

VOORWOORD

Door Christian Horner

Het is onvoorstelbaar dat het al twintig jaar geleden is dat ik met Dietrich Mateschitz in gesprek was over de oprichting van dit team. En het is wel een mooi toeval dat het twintigjarig jubileum van het team volgt op het fenomenale seizoen van 2023, waarin we onze honderdste overwinning behaalden en records verbraken waarvan we dachten dat ze nooit gebroken konden worden.

Records zoals McLaren die neerzette in hun topjaar 1988 met hun fantastische coureurs Ayrton Senna en Alain Prost, die vijftien van de zestien races wonnen. Om dat te verbeteren, door in totaal 21 van de 22 races te winnen, is gewoon ongelooflijk. Deze prestatie heeft al onze verwachtingen overtroffen. Max Verstappen was de absolute uitblinker, met maar liefst negentien overwinningen. Dat hij de wereldtitel van 2023 won, was dan ook meer dan verdiend. En dankzij de tweede plaats van Sergio Pérez in het rijderskampioenschap pakte Bull Racing voor het eerst de ééntwee in het kampioenschap.

Als ik terugkijk op mijn tijd bij Red Bull Racing valt het mij op wat een opmerkelijke reis we in relatief korte tijd hebben afgelegd. In veel opzichten lijkt het alsof ik gisteren voor het eerst door de deuren van de fabriek in Milton Keynes liep, die er nu trouwens

wezenlijk anders uitzien. Maar in die twintig jaar is het team verzezen uit de as van Jaguar Racing en geworden tot het Red Bull Racing van nu. Ze zagen ons als het feestteam, die de taken misschien niet zo serieus namen als sommige van onze tegenstanders. Maar we bleven ons ontwikkelen en wonnen in 2009 onze eerste race en in 2010 het eerste kampioenschap.

Het is typerend voor de teamgeest waarop Red Bull Racing is gebouwd en waar we tot op de dag van vandaag zo veel waarde aan hechten. Alle records, alle overwinningen en alle onderscheidingen zijn een eerbetoon aan de hardwerkende mensen op de baan, achter de schermen en in de fabriek. Elk teamlid kan ongelooflijk trots zijn op de rol die ze hebben gespeeld in dit ongelooflijke succes. De toewijding aan die missie is onwankelbaar geweest, maar daarbij moesten we wel onze focus behouden, blijven geloven en nooit opgeven. En die houding sijpelt door van bovenaf.

Want als mensen twijfel of onzekerheid zien bij de leidinggevenden kan dat besmettelijk werken in een team of bedrijf. Leiderschap tonen, het teamgevoel bewaken, nooit bang zijn voor een uitdaging of een eigenwijze outsider aannemen die het establishment durft uit te dagen – dat zijn allemaal kernwaarden binnen ons team, die zijn geïnstalleerd door onze oprichter Dietrich Mateschitz. Zonder Dietrich was dit allemaal niet mogelijk geweest. Zijn visie was de aanleiding voor dit team en zijn geloof in ons heeft ons erdoorheen gesleept. Het is met enorm respect en dankbaarheid dat wij die fakkel hooghouden.

Dietrich genoot en was trots op wat we deden. Als dochteronderneming van een drankjesfabrikant, zoals we ooit door een tegenstander werden bestempeld, nemen we het op tegen rivaliserende teams. We hebben laten zien wat mogelijk is als je over de juiste mensen, de juiste mentaliteit, de juiste cultuur en de juiste houding beschikt. Dietrich heeft dit team zoveel gegeven en zijn geest is verweven in wie we zijn. Vanaf 2026 zullen we zijn initialen op de motoren van onze auto's zetten. De eerste zal de DMor

zijn, de volgende DMo2 enzovoort, wat betekent dat Dietrich altijd het hart van onze auto's zal zijn.

In onze redelijk korte geschiedenis hebben we een reeks ongelooflijke hoogtepunten gehad en wat periodes waarin we niet zo succesvol waren. Maar we zijn onze ambitie nooit verloren. We herpakken onszelf altijd en hebben vanaf dat moment tot op de dag van vandaag ons doel nooit uit het oog verloren: terugkeren naar de top.

