

Wenn der Heckflügel ins Handgepäck muss – Einblicke in die verschiedenen Welten der Logistik bei Audi

- **Wie die Logistik der AUDI AG und das Formel-1-Projekt voneinander profitieren**
- **Dieter Braun, Head of Audi Supply Chain, im Dialog mit seinen F1-Kollegen Björn Brickwedde und Lars Rolack**
- **Logistik als Performance-Faktor im Rennsport und Taktgeber in der Fahrzeugproduktion**

Ingolstadt/Hinwil/Neuburg a. d. Donau, 18. Juni 2026 – Mehr als 20 Rennwochenenden, weltweite Transportketten, eng getaktete Zeitfenster, geopolitische Spannungen und der permanente Druck, jedes Teil rechtzeitig an den richtigen Ort zu bringen: Die Formel 1 ist nicht nur ein technologisches Hochleistungslabor, sondern auch ein Extremtest für Logistik. Viele Herausforderungen, die das Audi Revolut F1 Team auf der Rennstrecke erlebt, kennt auch die Audi Supply Chain – nur in einem anderen Maßstab. Was beide Welten voneinander lernen können, zeigt das Gespräch zwischen den Logistik-Experten.

Dieter Braun, Head of Audi Supply Chain, bringt es auf den Punkt: „Wenn wir im Unternehmen etwas brauchen, dann ist es Schnelligkeit. Nicht nur auf der Rennstrecke, sondern bei Entscheidungen.“ Genau hier liegt der zentrale Hebel: Die Formel 1 macht sichtbar, was schnelle Entscheidungen, klare Verantwortlichkeiten und präzise Vorbereitung bewirken können.

Logistik als Performance-Faktor

In der Formel 1 entscheidet Logistik unmittelbar über sportliche Leistungsfähigkeit. Was nicht rechtzeitig an der Strecke ist, kann nicht eingesetzt werden. Was zu teuer transportiert wird, fehlt an anderer Stelle im Budget. Björn Brickwedde, Head of Logistics beim Audi Revolut F1 Team in Hinwil in der Schweiz, erklärt: „Alles, was wir in der Logistik sparen, kann für die Entwicklung und in Teile investiert werden.“

Das gilt besonders unter dem Cost Cap der Formel 1. Effiziente Logistik wird damit zum Performance-Faktor. Brickwedde nennt konkrete Beispiele: intelligente Strategien für Rücklieferungen, minimale Ersatzteilbestände, clevere Routenplanung und die Frage, von welchem Ort aus Update-Teile oder Komponenten am kosteneffizientesten bewegt werden. „Jede gesparte Ausgabe kann in Entwicklung fließen – und damit in Rundenzeit.“

Die Audi Supply Chain wiederum gestaltet und steuert den gesamten Kundenauftragsprozess – von der Bestellung eines Audi bis zur Auslieferung an den Kunden: Order to Delivery. In diesem komplexen System sind mehrere Tausend Lieferanten in knapp 60 Ländern involviert, um den Warenfluss von rund einer Million Teile pro Tag zu bewältigen. Jede Optimierung in diesem

geschäftsbereichsübergreifenden Kernprozess schafft Freiräume – sei es bei Kosten, bei der Kapitalbindung oder dem CO₂-Footprint. „Bei unserem Dirigentenjob können wir für das Unternehmen einen Ergebnisbeitrag im dreistelligen Millionenbereich leisten“, sagt Braun.

Ein Beispiel macht die Tragweite deutlich: Die Supply Chain orchestriert nicht nur – sie managt auch Krisen und bewältigt mit erfahrenen Mitarbeitenden im Teamwork kurzfristige Herausforderungen. Braun beschreibt eine Situation rund um die Produktion der letzten Audi Q2. Ein Container mit nicht nachproduzierbaren Displays war auf dem Weg von China über Dubai nach Deutschland, als der Krieg im Nahen Osten ausbrach. „Der Reeder hat spontan beschlossen, einen Hafen in Indien anzulaufen und alle Container ohne Rücksprache abzuladen“, so Braun. Über Indien war die Ware nicht rechtzeitig zu bekommen, also organisierte Audi einen Umweg über Sri Lanka und die Türkei. „Die Teile kamen einen halben Tag vor Bedarf“, sagt Braun, „sonst hätten wir 2.000 Q2 nicht mehr fertigen und ausliefern können.“

