

Sport-Welt-Interview mit Gerhard Schöningh – Klartext zu vielen aktuellen Problemfeldern des deutschen Rennsports

Investieren auch durch zahlreiche Einsparungen

HOPPEGARTEN > Gerhard Schöningh ist der Eigentümer der Rennbahn in Hoppegarten und seit diesem Jahr auch im Präsidium des Direktoriums für Vollblutzucht und Rennen vertreten. Sprich, er ist einer der wichtigsten Macher dieses Sports. Im Interview mit der Sport-Welt, das Patrick Bücheler schriftlich mit ihm geführt hat, nimmt Schöningh kein Blatt vor den Mund und legt den Finger auch in offene Wunden.

Es sind für die Saison 2019 einige Fördermaßnahmen verkündet worden, die aus verschiedenen Töpfen gespeist werden. Welche sind das und wie beurteilen Sie diese?

Gerhard Schöningh: Die Summe der Fördermaßnahmen in 2019 beträgt ca. 3 Millionen Euro. Bezahlt werden sie von der Besitzervereinigung, dem DVR, von German Tote, der BGG und dem Zuchtfonds. Die großen Posten sind die Stützung der Gruppe- und Listenrennen mit 1,133 Millionen Euro, die Förderung der Wochenrenntage mit 763.000 Euro, die Förderung der Ausgleiche I bis III mit 498.000 Euro sowie die Sonderstützung Baden-Baden mit 450.000 Euro. Neu in 2019 sind drei Positionen: Erstens die Sonderförderung 2019 für die Gruppe-Veranstalter in Höhe von 563.550 Euro, mit der wir sicherstellen konnten, dass alle Gruppenrennen mit unveränderten Mindestdotierungen durchgeführt werden können. Die Finanzierungssituation ist bei diesen Rennen dramatisch – sie lassen sich mit Sponsoren, Wetterträgern und Nenngeldern im Moment nicht finanzieren. Dies kann nur eine einmalige Notlösung sein und ich begrüße sehr, dass das Präsidium einstimmig beschlossen hat, bis zum 30. Juni 2019 ein Konzept zur nachhaltigen und dauerhaften Durchführung der Gruppenrennen zu erstellen.

Zweitens haben German Tote und die BGG ein neues Förderprogramm von 763.000 Euro aufgelegt, um die verringerte Anzahl von Rennen, die sich über die Lizenzgebühren der von der PMU finanzierten Rennen finanzieren, weitgehend zu kompensieren. Bei den Sandbahnrennen können wir Rückgänge bei der Anzahl der Rennen (-22%) und den Rennpreisen (-36%) durch die Förderung leider nicht kompensieren, bei den Grasbahnrennen bin ich optimistisch, dass wir mit Nachbesserungen der Vereine eine leichte Steigerung bei den Rennpreisen und der Anzahl der Rennen hinbekommen und das Förderprogramm voll ausschöpfen werden. Drittens ist die Sonderförderung Baden-Baden neu. Die Rennen sind das Flaggschiff des Sports und es war die Auffassung des Präsidiums, die wichtigen Meetings unverändert zu erhalten. Das Ziel muss es sein und ist es auch, eine privatwirtschaftliche Lösung zu finden.

Zusätzlich gibt es noch eine Garantie für mögliche Mindereinnahmen der Rennverein aus der Senkung der Abzüge auf Sieg und Platz, diese wird aber nicht in voller Höhe in Anspruch genommen werden. Bis Ende der Wintersaison sind die Sieg- und Platzumsätze pro Rennen um 67% gestiegen, man muss das aber um die Steigerung der anderen Wettarten von 34% bereinigen, dann sind es immer noch 24%. Das ist eine gute investive Maßnahme.

Insgesamt ist es leider so, dass wir deutlich über unsere Verhältnisse leben, wir konsumieren zu viel. Um die Grundlagen für nachhaltiges Wachstum zu legen, müssen wir investieren. Die notwendigen Mittel dazu werden auch durch Einsparungen kommen müssen.



Gerhard Schöningh
Foto: imago

Die Beiträge der PMU galten lange als Wackelnummer, die Umgestaltung des deutschen Angebots in Frankreich hat hierzulande einige Bauchschmerzen bereitet. Was genau konnte konkret erreicht werden in den Verhandlungen, die Sie in Frankreich geführt haben?

