

AUTORENNEN

Positive Brutalität

Mit seiner Rückkehr löst Michael Schumacher einen Boom in der Formel 1 aus.

Daimler möchte mit ihm die Autokrise abschütteln, Rennveranstalter und Medien hoffen auf neue Geschäfte, die Fans sehnen sich nach ihrem Idol. Jetzt muss Schumacher nur noch siegen.



ALBERT GEA / REUTERS

Formel-1-Star Schumacher: *Er braucht den Kick der Wettkämpfe im Grenzbereich*

Gleich hinter der Boxenanlage ist sein Wohnmobil geparkt, groß wie ein Reisebus. Ein paar Meter weiter stehen, Seite an Seite, zwei silberne schimmernde Lastzüge des Mercedes-Teams. Metallgitter schirmen den Platz ab.

Hier ist sein Hauptquartier, in diesem Radius bewegt sich Michael Schumacher in Jerez, und wenn er ihn verlässt, dann nur in eine Richtung: vorn aus der Garage heraus, festgeschnallt im Rennwagen geht es auf die Strecke. 124 Runden fährt er heute, macht 549 Kilometer. Die doppelte Distanz eines Grand Prix.

Schlafen, essen, arbeiten. Testfahrten bilden das Zwischenstadium der Formel 1. Sie finden fernab der Rennen und des Glambours statt, aber den Fahrern bieten diese 15 Tage im Februar eine Offenbarung: Sie probieren ihre neukonstruierten Wagen auf Tauglichkeit hin aus und entrosteten ihre Reflexe. Nach dreimonatiger Winterpause oder, wie Schumacher, nach drei Jahren, einer Ewigkeit für einen Rennpiloten.

Gegen fünf Uhr abends steigt Schumacher aus und nimmt ruhig den knallroten Helm vom Kopf, während ein Dutzend Mechaniker um seinen verstummten Mercedes-Rennwagen herumwuseln. Schumacher stülpt die Schutzmaske herunter, ein gebräuntes, dezent faltiges Gesicht kommt

zum Vorschein, die blondgesträhten Haare sind etwas zerdrückt. Er krepelt den Overall vom Oberkörper herab und die Ärmel des feuerfesten Unterhemds hoch, mit dem linken Arm lehnt er sich auf einen Tisch, die rechte Hand stemmt er in die Hüfte. Mit ernster Miene schaut er auf eine Kette von Bildschirmen, auf denen Messdaten leuchten. Es ist nicht zu erkennen, ob er unzufrieden oder bloß konzentriert ist.

Schumacher sieht aus wie ein Werkstattmeister bei der Inspektion, nicht wie der berühmteste Autorennfahrer der Welt auf dem Weg zu einem der funkelndsten Comebacks in der Sportgeschichte.

Er befindet sich jetzt in einer Liga mit Muhammad Ali, Niki Lauda, Michael Jordan oder Lance Armstrong. Sie alle zog es in jene Welt zurück, in der sie gesiegt hatten und bejubelt wurden, als sie jünger waren, eine Welt also, in der es für sie eigentlich nur noch etwas zu verlieren gibt.

All die Bedenken hat Schumacher beiseitegewischt, die Warnungen, dass er zu viel riskiere mit 41 Jahren: seinen Ruf, seine Gesundheit, womöglich sogar sein Leben. Die Frage, warum er wieder Rennen fährt, ist schnell beantwortet: Er will es. Er braucht den Kick des Wettkampfs im Grenzbereich. Ihn habe „diese Fahrgeilheit“ ergriffen, so nennt er das.

Im Vorjahr war von der Krise der Formel 1 die Rede, Autokonzerne und Sponsoren stiegen aus, selbst etablierte Teams kämpften ums Überleben. So ging das, bis Schumacher sich kurz vor Heiligabend entschied, wieder einzusteigen. Seitdem wirkt der Formel-1-Zirkus wie die Wall Street, in der auf einmal die Boni wieder sprudeln. Die Fernsehsender spekulieren auf Rekordquoten und erhöhen die Werbepreise. Jedes Wort, jede Tat, jede Regung Schumachers wird zur Nachricht, in China, Amerika, der arabischen Welt, in Europa sowieso. Sponsoren wie das malaysische Mineralölkonzernunternehmen Petronas wechseln an Mercedes' Seite und auf Schumachers Brust, die Kartenvorverkäufe für die Rennen ziehen an.