Dat heeft zich in de loop van onze geschiedenis in verschillende vormen gemanifesteerd. In 2021, in de laatste ronde, tijdens de laatste race van het seizoen in Abu Dhabi, was het enorm indrukwekkend om Max, tegen de verwachtingen in, zijn eerste wereldtitel te zien winnen. Het was de meest intense strijd in de geschiedenis van de F1. Een andere mijlpaal, die overigens ook in Abu Dhabi plaatsvond, was toen Sebastian in 2010 de titel won. Dat was de eerste kampioenstitel van het team en opnieuw werd deze met zo veel drama en tegen alle verwachtingen in gewonnen in de laatste race van het seizoen. Nog zo'n onvergetelijk moment.

Ik ben er bij alle races geweest – alle overwinningen en alle verliezen – en ik geniet nog net zoveel van elke race als in het begin. De Formule 1 was altijd mijn doel en ambitie; ik ben altijd vastbesloten geweest om er een succes van te maken. Door ervaring leer je hoe je met sommige emoties moet omgaan, je wordt volwassen, maar de opwindende van het racen, de passie en de drang om te winnen, verveelt nooit. Het voelt nog precies hetzelfde als twintig jaar geleden.

Ik ben ervan overtuigd dat we, als we later terugkijken op wat we in al die jaren bereikt hebben, allemaal zullen zeggen: 'Dat was heel veel in een vrij korte tijd,' zeker als je naar de statistieken kijkt en ziet waar we staan tussen de grote namen en teams in deze sport. Dat is iets waar iedereen heel trots op mag zijn.

Maar wat écht spannend is, is wat de toekomst ons gaat brengen. De nieuwe motorreglementen van 2026 zorgen voor een gi-

gantische klus. Achter de schermen zijn we met Red Bull Powertrains en onze partner Ford dan ook druk bezig om ons hier goed op voor te bereiden.

Red Bull Racing blijft zijn vleugels uitslaan en ik weet zeker dat Dietrich, waar hij ook is, met een glimlach neerkijkt op wat we samen hebben bereikt. Didi, bedankt.

1. 'NO RISK, NO FUN'

- 2004 -

Christian Horner, de teambaas van Red Bull Racing, zit aan een tafel op de bovenste verdieping van het Holzhaus – het grootste *motorhome* in de Formule 1-paddock. Hij is omringd door journalisten, die hun dictafoons op tafel hebben gelegd in afwachting van wat Horner te vertellen heeft. Zijn coureur Max Verstappen heeft zojuist de Grand Prix van Oostenrijk 2023 gewonnen.

Buiten is op een strook gras een tweemotorige helikopter geland die wordt volgeladen met vips die de Red Bull Ring snel willen verlaten. Het geluid van de motoren zwelt aan terwijl de piloot gas geeft voor vertrek, waardoor het bijna onmogelijk is om het antwoord van Horner te verstaan. Als de heli eenmaal is vertrokken en de rust is weergekeerd, is er één duidelijk hoorbare opmerking die perfect de mentaliteit van Red Bull Racing samenvat.

'*No risk, no fun,*' antwoordt hij op de vraag waarom het team de gok waagde door Verstappen in de voorlaatste ronde binnen te halen voor een pitstop, terwijl hij een ruime voorsprong had. Verstappen lag bijna 25 seconden voor op Charles Leclerc en de tijd die verloren gaat bij het maken van een pitstop is ongeveer 20 seconden, waarbij een mogelijke fout van de pitcrew niet meegeteld is. Op nieuwe banden kon Verstappen echter de snelste

raceronde neerzetten, wat hem een bonuspunt opleverde. Uiteindelijk finishte hij nog steeds met iets meer dan vijf seconden voorsprong op Leclerc.

‘Een indrukwekkend weekend van Max,’ zei Horner, ‘en de eerste keer dat we hier rijden [op de Red Bull Ring in Oostenrijk] sinds het overlijden van Dietrich Mateschitz. Het was tekenend omdat het voelde als een geweldige teamprestatie. We besloten in die laatste ronde voor de snelste rondetijd te gaan, ondanks het risico dat een pitstop met zich meebrengt. In mijn achterhoofd zat Dietrich’s mantra “no risk, no fun”.’ Als één opmerking perfect de mentaliteit van Red Bull Racing samenvat, dan is het deze wel.

