



Op 27 maart start in Melbourne het nieuwe seizoen van de Formule 1. Met 12 teams en 24 coureurs is de 'koningsklasse van de autosport' wereldwijd een van meest bekeken sporten. De laatste decennia vinden de races plaats in een steeds groter deel van de wereld. De geografie van de Formule 1 draait om het grote geld.

Geografie van de Formule 1

De Grand Prix en het grote geld in Abu Dhabi

De Formule 1 polariseert. Voor de een is het een onvoorstelbare verspilling van benzine, geld en zendtijd, terwijl de ander iedere twee weken aan de buis gekluisterd zit en als het even kan naar Duitsland en België rijdt om het spektakel *live* te aanschouwen. De race in het Nederlandse Zandvoort is namelijk al in 1986 van de kalender afgevoerd. Een lot dat meer races in Europa trof. De Formule 1 globaliseert in snel tempo en het aantal races kan maar beperkt

groeien. Voor elke nieuwe race in een ver exotisch oord vervalt een wedstrijd op een traditioneel circuit in Europa.

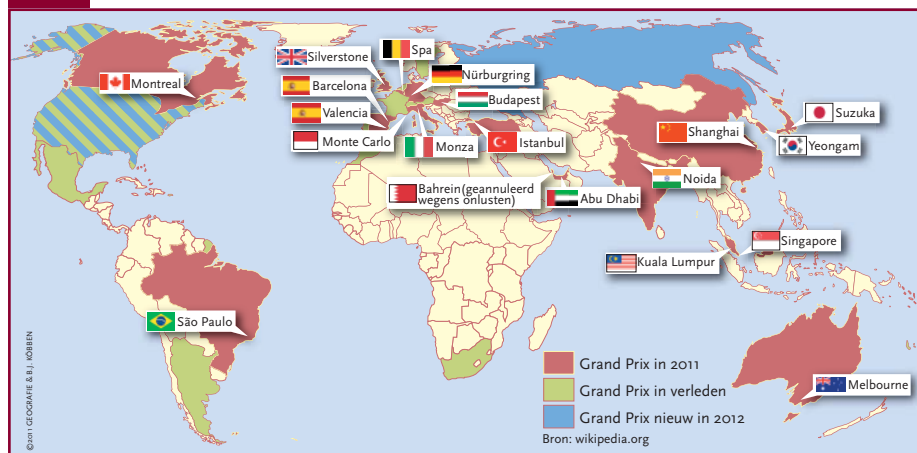
Races

Europa is de thuisbasis van de Formule 1. In 1950, het eerste jaar dat er races werden gehouden in deze klasse, vonden zes wedstrijden plaats in Europa, de zevende was de Indianapolis 500 in de Verenigde Staten. In de volgende decennia werden ieder jaar

races in Noord- en Zuid-Amerika gehouden en ook uitstapjes naar Afrika gemaakt. Van deze races hebben alleen de grote prijs van Brazilië en die van Canada zich weten te handhaven. Alle andere bleken tijdelijke evenementen. Het aantal races nam wel toe tot twintig in 2011. Hoewel er ieder jaar meer wedstrijden zijn, is een groot deel van de traditionele races in Europa verdwenen. Behalve in Nederland moeten ook de fans in Oostenrijk, Portugal en Frankrijk uitwijken naar het buitenland om live wedstrijden te kunnen bijwonen. Dit komt door de uitbreiding naar het oosten.

De Formule 1 laat zich weinig gelegen liggen aan lokale fans. Het is vooral een televisiesport die de wereldwijde sponsors volgt en steeds op zoek is naar kapitaalkrachtige investeerders om het kostbare circus draaiende te houden. De sponsors komen steeds vaker uit het Midden- en Verre Oosten. Nieuw in 2004 waren de races in Shanghai en Bahrein, in 2005 die in Istanbul, Singapore in 2008, Abu Dhabi in 2009 en Korea in 2010. Voor 2011 staat India als nieuweling op de kalender. Europa kan daar met het nieuwe stratencircuit in de haven van Valencia (sinds 2008) en een mogelijke race door het centrum van Rome (2012) weinig tegenover zetten.

Landen met een F1-race in het verleden, heden en de toekomst





Ferrari World en
F 1-circuit in Abu Dhabi.