Ganz ähnlich klingt die Schilderung von Brickwedde zum Formel-1-Saisonauftakt in Melbourne. „Eine Nachlieferung zum ersten Rennen sollte von Zürich nach Dubai fliegen – genau dann kam es zu Einschränkungen im weltweiten Luftverkehr“, sagt er mit Blick auf ausgefallene Transportrouten. Wichtige Update-Teile blieben stehen, genauso wie die Fracht anderer Teams. „Wir haben mit F1 Cargo und DHL eine alternative Route organisiert und neue Zollpapiere aufgesetzt. Für alle Beteiligten war es eine schweißtreibende Angelegenheit – aber die Teile kamen Mittwochabend in Melbourne an und dank des großen Teamworks vor Ort waren die beiden Autos rechtzeitig zur ersten Session fertig aufgebaut.“ Damit hat das Logistik-Team die Voraussetzung dafür geschaffen, dass das Audi Revolut F1 Team beim Debüt in der Königsklasse des Motorsports auf Anhieb die ersten Punkte einfahren konnte.

Auch in der Audi Supply Chain geht es um Geschwindigkeit

Die Rennserie macht sichtbar, was in der Großserie oft abstrakt bleibt: der Effekt schneller Entscheidungen. „Im Rennen merkt man sofort, wenn man eine falsche strategische Entscheidung trifft und beispielsweise zu spät aus der Boxengasse kommt“, sagt Braun. „Unternehmerisch zeigt sich bei Audi die Wirkung einer Entscheidung oft erst später, sie kann aber genauso gravierend sein. In einer Krise zu spät zu entscheiden ist problematisch – aber auch in der Planung, beispielsweise bei langfristigen Investitionen, was es für mein Team und die involvierten Schnittstellen besonders anspruchsvoll macht.“

Das Formel-1-Engagement liefert dafür ein greifbares Narrativ. Braun nutzt den Audi R26 als permanentes Hintergrundbild für seine Meetings – nicht nur aus Begeisterung für den Motorsport, sondern als Signal nach innen: Auch in der Supply Chain geht es um Geschwindigkeit. Die Formel 1 zeigt, dass eine gute Lösung zur richtigen Zeit wertvoller ist als eine perfekte Lösung, die zu spät kommt.

Wenn der Heckflügel ins Handgepäck muss

Die spannendsten Beispiele entstehen dort, wo Planung und Improvisation aufeinandertreffen. Brickwedde berichtet von der knappen Teileverfügbarkeit im Rennbetrieb: „Wir gehen sehr effizient mit der Produktion von Teilen um – zum einen aufgrund des Cost Caps, zum anderen

bringen wir nur das an die Rennstrecke, von dem wir wirklich glauben, es zu benötigen. Wenn etwas Unvorhergesehenes passiert, ist Kreativität gefragt. Das kann bedeuten, dass ein Teammitglied die benötigten Bauteile im Gepäck mitführt, damit sie möglichst schnell an der Strecke verfügbar sind – im Zweifelsfall können das auch Teile eines Heckflügels sein.“

Auf Power-Unit-Seite sind die Zeitfenster ebenfalls eng. Lars Rolack, Head of Logistics bei Audi Formula Racing am Standort Neuburg an der Donau, beschreibt den außerplanmäßigen Rücktransport einer Hochvoltbatterie am Rennwochenende in Miami: Gefahrgut, spezielle Zoll- und Transportregularien, kurze Analysezeit in Neuburg – und wenige Tage später wieder Versand zum nächsten Rennen. „Die Batterie ist am Montagmorgen bei uns in Neuburg angekommen und ging Mittwochabend wieder raus in Richtung Montreal.“

