

Formel 1 feiert mit Moët & Chandon die Rückkehr zur Tradition!

Die Formel 1 kehrt zur Traditionsmarke Moët & Chandon zurück, feierlich angekündigt im Rahmen des 75-jährigen Jubiläums.

Formel 1, Monaco - Die Formel 1 hat ihren langjährigen Partner Ferrari hinter sich gelassen und kehrt zu einer der bekanntesten Marken der Welt zurück: Moët & Chandon. Diese überraschende Entscheidung wurde am 5. Februar bekannt gegeben und stellt einen bedeutenden Wechsel in der Geschichte der Rennserie dar. Ferrari war seit 2021 als exklusive Schaumwein-Marke bei den Podiumszerehn tätig, doch nun wird Moët & Chandon wieder offiziell als Champagner der Formel 1 eingesetzt.

Die Rückkehr der renommierten Marke erfolgt im Rahmen eines Abkommens mit dem Luxusunternehmen LVMH. Stefano Domenicali, der Präsident und CEO der Formel 1, hob die Bedeutung dieser Podiumstradition hervor und bezeichnete den Moment des Toastens auf dem Podium als ikonische Veranstaltung im Sport. Moët & Chandon wird verehrt als ein Symbol für die Verbindung von Leistung und Raffinesse.

Feierlichkeiten zum 75-jährigen Jubiläum

2023 ist ein herausragendes Jahr für die Formel 1, da sie ihr 75-jähriges Bestehen feiert. Vor diesem Hintergrund sagte Sibylle Scherer, CEO von Moët & Chandon, dass die Rückkehr als offizielle Champagnermarke eine Hommage an die Einheit und die Errungenschaften im Motorsport darstellt. Die Partnerschaft

wird als Feier vergangener Erfolge zwischen Moët & Chandon und der Formel 1 beschrieben, die bis in die 1950er Jahre zurückreicht.

Moët & Chandon betont in diesem Jubiläumsjahr die Bedeutung von Teamarbeit, Präzision und dem Streben nach Exzellenz, Werte, die sowohl im Motorsport als auch in der Handwerkskunst von Bedeutung sind. Stefano Domenicali fügte hinzu, dass die Rückkehr die innovative Partnerschaft mit LVMH stärken wird, was auf die enge Verbindung zwischen der Marke und der Formel 1 hindeutet.

Sponsoren und ihre Geschichte

Die Formel 1 ist für ihre legendären Sponsoren und deren Einfluss auf das Image der Rennserie bekannt. Seit den 1960er Jahren haben Sponsoren wie Lotus, Marlboro und Red Bull nicht nur das äußere Erscheinungsbild der Autos geprägt, sondern auch zur Entwicklung der Markenidentität beigetragen. Besonders bemerkenswert ist der Lotus 99T, bekannt durch Ayrton Senna, und der McLaren MP4/4, der als eines der erfolgreichsten Autos in der Geschichte gilt.

Dass Ferrari und Marlboro zeitweise Kooperationspartner waren, erhöhte zusätzlich den Wiedererkennungswert beider Marken. Der Wechsel von Ferrari zu Moët & Chandon könnte auch einen neuen Weg für die Vermarktung im Sport darstellen, in einer Zeit, in der Technologie- und Energieunternehmen als die Hauptsponsoren auftreten.

Weitere bedeutende Sponsoren der heutigen Zeit umfassen Aramco für Aston Martin und Petronas für Mercedes. Die Rückkehr von Moët & Chandon als offizieller Champagner ist somit nicht nur ein Wechsel in der Markenstrategie, sondern auch eine Rückbesinnung auf traditionsreiche Werte innerhalb der Formel 1.

Für die kommenden Saisons bleibt abzuwarten, wie sich diese

neue Partnerschaft entfalten wird und welche Impulse sie für den Motorsport insgesamt setzen kann.

derwesten.de | formula1.com | motorsport.com

Details	
Vorfall	Sonstiges
Ort	Formel 1, Monaco
Quellen	• www.derwesten.de • www.formula1.com • de.motorsport.com

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de