(Suzuka en Korea). Enkele jaren geleden moesten Europese tv-kijkers de wekker nog erg vroeg zetten om races in Australië en Japan te kunnen volgen.

Die op Europa afgestemde starttijden betekenen echter dat in Singapore onder kunstlicht in het donker gereden wordt en in Abu Dhabi met invallende schemer – een extra risicofactor voor de coureurs. Zelfs de aanvangstijden van voetbalwedstrijden op het WK worden niet zo sterk op de televisiekijker afgestemd als die van de Formule 1-races.

Circuits

De interesse van steden, regio's en landen in het organiseren van een Formule 1-race is vergelijkbaar met pogingen de organisatie van de Olympische Spelen of het WK voetbal te bemachtigen. Van megasportevenementen verwacht men allerlei positieve effecten op toerisme en de lokale economie. Of die verwachtingen uitkomen is onduidelijk. Gedurende het raceweekend in Melbourne, Silverstone en Montreal afgelopen jaar gingen zo'n 300.000 mensen door de toegangspoorten. Voor een deel zijn dit lokale racefans die gezellig een dagje uitgaan, soms met het hele gezin inclusief klapstoelen en koelbox.

Bernie Ecclestone

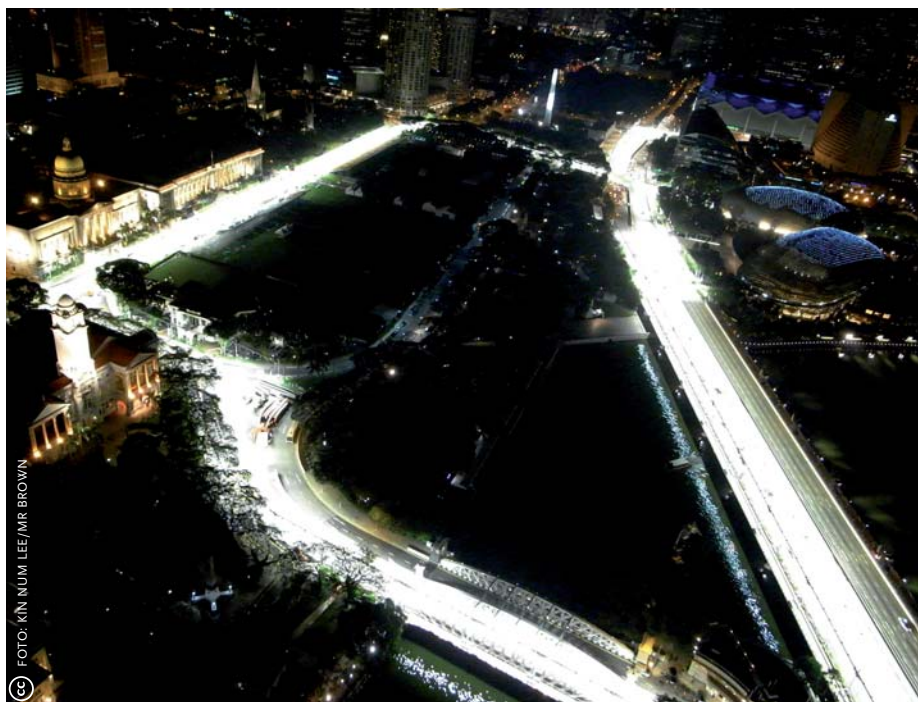
Drijvende kracht achter de voortgaande spreiding is de inmiddels 80-jarige Formule 1-baas Bernie Ecclestone. Als teambaas zag hij eind jaren 70 het enorme potentieel van de autosport en verzekerde zich middels de Formula One Constructors' Association (FOCA) van de televisierechten. Terwijl de circuits de organisatiekosten van een race moeten terugverdienen via entreegelden, wordt de echte winst binnen de Formule 1 gemaakt met de uitzendrechten en reclames. Ecclestone heeft vanuit commerciële overweging vooral oog voor nieuwe, opkomende markten. Zijn streven de sport wereldwijd te promoten is bovenal een poging om nieuwe afzetmarkten aan te boren voor reclame verpakt in Formule 1-beelden. Hiertoe worden nieuwe circuits gebouwd in landen die traditioneel weinig met autoracen van doen hebben. Of met deze nieuwe circuits ook nieuwe groepen fans worden aangetrokken is de vraag. Beelden vanuit China en Turkije laten veel lege tribunes zien. Maar dat is niet het probleem van Ecclestone.