„Es ist phantastisch“, sagt Bernie Ecclestone, der Formel-1-Boss. „Magisch.“

Der Schumacher-Effekt lässt sich noch kaum in Zahlen fassen, nicht, bevor in Bahrain das erste Rennen gefahren ist.

Aber es gibt Menschen, die ihn bereits deutlich spüren: weil sie an Schumachers zweiter Karriere mitarbeiten, weil ihr Geschäft davon profitiert, weil sie ihr Idol zurückbekommen. Oder weil sie in Schumachers Entscheidung die eigene Vergangenheit wiedererkennen. Wie Niki Lauda,



Mercedes-Rennwagen mit Fahrer Schumacher: „Wir wollen alles oder nichts“

der einzige Formel-1-Rennfahrer, der nach Rücktritt und Comeback noch einmal Weltmeister wurde.

Der Experte

Draußen auf dem Flugplatz Wien stehen aufgereiht Maschinen, „Lauda“ steht auf einigen, auf anderen „Niki“. Drinnen im Büro sitzt der Mann mit den Brandnarben, bei dessen Anblick kaum noch jemand erschrickt, weil ihn jeder so kennt.

Niki Lauda hat in seinem Leben gleich zwei Fluggesellschaften gegründet, nacheinander, weil ihn nach dem Verkauf der Lauda Air die Leidenschaft für die Luftfahrt nicht losließ. Trotz seiner 61 Jahre und zweier Nierentransplantationen steuert er regelmäßig eine seiner Maschinen. Es gibt nur wenige Superstars, die den Weg in ein neues Leben gefunden haben. Schumacher gehört noch nicht dazu.

Lauda gewann 1975 die erste Weltmeisterschaft, verbrannte fast bei seinem Unfall, holte noch mal den Titel, stellte 1979 in Kanada mitten im Training seinen Wagen ab und ging. Für immer, so dachte er. „Ich hatte überhaupt kein Interesse mehr an Grands Prix“, sagt Lauda. „Ich hatte ja meine Fliegerei.“

Doch der Wettbewerb gegen Österreichs staatliche Fluggesellschaft erwies sich als zermürbend, Lauda vermietete

seine Maschinen für eine Weile nach Ägypten und hatte wieder Zeit. 1981 kommentierte er fürs Fernsehen einige Rennen, eines davon mit einem schweren Startunfall. Paradoxe Weise wirkte der Crash auf Lauda wie ein Reiz. „Die Freude aufs Fahren“, sagt er, „war plötzlich wieder größer als das Leid der Gefahr.“

1982 startete er erneut, zwei Jahre später war er wieder Weltmeister.

Versteht Lauda, dass Schumacher wieder in die Formel 1 einsteigt? „Ja“, sagt er ohne Zögern. „Aber wenn normale Menschen über so was nachdenken, verstehen sie die Welt nicht mehr. Also warum lange mit ihnen reden? Ich kann Menschen, die anders denken, nicht erklären, warum ich so bin.“

Seit mehr als einem Jahrzehnt analysiert Lauda den Grand Prix für RTL, live an der Rennstrecke, als der Weise mit roter Kappe und gelbem Mikro. Die Einschaltquoten waren mit Schumacher hoch, bis zu zehn Millionen Menschen schauten zu. Ohne Schumacher sackte die Zahl auf die Hälfte ab. Lauda sagt, RTL werde „es jetzt wieder wie früher machen: Schumania rauf und runter“.

Es wird um die Frage gehen, ob Schumacher es noch kann. Alle wollen das wissen, so wie bei Ali, bei Jordan, Armstrong und Lauda. Lauda glaubt an Schu-

macher, das sagt er, doch ein Zweifel bleibt. „Sein Erfolg hängt davon ab, welches Risiko er noch eingehen mag. Schumacher war immer einer der risikobereitesten Rennfahrer, diese positive Brutalität gehört zum Beruf. Am leichtesten tut sich der Naive, Junge, Wahnsinnige. Mit dem Alter und der Lebenserfahrung kommt die Vernunft.“ Lauda tippt an seinen Hinterkopf. „Die Schranke dahinten geht langsam runter und reduziert die Geschwindigkeit – wie sehr, das ist unbeeinflussbar.“

Lauda war fast 33, als er zurückkam und seine Schranke weit genug offen blieb, acht Jahre jünger als Schumacher heute.

