
Die Formel 1 will nicht aus der Zeit fallen

Die Formel 1 steht wegen Umweltauswirkungen und hohen Kosten oft in der Kritik, ist zugleich aber beim Publikum populär. Mit einer Nachhaltigkeitsstrategie, einem wachsenden Fahrerfeld, robusten Finanzen sowie mehr Diversität, Gleichstellung und Inklusion steht die Rennserie nun vor tiefgreifenden Veränderungen. Das zeigt die aktuelle Analyse „Joining the Grid“ der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PwC Deutschland.

„Die Formel 1 hat die Zeichen der Zeit erkannt und will mit einem mutigen Reformpaket Teil der Lösung sein“, sagt Felix Kuhnert, Automotive Leader bei PwC Deutschland. Den ersten Schritt der umfassenden Transformation ist die Fédération Internationale de l'Automobile (FIA) mit der 2021 eingeführten Kostenobergrenze gegangen. Sie soll sportlichen Vorsprung eindämmen, der aus einem größeren Budget für die Fahrzeugentwicklung entstehen können. Diese Änderung hat bereits Wirkung gezeigt und das Feld näher zusammengerückt. 2021 haben die drei Top-Teams im Vergleich zur Vor-Corona-Saison elf Prozent weniger Punkte eingefahren. Aktuell läuft zudem das Auswahlverfahren, ob zwei weitere Teams ab 2025 das Fahrerfeld ergänzen sollen.

Einer der größten Kritikpunkte an der Rennserie sind die hohen Emissionen. Ab 2026 müssen die Motoren mit vollständig nachhaltigen e-Kraftstoffen betrieben werden. Zudem wird die Leistung des Verbrennungsmotors um etwa 40 Prozent reduziert, was den Kraftstoffverbrauch senkt. Dafür verdreifacht sich die vom Renn-Hybridsystem MGU-K (Motor-Generator-Einheit für kinetische Energie) bereitgestellte elektrische Leistung auf 350 kW.

Tatsächlich verursachten die Antriebsstränge der Fahrzeuge – die Power Units – aber weniger als ein Prozent der über 250.000 Tonnen CO₂, die 2019 anfielen. Rund drei Viertel der Emissionen entstehen durch Reisen und die Logistik (28 bzw. 45 Prozent). Nachdem sich von 2018 bis 2023 die Distanz zwischen den einzelnen Rennen insgesamt um 26 Prozent erhöht hatte, sind für 2024 erste Schritte zur Renngruppierung nach Region vorgesehen. Dies ermöglicht den Teams mehr als acht Prozent der Emissionen gegenüber 2023 einzusparen, trotz eines neuen Rekords von 24 Rennen im Kalender.

Durch weitere Regionalisierung besteht das Potenzial, die Emissionen nochmals zu halbieren. Das macht die Rennserie für Unternehmen – ob als aktiver Rennstall oder als Sponsor – interessanter: „Automobilherstellern bietet sich aktuell in der Formel 1 die Gelegenheit, die Reichweite und den Bekanntheitsgrad ihrer Marke zu erhöhen - indem sie ihre Nachhaltigkeitsziele mit dem Sport in Einklang bringen, der bislang für seine CO₂-Emissionen berüchtigt ist“, hofft Felix Kuhnert.

Neben weiteren Aktivitäten für einen nachhaltigeren Betrieb beabsichtigt die F1, sich insgesamt stärker zu öffnen. Die Einführung der Meisterschaft F1 Academy im Jahr 2023 hat das Ziel, Frauen gezielt auf höhere Rennserien vorzubereiten. Stipendien, Lehrstellen und Praktika sollen den Weg in den Motorsport fairer gestalten. Darüber hinaus ist die Teilnahme an einem Diversity- und Inklusionstraining für alle Mitarbeitenden verpflichtend.

Die vollständige Analyse zeigt neben den genannten Aspekten viele weitere Potenziale und Entwicklungen auf, die den fortschreitenden Wandel der Formel 1 beschreiben. Zu lesen unter www.pwc.de/Formel-1. (aum)

Bilder zum Artikel



Formel-1-Showcar von Audi.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Audi



Formel-1-Rennen auf dem Nürburgring (Archivbild).

Foto: Autoren-Union Mobilität/Nürburgring