Formule 1-teams beginnen zelden vanaf nul; ze evolueren gewoon. Het personeel, de fabrieken, de apparatuur en de auto’s blijven allemaal op hun plek. Het is een eigenaarschap dat verandert. Maar er was iets bijzonders aan de deal waarbij Red Bull-oprichter Dietrich Mateschitz op 15 november 2004 het noodlijdende Jaguar-team kocht. Het energiedrankjesbedrijf van de Oostenrijkse miljardair beloofde een frisse wind te laten waaien door een sport die tot dan toe gedomineerd werd door de auto-, olie- en tabaksfabrikanten.

Red Bull was een opwindend merk, niet te vergelijken met het traditionele eigendomsmodel voor F1: teams werden doorgaans gefinancierd door een fabrikant of ondersteund door een substantiële groep sponsors. Red Bull had geen van beide.

Dietrich Mateschitz werd geboren op 20 mei 1944 in Sankt Marein im Mürtal, een gemeente in Stiermarken, Oostenrijk. Zijn moeder kwam uit de regio en de familie van zijn vader is uit Maribor (dat nu in Slovenië ligt) afkomstig. Zijn beide ouders werkten als leraar en hij studeerde aan de Weense Universiteit voor Economie en Bedrijfskunde, waar hij in 1972 afstudeerde met een marketingdiploma. Zijn eerste baan was bij Unilever, waar hij wasmiddelen op de markt bracht. Vervolgens stapte hij over naar het Duitse cosmeticabedrijf Blendax, dat nu eigendom

is van Procter & Gamble, een Amerikaanse multinational voor consumptiegoederen.

Een van de producten waar Mateschitz mee werkte was tandpasta. Met dit product kwam hij in Azië, waar hij een drankje ontdekte met de naam Krating Daeng, waarvan de lokale bevolking zei dat het een verkwikkende werking had. ‘Hij ontdekte het brouwsel doordat het op de markt werd gebracht door een bedrijf dat ook een samenwerking had met zijn tandpastamerk. Na het proeven van Krating Daeng realiseerde Mateschitz zich dat dit hielp met zijn jetlag en raakte hij geïntrigeerd,’ aldus journalist David Tremayne, die voor F1.com schrijft.

Krating Daeng, populair onder de Thaise arbeiders, werd in de jaren zeventig opgericht door Chaleo Yoovidhya, eigenaar van T.C. Pharmaceutical. Yoovidhya werd geboren in een arme Thais-Chinese familie, maar kreeg succes nadat hij zijn eigen farmaceutische bedrijf had opgezet. Mateschitz zag het succespotentieel van het product op de westerse markt en sloot een deal met Yoovidhya, waarbij elk van hen 470.000 euro investeerde in ruil voor een aandeel van 49 procent in de onderneming. De overige 2 procent ging naar de zoon van Yoovidhya, zodat de familie de controle behield, terwijl Mateschitz de leiding had over de onderneming.

Het nieuwe bedrijf werd in 1984 opgericht waarbij ‘Krating Daeng’ naar het Engels werd vertaald als ‘Red Bull’. Mateschitz werkte drie jaar aan de ontwikkeling van het drankje om het geschikt te maken voor de Europese smaak, waarna het in 1987 in Oostenrijk werd gelanceerd. Hij linkte het imago van Red Bull met extreme sports en concentreerde zich op de fysieke en mentale voordelen van de drank. Hij voegde er later de slogan ‘Red Bull geeft je vleugels’ aan toe. Het product werd voornamelijk in Oostenrijkse skigebieden verkocht en als premium merk op de markt gebracht, in tegenstelling tot het originele Krating Daeng, dat goedkoop bleef en geproduceerd werd in Bangkok. Later werd Red Bull in heel Europa verkocht, waar het in nachtclubs populair

werd als mixer voor alcoholische dranken.

Velen denken dat Red Bulls associatie met de autosport ontstond toen Mateschitz in 2005 Jaguar kocht, maar in werkelijkheid begon het in 1989. Hoewel het merk Red Bull nog in de kinderschoenen stond, sloot Mateschitz een sponsorovereenkomst met landgenoot Gerhard

Berger, de F1-coureur die toen voor Ferrari reed.

