Motorsport

Hinter den Kulissen der Formel E: So bereitet das Team CUPRA KIRO seine Strategie vor

- > Die Rennplanung beginnt bereits drei Wochen vor dem Event
- > Sie stützt sich auf historische Daten und auf Ergebnisse aus dem Simulator
- > Die Rückmeldungen der Fahrer sind entscheidend für ein starkes Ergebnis

PRENSA PREMSA NEWS PRESSE STAMPA

Martorell/Weiterstadt, 3. Juli 2026 – Wenn die Startampel erlischt, beginnt das Rennen. Doch schon lange vor diesem besonderen Augenblick werden die Weichen gestellt. Hinter jedem Ergebnis steht ein Team, das unermüdlich daran arbeitet, jede Millisekunde optimal zu nutzen und um den Sieg zu kämpfen. CUPRA KIRO bildet da keine Ausnahme: Die leitenden Ingenieure David Crespo und Ignacio Llanso öffnen die Türen zur Box, um zu zeigen, wie eine Rennstrategie in der Formel E entwickelt wird.

Planung für jedes Szenario

Die Rennstrategie beginnt bereits vor der Saison mithilfe von Simulationen und wird 21 Tage vor jedem Rennen verfeinert, wenn der Motorsport-Dachverband FIA die technischen Daten der Rennstrecke bereitstellt – darunter auch Informationen zur Funktionsweise des „Attack Mode“, eines obligatorischen, vorübergehenden Leistungsschubs, der in einem bestimmten Streckenabschnitt aktiviert werden kann und für Überholmanöver entscheidend ist.

Das Team kombiniert Simulationen und historische Daten, um verschiedene Szenarien zu antizipieren: **„Wir analysieren Rennen aus der Vergangenheit, die ähnliche Merkmale aufweisen wie das bevorstehende. Wir gliedern sie in verschiedene KPIs und Statistiken auf, um vorherzusagen, was passieren wird, und treffen auf dieser Grundlage Entscheidungen“**, erklärt David Crespo, Strategieingenieur bei CUPRA KIRO.

Das Hauptziel besteht darin, das Energiemanagement in Echtzeit zu optimieren und zu bestimmen, wann Batterie gespart, Gas gegeben oder überholt werden soll, ohne den Endverbrauch zu beeinträchtigen. Crespo merkt aber auch an, dass sie „zu viele“ Szenarien in Betracht ziehen und in der Regel „ein Dokument von zehn bis zwanzig Seiten mit Optionen erstellen, um jede Situation innerhalb eines einzelnen Rennens abzudecken“.

Daten in Echtzeit auswerten

Während des Rennwochenendes passen die Ingenieure den Plan auf Grundlage der Qualifikationsergebnisse an und verfolgen das Geschehen in Echtzeit aus der Box heraus. Dabei behalten sie wichtige Daten im Blick: „Wir beobachten hauptsächlich die Rundenzeiten oder die Abstände zwischen den Fahrern, erhalten aber auch Energiedaten. Das sind zwei der Kennzahlen, die uns vor dem Rennen nicht vorliegen und die darüber entscheiden, wann der Angriffsmodus aktiviert wird, wann ein Boxenstopp eingelegt wird und welche anderen wichtigen Entscheidungen wir auf der Strecke treffen müssen“, erklärt Ignacio Llanso, Strategieingenieur bei CUPRA KIRO.

Unterstützt wird diese Analyse durch die Mission Control in Silverstone, die zusätzliche Echtzeitdaten – wie Wetterbedingungen und die Strategien der Konkurrenten – verarbeitet und dabei sogar die Funkkommunikation der Konkurrenten mithört, „um zu verstehen, was andere Teams tun, und entsprechend zu reagieren“, fügt Crespo hinzu. Das alles hat ein einziges Ziel: die maximale Leistung des Autos sicherzustellen und schnell auf unerwartete Situationen auf der Strecke reagieren zu können.

