

Formel 1

Keep Racing

Die Motorsport-Königsklasse ist nicht nur Milliardenpektakel, sondern auch ein riesiger Auftraggeber. Wer mit Ferrari & Co. Geschäfte macht



Boxenstopp: Nicht nur Bernie Ecclestone verdient mit der Formel 1 ein Vermögen



Was für ein Drama. Vor dem letzten Saisonrennen in Abu Dhabi lag Sebastian Vettel in denkbar schlechter Position. Er war Dritter des Klassements. Wollte Vettel den WM-Titel, musste er das Rennen gewinnen – und Spitzenreiter Fernando Alonso durfte maximal Fünfter werden. Doch Vettel zeigte, warum er als größtes Fahrertalent seit Michael Schumacher gilt – souverän gewann er den Grand Prix und wurde dank eines Taktikpatzers von Ferrari der jüngste Formel-1-Weltmeister aller Zeiten.

Milliardenspektakel. Deutschland ist wieder im Rennfieber. In gut drei Wochen startet die neue Saison in Bahrain – sollten die politischen Unruhen dort sich nicht weiter zuspitzen. Schafft Vettel die Titelverteidigung? Fährt Schumi wieder hinterher? Oder kann der Alte dem Jungen noch mal Paroli bieten? Der Formel-1-Zirkus bietet wieder Spektakel. Das ist gut fürs Geschäft. Rund fünf Milliar-

den Dollar werden mit der Rennserie umgesetzt. Doch die Formel 1 ist nicht nur Show und Marketing für milliardenschwere Konzerne aus unterschiedlichsten Branchen. Die Königsklasse des Motorsports ist auch ein riesiger Auftraggeber – für Unternehmen wie Pankl Racing, Do & Co oder Pirelli beginnt jetzt die Hochsaison. Weil auch im Motorsport wieder mehr Geld im Umlauf ist, hofen sie auf große Geschäfte.

Vor allem die Italiener freuen sich auf ihre Rückkehr in die Formel 1. Bis 2013 sind sie der einzige Reifenhersteller der Rennställe. Pankl Racing ist dagegen ein alter Bekannter. Seit vielen Jahren statten die Österreicher die Boliden mit ihren Kolben, Antriebswellen oder Pleueln aus. Die Formel 1 ist ihr wichtigster Kunde. ■

PETER BLOED



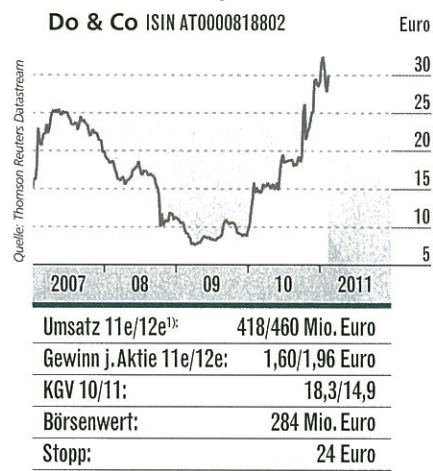
Die Schampus-Fraktion

Rennsport-Puristen schütteln den Kopf – aber ohne die Häppchen- und Champagner-Fraktion geht es bei einem Spektakel wie der Formel 1 nicht. Sponsoren, die jährlich Hunderte Millionen Euro in die Königsklasse des Motorsports pumpen, wollen adäquat versorgt werden. Und das geht nun mal nicht mit Bier, Grillwurst und Stehplätzen auf der Wiese. Das Unternehmen Do & Co sorgt dafür, dass sich die Formel-1-VIPs rund um den Globus wohl fühlen. Die Österreicher sind der Spezialist in Sachen Catering. Bei 15 Rennen versorgt Do & Co den Paddock Club gastronomisch. Highlight im vergangenen Jahr: Das Saisonfinale in Abu

Dhabi – während des Rennwochenendes wurden insgesamt 18.000 VIP-Gäste versorgt. Beim ersten Rennen in Bahrain wird Do & Co ebenfalls wieder am Start sein. Neben der Formel 1, dem Champions-League-Finale im Fußball und anderen Sportevents beliefern Do & Co auch Fluglinien, Restaurants und Hotels.

Nach Umsatz ist das Sport-Catering bei Do & Co zwar die kleinste der drei Sparten – aber die mit Abstand profitabelste. Die Österreicher erwirtschafteten zuletzt eine Umsatzrendite von neun Prozent mit Paddock Club & Co. Damit ist das Sport-Catering der zweitwichtigste Ergebnisposten. Die Krise ist vorbei – jetzt darf wieder ungeniert zum Schampus in Monaco geladen werden. Für das laufende Geschäftsjahr (bis Ende März) und für das kommende rechnen Analysten daher bei Do & Co mit einem Gewinnanstieg um jeweils mehr als 20 Prozent.