Auch wenn die Prozesse in der Audi Supply Chain grundsätzlich planbarer sind, bleibt die Kombination aus Antizipieren und Flexibilität ein entscheidender Erfolgsfaktor – etwa bei Lieferengpässen, Naturkatastrophen oder geopolitischen Störungen, die heutzutage fast schon der neue Normalzustand sind. Rolack arbeitete früher selbst in der Logistik der AUDI AG, ehe er ins Formel-1-Projekt wechselte. „Mein planerischer Background und meine Erfahrung haben mir geholfen, aber die Rennlogistik ist ein sehr starkes Ad-hoc-Geschäft – da mussten wir uns alle im Mindset extrem an die Geschwindigkeit anpassen.“ Während die Supply Chain bei Audi mehrere Tausend verschiedene Lieferanten auf dem gesamten Globus mit einer Vielzahl von Prozessen steuert – inzwischen auch mithilfe komplexer mathematischer Algorithmen – zählen im F1-Projekt Organisationstalent und das persönliche Netzwerk. „Sollte es bei uns etwas klemmen, ist mein erster Reflex der Griff zum Telefon. Dank schlanker Prozesse und kurzer Wege im Team lassen sich Probleme so sehr schnell lösen“, sagt Rolack.

Resilienz: Organisation, Team, Mensch

Die Formel 1 trainiert Resilienz unter Echtzeitbedingungen. Rennkalender ändern sich, Transporte fallen aus, Routen werden unsicher und Rennunfälle erzeugen spontane Sonderaufgaben. Wo mögliche Risiken absehbar sind, werden mit den Transportdienstleistern vorab Szenarien entwickelt, damit das dahinterstehende Netzwerk unmittelbar handlungsfähig ist.

Dieter Braun beschreibt es aus seiner Perspektive: Resilienz bestehe aus drei Ebenen – organisatorischer Resilienz, Team-Resilienz und individueller Resilienz. Gerade während der Corona-Krise habe Audi gelernt, wie wichtig klare Verantwortlichkeiten, belastbare Teams und persönliche Widerstandskraft sind. Sein Fazit: „Eine Organisation muss so aufgestellt sein, dass sie sowohl im Regelbetrieb als auch in Krisenfällen gut arbeiten kann.“

Digitalisierung und KI: Potenzial für beide Seiten

Beim Thema künstliche Intelligenz setzt Audi mit seiner Organisationsgröße und der stetigen Suche nach Innovation wichtige Impulse, von denen die F1-Logistik lernen kann. „Wir sind davon überzeugt, dass KI ein vergleichbar tiefgreifendes Veränderungspotenzial hat wie das Internet in früheren Jahren und unsere Art zu arbeiten wesentlich verändern wird“, sagt Braun. Wichtig sei aber auch eine klare Abgrenzung: „Nicht jede größere Excel-Tabelle ist KI. Wir machen auch viele

Digitalisierungslösungen ohne KI, die trotzdem einen Riesenfortschritt bedeuten.“

In seiner Organisation verfolgt er mit seinem Team zwei Ansätze: Bottom-up, also punktuelle Optimierungen etwa bei Fehlsequenzierungen, und Top-down, bei dem der gesamte Order-to-Delivery-Prozess kartiert und systematisch nach KI-Hebelpunkten untersucht wird. „Die Optimierung dieses Prozesses mithilfe von KI bietet uns einen enormen Hebel – für mehr Effizienz, höhere Planungssicherheit und bessere Ergebnisqualität“, sagt Braun. „Dabei beschäftigen wir uns unter anderem mit der Anlaufplanung eines neuen Modells oder der präziseren Prognose von Einbauraten, indem wir unterschiedliche Datenquellen kombinieren und Erfahrungswerte systematisch einfließen lassen. KI kann hieraus belastbare Prognosen ableiten – und genau darin liegt ihr Mehrwert.“

Von diesem Ansatz kann auch das F1-Projekt profitieren. In Hinwil, Neuburg und Bicester kommt KI bisher vor allem im Hintergrund zum Einsatz. „Die unendliche Datenflut – da hilft KI definitiv“, sagt Rolack. In der Logistik selbst sei KI noch wenig präsent, der Wunsch aber klar formuliert. „Da gibt es noch großes Potenzial, insbesondere auch beim Thema Transportsteuerung.“

Braun warnt zugleich vor blindem Vertrauen: „Aus heutiger Sicht würde ich der KI nie überlassen, mein komplettes Netzwerk zu designen, ohne das kritisch zu hinterfragen.“ Stattdessen gelte es, Aufgaben „abschnittsweise zu portionieren“ und Ergebnisse immer wieder zu prüfen.