Der Veranstalter

Das badische Städtchen Hockenheim hat 21 000 Einwohner, rund 150 Vereine, ein großes Freizeitbad und eine Rennstrecke. Ohne die Vereine wäre das Kulturleben ärmer, ohne das Bad die Stimmung weniger vergnügt. Aber ohne seinen Ring wäre Hockenheim am Ende. Der Ort ist von dem Motodrom abhängig wie Wolfsburg von Volkswagen.

Es finden hier viele Konzerte statt, zu Robbie Williams oder den Rolling Stones kommen fast 100 000. Außerdem werden alle möglichen Rennen veranstaltet, mit

Motorrädern, Autos, Oldtimern, Drags-tern. Etwa 15 Millionen Euro setzt die Hockenheim-Ring GmbH jährlich um. Alle zwei Jahre kommt die Formel 1 zum Großen Preis von Deutschland vorbei. Dann verdoppelt sich der Jahresumsatz.

Vor acht Jahren ist der Ring modernisiert worden, es war die Zeit, als Schumacher die WM-Titel in Serie gewann. Mehr als 60 Millionen Euro kostete der Umbau, ein Kraftakt für solch ein kleines Unternehmen. „Wir hätten ohne die Formel 1 sicher nicht in dieser Größenordnung investiert“, sagt Geschäftsführer Karl-Josef Schmidt.

Der Grand Prix zur Neueröffnung war fast ausverkauft, 117 000 saßen auf den Rängen, und Schumacher gewann. 2008, beim ersten Hockenheimer Grand Prix nach Schumachers Rücktritt, kamen nur noch 80 000 Zuschauer. Etwa 20 Millionen Euro kassierte allein Bernie Ecclestone, als Antrittsgage für das Starterfeld. Am

Beim Grand Prix wird Schmidt wie üblich die Zuschauer am Ring befragen lassen. Er will wissen, wie sie an- und abreisen, wo sie übernachten, wie lange sie bleiben, wie zufrieden sie sind mit Preis und Leistung, der Gastronomie und dem Rahmenprogramm.

Diesmal kommt eine Frage dazu: Sind Sie vor allem wegen Michael Schumacher hier?

Der Manager

Seit 20 Jahren leitet Norbert Haug den Bereich Motorsport bei Mercedes-Benz. Er fing als „Direktor“ an, inzwischen ist er „Vice President“, ohne dass sich am Wesen seines Jobs viel verändert hätte. Aber Haugs Arbeit ist bedeutender für die Daimler AG geworden, das sagt der Titel aus.

1990 betrieb der Konzern etwas verschämt seine Rennabteilung, nur zögerlich tastete er sich an die Formel 1 heran.

bach. An der Wand hängen Rennwagenbilder, in der Glasvitrine stehen prächtige Pokale, alles stammt aus der erfolgreichen Ära mit dem Team von McLaren, dessen Autos von Mercedes-Motoren angetrieben werden. Doch das berührt Haug in diesem Moment nicht. Stattdessen breitet er stolz Fotos auf dem Tisch aus. Es sind Karosserieteile zu sehen, auf die der Stern lackiert ist. Haug spricht über die Optik des neuen Silberpfeils, den Schumacher fahren wird, von einer „Dreidimensionalität mit Chromeffekt“. Seit Monaten beschäftigt er sich mit dem Design, immer wieder lässt er nachbessern. Der Stern glänzt jetzt. Bald muss er leuchten, in Zetsches Sinne.

Nie hatte Haug es geschafft, Schumacher zu Mercedes zu lotsen, erst recht nicht, als der im Ferrari von Sieg zu Sieg raste. Dann stieg Schumacher ganz aus, die Chance schien vorbei. Nun, plötzlich, nach 20 Jahren Arbeit, liegen vor Haug



Mercedes-Manager Haug, Zetsche, Ex-Rennfahrer Lauda, Schumacher-Fan Lohmer, Ferrari-Pilot Alonso: Vom Comeback des Jahrtausends ist

Ende stand ein Minus von 6 Millionen Euro. Die Ring-Gesellschaft, eine Tochter der Stadt, drohte pleitezugehen und die Gemeinde mitzureißen.

Hockenheim handelte Ecclestone für künftige Rennen herunter, Hockenheim bekam wieder Luft zum Überleben. Denn Ecclestone braucht für seinen Straßenzirkus eine deutsche Bühne.

