

09.03.2011 - 16:29 Uhr

Media Service: Sauber hat Mühe mit Schweizer Sponsoren

Zürich (ots) -

Monisha Kaltenborn (39) findet es richtig, dass der auf das kommende Wochenende vorgesehene Formel-1-Grand-Prix in Bahrain - der Saisonauftakt in die diesjährige Rennserie der Motorsport-Königsklasse - abgesagt wurde. "Man hat schon länger gesehen, dass es in der Region und damit auch in Bahrain politische Probleme gibt. Mit der Absage hat die Formel 1 ein klares Zeichen gesetzt", sagt die Chefin der Sauber Motorsport in einem Interview mit der "Handelszeitung". Dennoch sei es wichtig, dass die Faszination der Formel 1 in die Welt getragen werde, auch nach Bahrain und Abu Dhabi, wo die bisherigen Rennen ein Erfolg gewesen seien.

Gerade weil das Erdöl aus dieser Region stamme, überlege sich die Formel 1, wie man in Zukunft andere Energieträger nutzen und wie man den Rennsport als Plattform für deren Lancierung einsetzen könnte. Korrigiert werden müsse auch das Image der Formel 1, besonders im Bereich der Umweltverträglichkeit. Kaltenborn: "Das Image ist schlecht, weil wir halt Fahrzeuge als Produkt haben." Sauber habe deshalb begonnen, ein Umwelt-Management-System nach ISO 14000 aufzubauen. Zudem würden die Flottenfahrzeuge des Hinwiler Unternehmens sukzessive auf Hybridantrieb umgestellt.

Kaltenborn bestätigt zudem, dass das Image der automobilen Königsklasse die Suche nach Sponsoren keineswegs erleichtert. Besonders in der Schweiz nicht. Aber weshalb hiesige Unternehmen Sauber als Werbemöglichkeit nicht intensiv nutzen, könne sie sich nicht erklären: "Dabei haben wir doch hier in der Schweiz einige Unternehmen, die in ihrer Branche Weltmarktführer sind. Für diese würde sich unsere Plattform ideal eignen."

Kontakt:

Redaktion 043 444 59 00.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100009535/100620581> abgerufen werden.