

22.10.2023

DTM 2024 mit neuen Konzepten und Partnerschaften

- „Road to DTM“: durchgängige Nachwuchsförderung in der DTM
- Neue exklusive Partnerschaft: Infront vermarktet die DTM
- Alle Rennen auch 2024 live bei ProSieben

Hockenheim. Die DTM nimmt Kurs auf die Saison 2024 und geht mit neuen Konzepten und Partnern an den Start. Ein neues „Road to DTM“ Nachwuchsprogramm sorgt für eine durchgängige Förderung auf der DTM-Plattform, mit Infront übernimmt ab sofort ein neuer Partner die exklusive Vermarktung der reichweitenstarken Rennserie. Die Termine für die acht Events der Saison 2024 stehen bereits fest, der Auftakt findet vom 26. bis 28. April in der Motorsport Arena Oschersleben statt. Fans können ab sofort unter dtm.com ab 39 Euro Tickets für die neue Saison kaufen, alle Rennen der DTM werden auch im kommenden Jahr von TV-Partner ProSieben live übertragen.

Mit einem neuen „Road to DTM“-Programm für junge Talente nutzt der ADAC im kommenden Jahr die Synergieeffekte seiner GT-Serien für ein durchgängiges Nachwuchsprogramm in der Topklasse DTM. Der beste Youngster des ADAC GT Masters erhält einen Startplatz für die DTM 2025. Analog dazu wird der beste Nachwuchsfahrer aus der ADAC GT4 Germany mit einem Cockpit im ADAC GT Masters 2025 belohnt.

„Wir haben in Hockenheim ein Finalwochenende wie aus dem Bilderbuch vor einer beeindruckenden Besucherkulisse erlebt. Der enorme Zuschauerzuspruch zeigt, dass unser Konzept bei den Fans sehr gut ankommt. Wir haben eine sportlich hochklassige und ausgeglichene Saison mit zwölf verschiedenen Siegern und einen packenden Titelkampf erlebt. In unserem ersten Jahr als Promoter konnten wir der Serie ein frisches Profil geben, das von Fans und Teilnehmern angenommen wird. Die Richtung passt, im kommenden Jahr feiert die DTM ihren 40. Geburtstag, da schalten wir noch einen Gang höher“, zog ADAC Sportpräsident Dr. Gerd Ennser ein positives Saison-Fazit.

„Wir haben frühzeitig die Rahmenbedingungen für die DTM 2024 fixiert und bereits starke Signale von neuen Teams und Herstellern“, sagte ADAC Motorsportchef Thomas Voss. „Ab Mitte November können sich Teams für die DTM 2024 einschreiben, die Fans haben allen Grund zur Vorfreude auf das nächste Jahr.“

Im kommerziellen Bereich bauen der ADAC und Infront ihre langjährige Zusammenarbeit aus. Im Rahmen der Partnerschaft vertreibt Infront die Vermarktungsrechte aller Rennserien aus dem Rechteportfolio des ADAC Motorsport, darunter auch als exklusiver Vermarkter die aktuellen Aushängeschilder DTM und ADAC GT Masters, die gemeinsam vom ADAC sowie Infront weiterentwickelt werden, um eine einzigartige Plattform für Unternehmen und Marken zu schaffen.

Matthias Pietza, Managing Director bei Infront Germany: „Diese Partnerschaft ist für uns etwas ganz Besonderes. Durch die langjährige Zusammenarbeit mit dem ADAC haben wir eine vertrauensvolle

Presseinformation

Basis, auf der wir mit unserem Team vor Ort optimal aufbauen können. Wir freuen uns sehr darauf, mit der Erfahrung des ADAC und unserer Expertise den Sport für Unternehmen und deren Marken noch attraktiver zu machen. Gleichzeitig wollen wir eine einzigartige Plattform kreieren, in der erstklassiger Motorsport und Innovation Hand in Hand gehen.“

Die in diesem Jahr in der DTM eingeführten Nachhaltigkeitsprojekte setzt der ADAC konsequent fort. Auch 2024 fahren die DTM und die Rahmenrennserien des ADAC mit einem nachhaltigen Kraftstoff. Ein voller Erfolg war die Initiative der DTM und des Wassertechnologieunternehmens BWT zur Reduzierung von Plastikmüll. Durch den Einsatz von Wasserspendern im Fahrerlager und den Zuschauerbereichen konnten mehr als 307.000 Plastikflaschen eingespart werden. Dieses Projekt wird im kommenden Jahr fortgesetzt.

Pressekontakt

ADAC e.V.

Oliver Runschke, T +49 89 76 76 69 65, E-Mail oliver.runschke@adac.de

Kay-Oliver Langendorff, T +49 89 76 76 69 36, E-Mail kay.langendorff@adac.de

dtm.com