Schmidt war zur Arbeit unterwegs, als er morgens im Autoradio die Nachricht von Schumachers Entscheidung für Mercedes hörte. Er versuchte im Büro anzurufen – vergebens, überall besetzt. Auf allen Leitungen meldeten sich Leute, die Karten bestellen und sofort zugeschickt bekommen wollten. Es war der Tag vor Heiligabend, „die Tickets sollten noch unterm Christbaum landen“, sagt Schmidt. Er meint: „Vielleicht war es ganz gut, dass Schumacher drei Jahre nicht gefahren ist. Jetzt hat er einen neuen Boom ausgelöst.“

Inzwischen hat er das Brawn-Team übernommen, es gibt wieder eine werkseigene Grand-Prix-Mannschaft, erstmals seit mehr als einem halben Jahrhundert, und das Auto heißt wie einst „Silberpfeil“.

Bei der Präsentation im Stuttgarter Werksmuseum tritt Daimler-Chef Dieter Zetsche auf, großgewachsen und mit kaiserlichem Schnauzbar, er reiht in seiner Rede einen schillernden Begriff an den anderen, Weltstars, Nationalmannschaft, Ziel Weltmeisterschaft, Nationalfarben Schwarz-Rot-Silber, Weltauswahl. Zetsche sagt: „Es geht um Markenpflege und Imagewerbung. Es geht um die Chance, den Mercedes-Stern auf einer globalen Bühne leuchten zu lassen.“ Es scheint nicht mehr bloß darum zu gehen, Autos zu verkaufen.

Zwei Wochen später steht Norbert Haug, 57, im Besprechungsraum seiner Abteilung im Gewerbegebiet von Fell-

die Puzzleteile: der Mythos Silberpfeil und die Legende Schumacher.

Doch ein Konzern braucht harte Zahlen, um Argumente zu haben; weiche Faktoren wie Image oder Faszination sickern in die Gefühlswelt von Kunden ein, aber nicht in Unternehmensbilanzen. Daimler hat im Vorjahr einen Verlust von 2,6 Milliarden Euro gemacht, den höchsten der Firmengeschichte. Die Dividende für die Aktionäre ist gestrichen, Arbeitsplätze sind gefährdet, der Betriebsrat geißelt die Formel 1 als „Abenteuer“. Und überhaupt: Sollten Ingenieure statt Rennwagen nicht besser Elektroautos entwickeln?

Also lässt Haug den „Media Impact“ auswerten, eine Fleißarbeit, die schnell Resultate liefert. Zeitungsartikel und Internetmeldungen werden zu Anzeigenpreisen gegengerechnet, Berichte in Fernsehen und Radio mit Werbespots aufgewogen. Mindestens 13,5 Millionen Euro

sei allein Schumachers Comeback-Ankündigung wert gewesen, bilanziert ein Sprecher von Haug. Insgesamt habe Mercedes' Silberpfeil-Projekt seit November einen Mediawert von über 30 Millionen erreicht. Das ist angeblich die Hälfte von Daimlers Jahresetat für die Formel 1.

„Sehr überzeugend“, sagt Haug. Er wirkt ruhig. Noch kein Rennen gefahren, aber es gibt schon Ergebnisse.

Der Fan

Es ist Donnerstag, der Abend nach Aschermittwoch, Many Lohmer rührt am Wohnzimmertisch in seinem roten Kaffeepott, auf dem Schumacher lächelt, raucht viel und sieht etwas blass aus. Er ist im Karneval oft als Sänger aufgetreten, hier in Bonn und anderswo im Rheinland. Er nennt sich „Der Jung usem Vürjebirch“, der Junge aus dem Vorgebirge. Lohmer ist 56 Jahre alt.

Eine Pause? Lohmer, ein untersetzter, robuster Mann, hat viel zu tun. Er arbei-

te dabei, aber es geht wieder aufwärts. Erste Anträge auf Neuaufnahme sind eingereicht worden, kurz nachdem Michael Schumacher bei Mercedes unterschrieben hat. „Der Mischael“, sagt Lohmer immer, nicht „Herr Schumacher“. Warum auch, „der ist ja kein Bürgermeister“.

Schumacher mag reich geworden sein und abgeschirmt in der Schweiz leben, wahrzunehmen nur noch in den Medien, trotzdem ist er für Lohmer so geblieben, wie der ihn kennengelernt hat. Ein Rennfahrer. Früher hat Lohmer abends an der Strecke Musik gemacht für die Rotkäppchen, dann kam Schumacher vorbei und hielt eine kleine Ansprache, was er sich fürs Rennen so vorgenommen habe. Damals, als er noch kein Superstar war.