Berger paste perfect bij Red Bull. Ultracompetitief, maar met een relaxte instelling en veel charisma, deed Berger denken aan de vervlogen tijden van het Grand Prix-racen. Iemand die de snelle wereld van de F1 niet al te serieus nam en, heel belangrijk, wel hield van een geintje. Hij vulde een keer een slaapkamer die werd gebruikt door zijn teamgenoot, Ayrton Senna, met levende kikkers. Ook gooide hij ooit halverwege een vlucht de koffer van de Braziliaan uit een helikopter. De deal met hem bleek achteraf een mijlpaal te zijn: Berger werd de eerste door Red Bull gesponsorde coureur in hun atletenprogramma, dat zich nu uitstrekt tot een indrukwekkende selectie van ongeveer 7000 deelnemers in meerdere sporten en disciplines.

De deal van Berger werd bemiddeld door een andere Oostenrijker, met wie Mateschitz een cruciaal partnerschap vormde dat de rest van zijn betrokkenheid bij de autosport overeind zou blijven: Helmut Marko. Marko zou de rechterhand van Mateschitz worden voor zijn autosportbedrijf, optreden als adviseur van de Formule 1-teams van Red Bull GmbH en was de baas van het Red Bull talentenprogramma voor coureurs.

Marko, geboren in Graz, maakte begin jaren zeventig deel uit van de hechte Oostenrijkse racescene. (Hij was bevriend met Jochen Rindt, die tijdens de training voor de Italiaanse Grand Prix in 1970 om het leven kwam en zodoende de enige coureur werd die postuum het Formule 1-wereldkampioenschap voor coureurs won.) Marko racete zelf ook en nam deel aan tien grands prix in 1971 en 1972, hoewel hij geen punt scoorde. Hij had meer succes in

langeafstands races en won in 1971 de 24 uur van Le Mans met een Martini Porsche 917K. Zijn racecarrière eindigde echter voortijdig in 1972 tijdens de Franse Grand Prix in Clermont-Ferrand, toen een steen vanuit de March van Ronnie Peterson omhoog schoot en Marko's vizier doorboorde, waardoor zijn linkeroog permanent beschadigd raakte. Omdat zijn carrière als coureur voorbij was, richtte Marko zich aanvankelijk op het managen van coureurs tot hij in 1989 zijn eigen raceteam oprichtte – RSR Marko – en deelnam aan het FIA Formule 3000-kampioenschap (nu Formule 2), de opstapklasse voor de F1.

Marko was de manager van Gerhard Berger toen hij de Red Bull-sponsorovereenkomst met Mateschitz sloot. Tien jaar later, in 1999, stemde Mateschitz ermee in om RSR Marko te sponsoren, dat op zijn beurt zou worden omgedoopt tot het Red Bull Junior Team. In een interview met Richard Williams van *The Observer* in november 2010 benadrukte Marko het belang van de Oostenrijkse connectie in zijn relatie met Mateschitz: 'Ik kom uit Graz in Stiermarken en hij komt uit Mürtztal, 60 of 70 km verderop. Hij was altijd al gek op autosport. Toen we elkaar voor het eerst ontmoetten, had hij geen budget om ergens in te investeren, maar Red Bull werd groter en groter en het leek vanzelfsprekend om samen te gaan werken.'

Tussen deze twee deals waarbij Marko betrokken was, had Mateschitz nog een ander – iets minder succesvol – uitstapje naar de F1 in 1995, toen hij met Red Bull een samenwerking aanging met Sauber en een belang kocht in het F1-team. In ruil daarvoor was het Red Bull-logo prominent aanwezig op de overalls van de coureurs.