Nahtlose Kommunikation

Zur Rennstrategie gehört auch eine reibungslose Kommunikation mit den Fahrern, da sie diejenigen sind, die den Plan umsetzen: „Wir haben die Ergebnisse der Simulationen, die historischen Daten und alles andere, aber das Feedback der Fahrer wiegt schwerer als all das. Sie sind es, die während des Rennens die Leistung erbringen, weshalb wir darauf angewiesen sind, dass sie auf derselben Wellenlänge sind wie wir. Wir verlassen uns stark auf ihre Wahrnehmung“, erläutert Llanso.

PRENSA PREMSA NEWS PRESSE STAMPA

Dieser Austausch, der im Simulator beginnt und sich während des gesamten Rennens fortsetzt, wird von den Renningenieuren gesteuert. Sie geben wichtige Anweisungen an die Fahrer weiter. „Es geht darum, Rennszenarien zu kommunizieren: ob wir Positionen gewinnen wollen, Energie sparen wollen, wann der Angriffsmodus aktiviert werden soll und solche Dinge“, fügt Llanso hinzu.

Wie Crespo betont, müssen die Informationen sorgfältig abgewogen werden: „Man muss darauf achten, den Fahrer nicht zu überfordern. Daher müssen wir sehr gut steuern, welche Informationen wir weitergeben. Es gibt jedoch Aspekte, die sie einfach nicht sehen können, und diese müssen wir ihnen auf jeden Fall mitteilen; sonst können sie nicht reagieren.“

Letztendlich hängt die Leistung des Teams nicht nur davon ab, was auf der Rennstrecke passiert, sondern auch von gründlicher Vorbereitung, Datenerfassung und enger Abstimmung zwischen Ingenieur*innen und Fahrern, um eine auf jedes Rennen optimal zugeschnittene Strategie zu entwickeln.

Change needs drivers – und CUPRA glaubt, dass echter Fortschritt durch radikales Umdenken entsteht, indem Erwartungen gebrochen und Konventionen infrage gestellt werden. Seit ihrem Launch im Jahr 2018 hat die Marke die Automobilbranche als kreativer Impulsgeber und als Vorreiter in ihrer Transformation verändert.

In nur sieben Jahren hat CUPRA sieben Modelle auf den Markt gebracht und weltweit über eine Million Fahrzeuge verkauft. Jedes CUPRA Modell ist ausdrucksstark, designorientiert und auf Performance ausgerichtet. Das vollwertige Portfolio umfasst den CUPRA Ateca, das erste Fahrzeug der Marke; den CUPRA Leon, der als eigenständiges CUPRA Modell überarbeitet und weiterentwickelt wurde; den CUPRA Formentor, das erste exklusiv von der Marke entwickelte Fahrzeug und aktueller Bestseller des Unternehmens; den CUPRA Born, das erste vollelektrische Fahrzeug der Marke; den CUPRA Tavascan, ein vollelektrisches SUV-Coupé; und den CUPRA Terramar, den sportlichen SUV der Challenger-Brand. Im Jahr 2026 wird der CUPRA Raval, die radikale Interpretation eines vollelektrischen Stadtautos, die Modellpalette ergänzen.

CUPRA ist mehr als eine Automarke. Es ist eine Überzeugung. Der CUPRA Tribe besteht aus einem Team von Botschafter*innen, die mit Konventionen brechen und die Grenzen überschreiten, die andere zurückhalten. Zu den Mitgliedern gehören der Filmregisseur J. A. Bayona, der deutsche Fußballtorwart Marc ter Stegen sowie die zweifache Ballon-d'Or-Siegerin und FIFA-Weltfußballerin Alexia Putellas. In Deutschland sind unter anderem der Unternehmer Daniel Abt sowie die Schauspieler Ken Duken, David Kross und Vladimir Burlakov Members of the CUPRA Tribe. CUPRA ist auch offizieller Automobil- und Mobilitätspartner des FC Barcelona und stolz darauf, mit Kiro Race Co am Formel-E-Rennwettbewerb teilzunehmen.

www.cupraofficial.de

CUPRA SEAT Pressekontakt

Melanie Stöckl
Leiterin Kommunikation
T/ +49 151 14 72 66 03
melanie.stoeckl@cupra-seat.de

Sabine Friebe
Sprecherin Produkt, Events und Lifestyle
T/ +49 151 14 72 66 05
sabine.friebe@cupra-seat.de

PRENSA PREMSA NEWS PRESSE STAMPA