Was er an Michael Schumacher bewundert, ist dessen Kompromisslosigkeit auf dem Weg zum Erfolg. Wenn Schumacher den Wagen eines Rivalen gerammt hatte, störte Lohmer das nicht. „Diese Ellenbo-

also hofft Lohmer auf den Durchbruch. Schumacher macht ja auch immer weiter.



Am Sonntag startet die Formel 1 in die Saison, und es scheint, als stünde in Bahrain eine Entladung bevor, so angespannt ist die Atmosphäre. Von der bisher spannendsten Saison schreiben die Zeitungen, vom Comeback des Jahrtausends ist die Rede, von Jagd, Stolz, Verrat und Rache.

Ferrari will das abtrünnige Idol Schumacher besiegen und schickt Ex-Weltmeister Fernando Alonso aus Spanien ins Rennen. McLaren, von Daimler zum Kundenteam herabgestuft, will beweisen, dass es den schnelleren Mercedes baut, und bildet mit den Champions der vorigen beiden Jahre, Lewis Hamilton und Jenson Button, eine Art englisches Nationalteam. Es geht gegen die Deutschen, der Klassiker. Londons Presse schreit „Schlacht“ und „Krieg“ und nennt Schumacher den „brit basher“.



die Rede, von Jagd, Stolz, Verrat und Rache

tet halbtags als Haustechniker in einem Altersheim und hilft gelegentlich als Maler aus, seinem erlernten Beruf. Außerdem spielt er zweimal wöchentlich im Musical „Die beste Kneipe der Welt“ mit, gleich morgen wieder. Als der Wirt. „Ich bin ziemlich bodenständig“, sagt Lohmer.

Schon als Lehrling ist er mit dem Moped zum nahen Nürburgring gefahren und hat dort gezeltet, es war die Zeit großer Rennfahrer aus Brasilien, Großbritannien und Österreich. Die Deutschen führen sehr lange hinterher. Als Michael Schumacher 1991 begann, die Formel 1 zu erobern, war Lohmer sofort sein Fan.

Seit langem ist er Vorsitzender des Vereins „Die Rotkäppchen“, des Ersten Internationalen Michael und Ralf Schumacher Fanclubs, gegründet 1993, derzeit 92 Mitglieder, darunter eine Frau in Malaysia. Zu besten Zeiten waren über 300 Leu-

gen braucht man“, sagt er. „Der Mischael ist siebenmaliger Weltmeister, das hätt der nie geschafft, wenn er nicht gesagt hätt: Zuerst komm ich, dann komm ich. Diese Einstellung musste haben.“

Lohmer singt sogar Lieder über Schumacher. „Wenn der Schummi Jummi jitt“ etwa, einen Stimmungsmacher aus den Neunzigern. „Rucki, zucki war das unter den Top Ten von Köln“, sagt Lohmer. Gern wäre er Deutschlands Schumi-Barde geworden. Das hat nicht geklappt.

Im Haus stehen einige Pokale, einer mit einem goldenen Mikrofon, dazu zwei „Närrische Oscars“. Lohmers Trophäen. Er erzählt, er habe gerade erst im Karneval einen Mitsing-Wettbewerb gewonnen, „haushoch, ein Doppelsieg, die Lieder auf den ersten beiden Plätzen waren von mir“. Er redet jetzt wie ein Sportler.

Sein Traum bleibt es, eines Tages als Musiker genug zum Leben zu verdienen,

Und in Deutschland? „Wir wollen alles oder nichts“, ruft Daimler-Chef Zetsche beim Genfer Autosalon, als hinge von der Formel 1 das Schicksal des Konzerns ab. Welcher Fahrer wird Schumacher am stärksten herausfordern: Sebastian Vettel, 22, der Vizeweltmeister von Red Bull Racing, oder Schumachers Teamkollege Nico Rosberg, 24? Wem werden die Sympathien gelten: Vettel, intelligent, unverkrampft und schlagfertig? Oder Rosberg, modebewusster und kosmopolitischer als die anderen, ein blonder Posterboy?

Oder wird doch Schumacher ganz vorn sein, der Altmeister, Werbebotschafter, Fitnessfreak, Weltstar? Laut Umfragen glaubt die Hälfte der Deutschen daran, dass er dieses Jahr Weltmeister werden kann.

Am Mittwoch fliegt Michael Schumacher von Genf aus in seinem Privatjet nach Bahrain. Er wird dort erwartet.

DETLEF HACKE