Voorlopig zijn de Europese televisiekijkers het belangrijkste; dat blijkt wel uit de aanvangstijd van de races. Deze starten namelijk om 14 uur 's middags – niet in de landen waar de races plaatsvinden, maar op de tv in West-Europa. In 2010 hoefde de Europese tv-kijker slechts voor zeven van de negentien races de tv op een ander moment aan te zetten: twee keer later op de dag (Canada en Brazilië) en vijf keer vroeger, maar niet eerder dan 8 uur

Zelfs de starttijden van het WK voetbal worden niet zo op de Europese kijker afgestemd als die van de Formule 1

De meeste fans komen echter van ver. Een wandeling over een van de tijdelijke campings bij het circuit van Hockenheim toont behalve veel Duitse kentekens ook nummerborden en vlaggen uit de rest van Europa en zelfs een Finse sauna op wielen. Hotels, pensions en bungalowparken in de wijde omtrek van de circuits zitten tijdens het raceweekend vol monteurs, baancommissarissen, gasten en fans. Weilanden veranderen tijdelijk in kampeerterreinen en nabij het circuit ontstaan kleine markten met paraplu's, vlaggen, petten, stadiontoeters, broodjes hamburger, koffie en blikjes fris en bier.

Een aanzienlijk deel van de fans komt alleen op de racedag. Busladingen fans vanuit alle windstreken worden op de zondagochtend bij het circuit afgezet. Ze zijn herkenbaar aan hun niet erg uitgeslapen hoofden vanwege de nachtelijke busreis en aan de *key cords* die ze van hun reisorganisatie kregen.



Formule 1-circuit in Singapore. Vanwege het grote aantal tv-kijkers in Europa wordt er in het donker gereden met kunstlicht.



Bernie Ecclestone, de motor achter de globalisering van de F1, in gesprek met Michael Schumacher.

Team. Een derde team, het Amerikaanse USF1, haalde het begin van het seizoen 2010 niet. Het hernieuwde Lotus presenteerde zich in 2010 als Maleisisch team (de belangrijkste investeerder komt uit Maleisië).

Dat de teams zich aan landen verbinden, wil niet zeggen dat daar ook de fabrieken staan. De hoofdvestiging van Force India staat niet in India, die van Renault F1 zelfs niet in Frankrijk en die van Mercedes GP niet in Duitsland. Veel teams hebben hun basis in Engeland, in Motor Sport Valley. In de wijde omgeving van Oxfordshire zijn de hoofdvestigingen te vinden van onder andere McLaren, Mercedes GP, Red Bull Racing, Williams F1, Renault F1, Force India, Team Lotus en Virgin Racing. Slechts vier teams hebben hun basis elders: Scuderia Ferrari en Scuderia Toro Rosso in Italië, Team Sauber Formel 1 in Zwitserland en Hispania Racing F1 Team in Spanje. Met steeds meer races in het oosten betekent dit dus ook steeds meer *airmiles* op de tellers van de teams, want na de meeste races keren ze terug naar de fabriek.

Henry en Pinch deden eind jaren 90 onderzoek naar het autosportcluster in Engeland. Dit cluster omvat niet alleen Formule 1-teams maar ook teams in vele andere raceklassen. Daarnaast bestaat het cluster uit een hoop vaak kleinere toeleveranciers. Volgens Henry en Pinch werd Motor Sport Valley toonaangevend in de autosport in de tweede helft van de 20ste eeuw. Tot die tijd was de omgeving van Modena (Noord-Italië) leidend in de autosport. In de autoracerij vond na WOII een duidelijke verschuiving van het technologische paradigma plaats waarbij *aerodynamica* en dus technieken en technologie uit de luchtvaartindustrie steeds belangrijker werden. De expertise die juist op dit terrein in de regio bestond, was een belangrijke factor in de opkomst van Motor Sport Valley. Het is volgens Henry en Pinch niet *institutional thickness* die leidde tot succes van het cluster. Tot halverwege de jaren 90 waren er juist weinig instituties gevestigd. Daarna kwamen er onder andere meer opleidingsprogramma's

Rondom Oxfordshire heeft zich een internationale *knowledge community* gevormd

Vrijwel meteen na het vallen van de finishvlag begint de uittocht: grote stromen mensen verlaten het circuit en mengen zich in een file van bussen en auto's. Belangrijke gasten vertrekken in stijl met helikopter. Ook de teams blijven niet lang rondhangen: binnen een uur na het vallen van de vlag rijden de eerste vrachtwagens met gereedschap en onderdelen al weer terug naar de fabriek.