Früh Einfluss nehmen statt später reagieren

Ein weiteres Lernfeld ist die frühe Einbindung der Logistik in die Entwicklung. Braun beschreibt, wie stark Produktdesign die spätere Supply Chain beeinflusst: Die Geometrie eines Bauteils kann darüber entscheiden, ob nur halb so viele Teile in einen Behälter passen. Logistik müsse deshalb nicht nur planen, was vorgegeben ist, sondern Randbedingungen aktiv verbessern. Klare Leitplanken und sorgfältig zusammengestellte Angebotspakete – etwa im Innenraum – mit weniger Varianz sowie die gezielte Vereinheitlichung von Bauteilen reduzieren Aufwand, machen Komplexität beherrschbarer und Prozesse entlang der Supply Chain effizienter. Das Formel-1-Team ist aktuell vor allem sehr kreativ, wenn es um die Entwicklung von optimierten Transport-Behältern geht, die einen möglichst kleinen Raumbedarf für die Fracht haben.

Ein gemeinsames Lernsystem

Die Logistik von Audi und die des Rennteams unterscheiden sich im Maßstab, aber nicht im Kern: Beide müssen Komplexität beherrschbar machen, Risiken antizipieren, Netzwerke steuern und im entscheidenden Moment liefern. Die Gegebenheiten der Formel 1 verschärfen diese Anforderungen und machen sie vor einem weltweiten Millionen-Publikum sichtbar. Für Audi entsteht daraus ein doppelter Nutzen: Das Formel-1-Projekt profitiert von der Prozesskompetenz, Digitalisierungserfahrung und systemischen Stärke des Unternehmens. Die Supply Chain kann vom Tempo, der Konsequenz und der Entscheidungslogik des Formel-1-Umfelds lernen. Oder, wie Braun es formuliert: „Manche Entscheidungen werden nicht besser, wenn man sie länger hinausschiebt.“

Kommunikation Formel 1

Benedikt Still

Pressesprecher Audi F1 Projekt

Telefon: +49 841 89-89615

E-Mail: benedikt.still@audi.de

www.audi-mediacycenter.com



Über Audi

Mit intelligenten und elektrischen Produkten treibt Audi den Wandel voran – und gestaltet die Mobilität der Zukunft entscheidend mit.

Der Premium-Automobilhersteller ist in mehr als 100 Märkten weltweit aktiv und steuert ein globales Produktionsnetzwerk mit 21 Standorten in 12 Ländern. Mit dem Anspruch „**Vorsprung durch Technik**“ arbeiten mehr als 88.000 Beschäftigte im Audi Konzern an der Mobilität von morgen. Mit den Werten Mut, Begeisterung, Verantwortung und Vertrauen definieren sie weit mehr als 100 Jahre Tradition im Automobilbau für die Zukunft neu. 2026 startet Audi erstmals mit eigenem Team in der Formel 1 und unterstreicht damit seine Motorsport-DNA.

Zum Audi Konzern zählen neben der Marke Audi auch der Sportwagenhersteller Lamborghini und die Luxusmarke Bentley sowie der Motorradhersteller Ducati.

Mehr zum Audi Konzern [hier](#).

Audi steigt 2026 erstmals mit einem eigenen Werksteam und in einem in Deutschland entwickelten Hybridantrieb („Power Unit“) in die Formel 1 ein. Das Audi F1-Projekt ist an drei Standorten beheimatet: Die eigens für das Projekt gegründete Audi Formula Racing GmbH entwickelt die Power Unit in Neuburg an der Donau. Das Audi Revolut F1 Team hat seinen Sitz im schweizerischen Hinwil. Dort sind die Entwicklung des Rennfahrzeugs sowie Planung und Durchführung der Renneinsätze verortet. Ein Technologiezentrum 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.
