuelle Mobilität im Fokus politischer Regulierung und nationaler Industriepolitik. Der Wertewandel in der Gesellschaft erfordert neue Mobilitätslösungen. Volatilität ist längst Teil unseres unternehmerischen Alltags. Die hohe Staatsverschuldung und die Euro-Krise verunsichern Märkte und Verbraucher. Mit der Strategie Number ONE richten wir die BMW Group in einem veränderten Umfeld auf Profitabilität und langfristige Wertsteigerung aus ? technologisch, strukturell und kulturell. Im Jahr 2007 haben wir damit die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt und setzen Maßnahmen in vier Säulen der Strategie um: Wachstum, Zukunft gestalten, Profitabilität und Zugang zu Technologien und Kunden. Unsere Aktivitäten sind dabei weiter auf die Premiumsegmente der internationalen Automobiliemärkte ausgerichtet. Die strategische Zielsetzung reicht bis in das Jahr 2020 und ist klar definiert: Die BMW Group ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Produkten und Premium-Dienstleistungen für individuelle Mobilität.