Sauber is een autosport-engineeringbedrijf uit het nabijgelegen Zwitserland dat in het verleden talloze raceteams in verschillende disciplines runde. De komst van Kimi Räikkönen naar Sauber in 2001 is misschien wel het belangrijkste moment in de samenwerking van Red Bull met de renstal. De Fin maakte geen deel uit

van het Red Bull Junior Team. Red Bull hoopte dus dat Sauber de door Red Bull gesponsorde protegé, de Braziliaanse Enrique Bernoldi, zou aanstellen. Sauber koos echter voor Räikkönen. Bernoldi kwam terecht bij het zwakkere Arrows, een Brits team dat tussen 1978 en 2002 deelnam aan 394 races zonder ook maar één overwinning. De Fin, die later in 2007 met Ferrari de F1-titel zou winnen, hielp Sauber met het veroveren van de vierde plaats in het constructeurskampioenschap van 2001, de ranglijst waar de prestaties van de tien F1-teams in worden bijgehouden. De beslissing van Sauber om hem te verkiezen boven Bernoldi werd daarmee gerechtvaardigd, maar voor Red Bull was het een breekpunt in hun relatie, wat leidde tot de verkoop van hun aandeel in het team aan Credit Suisse in 2002.

In 2004 begon er een nieuw hoofdstuk voor Mateschitz, waarmee hij de sport voorgoed zou veranderen.

De kans voor Mateschitz om weer in de Formule 1 te stappen was ontstaan dankzij Fords problemen om van het team, hun dochteronderneming Jaguar, een succes te maken. Door tegenvallende handelsresultaten, waardoor Ford minder kon investeren in het project, en het groeiende besef dat het jarenlange investeringen zou vergen voordat het team structureel zou winnen, kon de autogigant zich de Formule 1 niet langer veroorloven. Simpel gezegd maakte men zich zorgen over de grote schulden die een failliet F1-team op de boeken van Ford Motor Company zou achterlaten. Het team werd in september 2004 publiekelijk te koop aangeboden.

‘Ford heeft besloten dat het voor geen van zijn merken meer een overtuigende business case kan maken om deel te nemen in de F1,’ zei Jaguar-voorzitter Joe Greenwell destijds. ‘Nu we deze beslissing hebben genomen, is onze focus verschoven naar het veiligstellen van de beste toekomst voor onze F1-bedrijven en die van onze werknemers in deze bedrijven. Jaguars aanwezigheid in de F1 is een waardevol marketing- en merkbewustzijnsplatform ge-

weest, vooral buiten onze belangrijkste afzetmarkten van de VS en het Verenigd Koninkrijk. Wij waren echter gezamenlijk van mening dat het tijd is dat Jaguar Cars zich 100 procent op onze kernactiviteiten concentreert.’

De deadline van 15 november was de laatste dag waarop de verkoop kon worden afgerond, daarna zou een nieuwe koper niet meer mogen deelnemen aan het Formule 1-kampioenschap van 2005. De tijdsspanne was dusdanig strikt dat als er geen nieuwe koper gevonden zou worden, er besloten was dat enkele bestaande teams tegen extra kosten een derde auto mochten inzetten om de *grid* te vullen.

Jaguar stond in 2000 voor het eerst op de grid, een jaar nadat moederbedrijf Ford het Stewart-team kocht, opgericht door de drievoudig wereldkampioen Sir Jackie Stewart, en het team naar het luxe automerk vernoemde. Ondanks aanzienlijke investeringen won Jaguar geen enkele race en eindigde het in 2004 op de zevende plaats in het constructeurskampioenschap met slechts tien punten. In hun totaal van 85 races scoorde Jaguar slechts 49 punten, waarbij twee derde plaatsen in Monaco (2001) en Italië (2002) hun beste resultaten ooit waren.

‘Het was niet echt een schok voor mij,’ zei F1-supremo Bernie Ecclestone in een BBC News-artikel dat uitkwam op de dag van de verkoop van Ford. ‘Ze konden het zich niet veroorloven om achteraan op de grid te staan, met teams als Jordan.’

De opmerkingen van Ecclestone werden bevestigd door Fords vicepresident Richard Parry-Jones, die de sport ervan beschuldigde het prijzengeld niet gelijkmatig over alle teams te verdelen. ‘De huidige structuur van de F1 moedigt kleinere deelnemers niet aan om een investering te doen. Het terugtrekken van Jaguar zal de noodzaak tot verandering benadrukken,’ aldus Parry-Jones.

Slechts enkele uren voor de sluitingsdeadline werd Red Bulls aankoop van Jaguar Racing officieel aangekondigd. In de persberichten over de deal, die op het nippertje werd gesloten, ontbraken