

„Für Audi ist der Einstieg in die Formel 1 Teil von etwas Größerem“

Ingolstadt/München, 12. November 2025 – Audi hat sein neues Formel-1-Design vorgestellt. Die Marke steigt 2026 in die Königsklasse des Motorsports ein. Die wichtigsten Aussagen von Audi CEO Gernot Döllner, Head of Audi F1 Project Mattia Binotto, Teamchef Jonathan Wheatley und von Audi Chief Creative Officer Massimo Frascella im Überblick.

Gernot Döllner

- „Unser Einstieg in die Formel 1 ist Teil von etwas Größerem. Es ist der nächste Schritt in der Neuaufstellung des Unternehmens mit dem Ziel, unsere Position im globalen Wettbewerb zu stärken. In der Formel 1 zählt jede Sekunde. Erfolg erfordert Leistung, Präzision und Teamarbeit. Dieses Mindset wird Treiber einer neuen Performance-Orientierung im gesamten Unternehmen und Katalysator des Wandels hin zu einem schlankeren, schnelleren und innovativeren Audi sein.“
- „Natürlich ist die Formel 1 Emotion pur. Doch für Audi stehen klare rationale Gründe hinter dem Einstieg. Die Kostendeckelung garantiert finanzielle Nachhaltigkeit. Gleichzeitig bietet die globale Reichweite der Formel 1 unserer Marke eine unvergleichliche Sichtbarkeit. Das ermöglicht es, zusätzliche Zielgruppen anzusprechen – vor allem in unseren Schlüsselmärkten USA, Europa und China.“
- „Die Geschichte von Audi in der Formel 1 beginnt gerade erst, doch Motorsport war schon immer Teil unserer DNA. Von den Silberpfeilen der Auto Union in den 1930er-Jahren über die Dominanz im Tourenwagensport, die Rallye-Erfolge und Hybridsiege bei den 24 Stunden von Le Mans: Immer, wenn Audi in eine Rennserie eingestiegen ist, war die Marke erfolgreich. Audi war nie nur dabei, sondern hatte das Ziel, zu führen, Innovationen hervorzubringen und zu gewinnen. Genau das wollen wir auch in der Formel 1 tun.“

Mattia Binotto

- „Das ist das spannendste Projekt im Motorsport, wenn nicht sogar im Sport überhaupt. Das Ziel ist klar: Ab dem Jahr 2030 um Meisterschaften zu kämpfen. Diese Reise braucht Zeit, die richtigen Talente und den Willen, sich permanent zu verbessern.“
- „Die Formel 1 ist eines der wettbewerbsintensivsten Umfelders. Champion zu werden, ist ein Prozess des stetigen Fortschritts. Fehler passieren, aber aus ihnen zu lernen ist der Motor für Veränderungen.“
- „Und es ist eine Teamleistung: Ingenieure, Mechaniker, Designer, Partner – jeder Beitrag bringt uns voran. Bald wird das erste „Fire-up“ einen weiteren Meilenstein markieren. Dann erwacht nicht nur Technik zum Leben – sondern auch die Leidenschaft und der Ehrgeiz von Hunderten werden greifbar. Anfang nächsten Jahres wird dann das erste Formel-1-Auto von Audi auf die Strecke gehen. Dieser Moment wird der Beginn von etwas Besonderem sein.“

Jonathan Wheatley

- „Bei dieser Reise geht es nicht nur um das Ziel, sondern auch darum, mit den Menschen in Kontakt zu treten, die jeden Schritt möglich machen. Es geht um die richtige Einstellung, Fokus, Belastbarkeit und Selbstvertrauen ohne Selbstzufriedenheit. Wir werden Rückschlägen begegnen, doch jeder wird eine Lernerfahrung sein, die uns stärker macht.“
- „Es entsteht eine Kultur des Vertrauens und der Widerstandsfähigkeit – ein Team, das befähigt ist, Grenzen zu verschieben, mutig zu sein, zu lernen und sich jeden Tag weiterzuentwickeln. Meisterteams entstehen nicht durch Magie – sie entstehen durch Menschen, die an sich und aneinander glauben, die an den Prozess und das gemeinsame Ziel glauben.“
- „Bei unserem Projekt geht es um mehr als nur den Aufbau eines Teams. Es geht darum, die Zukunft der Formel 1 zu gestalten. Mit Talenten, visionären Partnern und der Transformation der Marke Audi. Wir trauen uns, neu zu definieren, was ein Rennteam sein kann.“