Prickelndes Papier

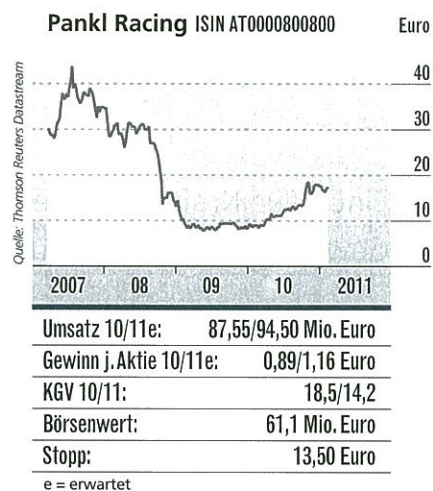


Die Tüftler

In der Steiermark entsteht, wovon Formel-1-Ingenieure träumen. In Österreich sitzt Pankl Racing – Antriebswellen, Pleuel, Kolben, die passenden Bolzen dazu. Für das Unternehmen sind die Formel-1-Teams nicht ein netter Nebenerwerb, um zu zeigen, dass man auch High Tech kann – Ferrari, Williams & Co. machen das Hauptgeschäft aus. Gut 60 Prozent des Umsatzes und fast das komplette Ergebnis erwirtschaftet die Sparte Racing. Und die Formel 1 ist die wichtigste Rennserie für Pankl. Das Know-how der Österreicher ist enorm – sie beliefern längst alle zwölf Teams. Einen kräftigen Schub geben in diesem Jahr die neuen Regeln des

Weltverbands. Ab 2013 rasen die Boliden nicht mehr mit dem V8-Motor um Bestzeiten – sondern mit Vierzylinder-Turbomotoren. In diesem Jahr beginnen die Entwicklungsarbeiten der Ingenieure. Für Pankl heißt das: in den nächsten drei Jahren satte Auftragseingänge im Motorengeschäft. Außer der Formel 1 und anderen Rennsportserien beliefert das Unternehmen auch die Hersteller von Supersportwagen für die Straße und produziert Antriebswellen für Helikopter. Im vergangenen Jahr zogen die Auftragseingänge erstmals seit 2008 wieder an. Prompt verdoppelte sich das Ergebnis auf 3,7 Millionen Euro. Auf Grund der zunehmenden Entwicklungsarbeit bei Formel-1-Motoren sowie der stark anziehenden Konjunktur bei Supersportwagen wie dem Mercedes SLS AMG trauen Experten Pankl einen Gewinnsprung um 30 Prozent zu.

Schub mit neuen Motoren



Die Gummis

Der Kreis schließt sich. Der italienische Autoreifenhersteller Pirelli belieferte die ersten drei Formel-1-Weltmeister mit Pneu: 1950 Giuseppe „Nino“ Farina, dann den legendären Juan Manuel Fangio und 1953 Alberto Ascari. Ab der kommenden Saison ist Pirelli nach 20 Jahren zurück in der Königsklasse des Motorsports – bis 2013 beliefern die Italiener exklusiv alle Teams mit Reifen. Neuerung: Vorgänger Bridgestone zahlte an die Formel 1 pro Saison 55,5 Millionen Dollar, um exklusiver Partner sein zu dürfen. Die Reifen gab es für die Teams obendrauf. Die Entwicklungskosten, die Produktion und die Lieferung – das alles war Teil eines gigantischen

Marketingbudgets. Erstmals werden die Kosten dafür jetzt zwischen Pirelli und den Teams geteilt. Ferrari & Co. zahlen mehr als 16 Millionen Euro an den Pneu-Lieferanten. Dafür bekommt Pirelli die größte und beste aller Werbeplattformen für Autoreifen: Bandenwerbung an den Strecken, den Namen auf der Nase aller Rennautos und die Beschriftung auf den Reifen. Und das alles zum Schnäppchenpreis.

Experten rechnen damit, dass vor allem bei sportlichen Fahrzeugen der Absatz durch das Engagement deutlich zunehmen wird. Auch bei den Autoherstellern ist Pirelli wieder dick im Geschäft. Gerade bei Sportwagen, die im Absatz derzeit anziehen. Für das laufende Jahr rechnen Analysten daher mit einem Gewinnanstieg um mehr als 70 Prozent. Mit einem KGV von zwölf ist die Aktie geradezu günstig. Kursziel der Analysten: acht Euro.

Heißer Reifen