Hoewel de meeste fans maar een dag blijven, besteden ze behoorlijk wat geld op en rond het circuit aan hun toegangskaartje, eten en drinken en allerlei *merchandise* van het circuit en de teams. Of de races echt een economisch succes zijn, valt te bezien. De circuits betalen vooraf miljoenen om een aantal jaar op de Grand Prixkalender te mogen staan en zijn voor hun inkomsten afhankelijk van het publiek. De prijzen voor de toegangskaartjes zijn dan ook aanzienlijk. Een weekendje Formule 1 op Silverstone kost de bezoekers al gauw €186 voor de goedkoopste plaatsen. Voor de zogeheten bronzen staanplaatsen in Spa betaal je €146. Voor een stoeltje op de hoofdtribune lopen de prijzen uiteen van €265 in Turkije tot ruim €1000 in Brazilië.

Al vóór de economische crisis zaten de circuits in Melbourne, Hockenheim, Spa en de Nürburgring diep in de rode cijfers en moesten ze hun hand ophouden bij de regionale of nationale overheid. Dat heeft deels te maken met tegenvallende bezoekersaantallen. Zelfs in het jaar van de *comeback* van Michael Schumacher was de race in Hockenheim niet uitverkocht. Er gingen

65.000 kaarten over de toonbank voor de racedag, terwijl er plek is voor 75.000 toeschouwers. Ook in Spa, dicht bij de geboorteplaats van Schumacher, herleefden de oude tijden niet: er kwamen 52.000 bezoekers, terwijl er 65.000 nodig waren om uit de kosten te komen.

De rode cijfers hebben niet alleen te maken met de miljoenen die de circuits kwijt zijn aan de organisatie, of met tegenvallende kaartverkoop. Regelmatig moeten de circuits hun baan aanpassen voor de veiligheid van de coureurs of voor de spanning in de race. Ook op andere fronten gebeurt er van alles. De nieuwste circuits geven het voorbeeld: alleen een strook asfalt met een tribune is niet meer genoeg. In Abu Dhabi verrees naast het circuit een heus Ferrari pretpark. De Nürburgring is na grondige renovatie in de afgelopen jaren een belevingspark geworden met de illustere naam Grüne Hölle: een nieuw hotel en een achtbaan pal aan het circuit, dat door de nieuwe beurshallen loopt. Het complex omvat een hal voor pop- en sportevenementen, het Ringwerkmuseum, een *kart*baan en winkels van grote autosportmerken.

Teams

Wat verder opvalt aan de geografie van de Formule 1 is de vestigingsplaats van de teams. Waar het in de Formule 1 tot voor kort vooral om automerken leek te draaien, terwijl in de al weer verdwenen tegenstrever A1 landenteams tegen elkaar reden, waren er in 2010 twee F1-teams met een geografisch aanduiding: Force India en Hispania Racing

FOTO: PAUL WILLIAMS/P. C.W.

Lewis Hamilton in zijn McLaren tijdens de Grand Prix van Singapore, 2008.