Massimo Frascella

- „Wir wollen unsere Marke stärken, starke emotionale Bindungen aufbauen und neue Partnerschaften mit gleichgesinnten Marken eingehen. Dabei wollen wir eine globale Community inspirieren – nicht nur Formel-1-Fans, sondern Menschen, die Mut und Raffinesse schätzen.“
- „Mit unserem Debüt in der Formel 1 führen wir ein einheitliches Designsystem ein, das alle Aspekte unseres Unternehmens vereint. Im Mittelpunkt stehen dabei unsere vier Ringe. Sie sind das Fundament, auf dem unsere Marke aufbaut.“
- „Der Audi R26 Concept ist eine der ersten Ausdrucksformen dieses neuen Designsystems. Wir wollen das markanteste Auto auf der Rennstrecke haben. Abseits davon wollen wir die mutigste Marke sein – und einen kulturellen Einfluss schaffen, der über die Rennstrecke hinausgeht.“

Viele weitere Informationen rund um den Audi R26 Concept und den Einstieg von Audi in die Formel 1 gibt es im [Audi MediaCenter](#).

**Globale Kommunikation, Politik,
Außenbeziehungen**

Dirk Arnold

Leiter Globale Kommunikation, Politik,
Außenbeziehungen

Telefon: +49 841 89-92033

E-Mail: dirk.arnold@audi.de

www.audi-mediacycenter.com

Kommunikation Formel 1

Benedikt Still

Pressesprecher Audi F1 Project

Telefon: +49 841 89-89615

E-Mail: benedikt.still@audi.de



Der Audi Konzern ist einer der erfolgreichsten Hersteller von Automobilen und Motorrädern im Premium- und Luxussegment. Die Marken Audi, Bentley, Lamborghini und Ducati produzieren an 22 Standorten in 13 Ländern. Audi und seine Partner sind weltweit in mehr als 100 Märkten präsent.

2024 hat der Audi Konzern rund 1,7 Millionen Automobile der Marke Audi, 10.643 Fahrzeuge der Marke Bentley, 10.687 Automobile der Marke Lamborghini und 54.495 Motorräder der Marke Ducati an Kundinnen und Kunden ausgeliefert. Im Geschäftsjahr 2024 erzielte der Audi Konzern bei einem Umsatz von €64,5 Mrd. ein Operatives Ergebnis von €3,9 Mrd. Zum Stichtag 31. Dezember arbeiteten weltweit mehr als 88.000 Menschen für den Audi Konzern, davon mehr als 55.000 bei der AUDI AG in Deutschland. Mit seinen attraktiven Marken sowie einer Vielzahl neuer Modelle setzt das Unternehmen den Weg zum Anbieter nachhaltiger, vernetzter Premiummobilität konsequent fort.

Audi steigt 2026 erstmals mit einem eigenen Werksteam und in einem in Deutschland entwickelten Hybridantrieb („Power Unit“) in die Formel 1 ein. Das künftige Team ist an drei Standorten beheimatet: Die eigens für das Projekt gegründete Audi Formula Racing GmbH entwickelt die Power Unit in Neuburg an der Donau. Im schweizerischen Hinwil werden die Entwicklung des Rennfahrzeugs sowie Planung und Durchführung der Renneinsätze verortet sein. Das Technikbüro im britischen Bicester schafft darüber hinaus eine Präsenz im sogenannten „Motorsport Valley“ mit Zugang zu F1-Talenten und strategischen Partnern.

Die Formel 1 gilt als „Königsklasse“ des Motorsports und ist mit ihrer globalen Reichweite eine der bedeutendsten Sportplattformen der Welt. Entscheidend für den Einstieg von Audi ist auch das neue Reglement des Automobil-Weltverbandes FIA, das ab 2026 unter anderem nachhaltige Kraftstoffe vorsieht und den elektrischen Anteil der Hybrid-Antriebseinheit auf annähernd 50 Prozent anhebt.