FOTO: PHILIP HAYWARD / TALLPHIL

gericht op de motorsport. In Motor Sport Valley heeft zich een *knowledge community* gevormd met een hoge dynamiek in de arbeidsmarkt. De monteurs en ontwerpers werken gemiddeld maar zo'n vier jaar op één plek. Wel blijven ze een groot deel van hun carrière in Motor Sport Valley en de carrière-paden van sommigen komen ook weer samen. Heel wat bedrijfjes in Motor Sport Valley zijn geen lang leven beschoren; sommige worden weer overgenomen. Dat is ook terug te zien in de Formule 1-teams: Mercedes GP was een jaar lang Brawn GP, toen teambaas Ross Brawn het voor een symbolisch bedrag overnam van Honda. Onder de vlag van Honda had het team vier jaar geopeerd. Vóór die tijd stond het bekend als BAR en daarvoor veertig jaar lang als Tyrrell. Een vergelijkbaar verhaal geldt voor Red Bull, dat in 2004 werd gekocht van Jaguar en in 1997 startte als Stewart Grand Prix. En Force India begon in 1991 als Jordan Grand Prix, maar reed in 2005 een jaartje onder de naam Midland en vervolgens onder de naam Spyker F1.

De naam Spyker deed menig oranje hart harder kloppen. Want Formule 1-fans zijn vaak wat chauvinistisch. Poolse fans juichen voor Kubica, Spaanse voor Alonso. Britten toeien zich meestal in de kleuren van McLaren, en Duitsers gaan nog altijd gekleed in shirts, petjes en jasjes uit de tijd dat Schumacher in de Ferrari zijn winsten boekte. Nu hij zijn rentree heeft gemaakt bij Mercedes hijst een deel van zijn fans zich in de kleuren van dit team. Andere Duitse fans hebben nog genoeg keuze uit andere, al dan niet succes-

Van sommige coureurs wordt gezegd dat ze mogen rijden omdat ze een zak geld meebrachten

volle rijders. Want ook dat valt op aan de geografie van de Formule 1: de meeste rijders komen uit een beperkt aantal landen. In 2010 begon het seizoen met zes Duitse coureurs, vier Brazilianen, drie Spanjaarden, twee Britten en twee Italianen. De overigen kwamen uit Australië, Polen, Rusland, Japan, Finland, Zwitserland en India. Nederlandse coureurs zijn al jaren niet meer gesignaleerd in de pitstraat nadat de laatste er met de tankinstallatie vandoor ging tijdens een pitstop. Voor dit jaar zijn er wel weer hooggespannen verwachtingen dat een Nederlandse coureur zijn opwachting zal maken in de Formule 1. Een populaire verklaring voor de afwezigheid van Nederlandse rijders is niet een gebrek aan talent, maar een gebrek aan sponsorgeld. Van verschillende Formule 1-coureurs wordt verteld dat zij enkel mogen rijden omdat ze een grote zak geld meebrachten of omdat ze een nieuwe markt konden aanboren voor de sponsor. Aangezien elke race miljoenen kost, zijn sponsors cruciaal. De verkoop van shirts, petjes, jasjes en zelfs slippers, badlakens en sleutelhangers levert wel wat op, maar niet genoeg om een team draaiend te houden. De geschatte budgetten voor 2010 liepen uiteen van 35 tot 56 miljoen

euro voor de beginnende teams HRT, Lotus en Virgin Racing, tot 145 miljoen euro voor de kampioen Red Bull en zelfs 281 miljoen euro voor Ferrari.

Toekomst

Om de kijkers van de Formule 1 tevreden te houden wordt de komende jaren een reeks reglementswijzigingen doorgevoerd. De auto's zijn al voor alle teams gelijk en ook de motoren en andere technische systemen gaan steeds meer op elkaar lijken. Zo hoopt de sector de strijd spannend te houden, de kosten terug te brengen en het imago van de sport wat groener te maken. Voor de grote teams wordt het moeilijker de races te overheersen en ook daarmee hoopt Bernie Ecclestone meer sponsoren te interesseren voor zijn sport.

Of dit de kijker aanspreekt valt te bezien. 2010 was een uitzonderlijk spannend jaar omdat in de laatste race van het seizoen nog vier coureurs kans hadden op de wereldtitel. Andere raceklassen tonen echter aan dat als de auto's te veel op elkaar gaan lijken, toeschouwers minder belangstelling tonen. Er wordt nu al gemord. Alle nieuwe circuits worden ontworpen door de Duitser Herman Tilke. Ze zijn veilig en bieden ruimte, maar lijken vaak erg op elkaar. En zonder benzinstops ziet het er naar uit dat alleen de weersomstandigheden de races hier echt spannend kunnen maken.

De echte fans maken zich daar niet druk om. Voor hen is het jaar nog maar net begonnen. •