Die PMU und France Galop befinden sich in einer harten Restrukturierung mit Rennpreis- und Prämienkürzungen. Man will das Wettangebot straffen und die besten französischen Meetings in den Vordergrund stellen. Im ersten Aufschlag wollte man die Anzahl der PMU-Rennen um fast 50% kürzen. Als wir klargemacht haben, dass die PMU-Rennen in 2017 immerhin 31% der deutschen Rennen und 17% unserer Rennpreise darstellen, hat man das schon sehr ernstgenommen. Die Anzahl der Rennen wurde deutlich nachgebessert. Darüber hinaus gibt German Tote einen Beitrag von 300.000 in die Wochentagsförderung, dies bezahlt zu 51% der Gesellschafter PMU. Die Stimmung in

Frankreich ist „France first“ und es wurde uns klar signalisiert, dass der deutsche Rennsport seine Strukturprobleme selber lösen muss. Trotzdem bleibt die PMU ein sehr wichtiger Partner. Kein anderer Partner bietet dem deutschen Rennsport vergleichbare Möglichkeiten – den Exklusivvertrieb eines international hoch attraktiven Wettprodukts und sehr hohe Lizenzgebühren aus den Übertragungen deutscher Rennen. Was das Know-how bei der Vermarktung von Rennbahnen oder auch Wetten angeht, kann man in England oder Australien sicher noch mehr lernen.

Sie sind seit einigen Monaten auch Mitglied des Präsidiums im Galopper-Dachverband. Mit welcher Intention haben Sie diesen Posten angetreten?

Es hat sich niemand um diesen Posten gerissen, ich ebenfalls nicht. Die Rennbahn Hoppegarten ist für mich ein wichtiges Projekt, zeitlich, emotional und finanziell. Daher liegt mir

viel daran, dass wir eine gute Zukunft für die Rennbahnen und alle Akteure des Sports – Besitzer, Züchter, Aktive, Pferde, Fans, Medien und Unternehmenspartner – gemeinsam gestalten. Daher habe ich mich zur

Wahl gestellt.

Was ist die Baustelle schlechthin, die es für den Rennsport in den kommenden Jahren zu beackern gilt?

Wir müssen in allen Bereichen Wachstum generieren, wir brauchen mehr Menschen, die sich für unseren Sport interessieren, vor allem Jüngere, d.h. mehr Fans, mehr Wetter, mehr Besitzer, mehr Züchter. Das Züchten und Besitzen von Rennpferden als exklusives Hobby von Adligen oder Industriellen kann nicht mehr das Rückgrat sein, wir müssen das Halten von Rennpferden demokratisieren. Sich über einen Sieg zu freuen macht mit Mehreren mehr Freude, Niederlagen sind leichter zu verkraften, genauso wie die Kosten. Und wir erzielen auch gute Reichweiteneffekte, wenn Kinder, Freunde und Bekannte mit auf die Bahn kommen, um „ihr“ Pferd laufen zu sehen. Australien macht das gut vor. Auch im Mutterland des Sports ist es kein Selbstläufer, die Bahnen voll zu bekommen. Die Social Media Strategie des Jockey Club, Betreiber von 15 Rennbahnen, zielt wesentlich darauf, junge Fans zu generieren, die noch nie auf einer Rennbahn waren und nicht wissen, was sie dort erwartet – die Aufgabenstellung ist nicht anders als bei uns. Volle Rennbahnen bringen eine tolle Stimmung, gute wirtschaftliche Ergebnisse, beweisen den Medien die Relevanz des Sports und erleichtern die Begründung von Partnerschaften.

All das kostet Geld und die Frage ist: Woher soll das kommen? Von den Millionen aus dem RaceBets-Verkauf sind Ende 2019 nur noch gut vier Millionen über, wenn wir weiter über unsere Verhältnisse leben, sind die Ende 2021 verbraucht. Die Rennbahnen machen im Saldo keinen Gewinn, sondern Verluste. Die Fragmentierung der Rennbahnen ist ein großes Problem. Ticketing-Systeme, Newsletter, eine moderne Medienarbeit oder die überregionale Vermarktung erfordern Investitionen, die für eine Rennbahn alleine weder lohnend noch finanzierbar sind. Das englische Modell, wo mehrere Rennbahnen von einer Gesellschaft betrieben werden, hat sich sehr bewährt. Weitere Beiträge können von German Tote kommen – die Gesellschaft hat das Potential, in Zukunft weiter verbesserte Ergebnisse zu liefern. Auch prüfen wir weitere Anlagemöglichkeiten, doch eine Rendite wie beim RaceBets-Investment ist ein Glücksfall, lässt sich aber nicht seriös planen. Ich wiederhole noch einmal: Trotz dieser Ansätze werden wir ohne erhebliche Einsparungen keine ausreichenden Mittel für die Gestaltung einer guten Zukunft haben.

Sie vertreten im Präsidium die Rennvereine, kennen aber auch die Bedarfe eines Besitzers. Kann ein Interessenausgleich, der beide Seiten zufriedenstellt und den Sport insgesamt voranbringt, gelingen? Oder muss eine Seite mehr Abstriche machen?

Ich habe in meiner ersten Präsidiumssitzung die Rennvereine mit Theaterbetreibern verglichen, die Pferde einschließlich Besitzern, Züchtern und Aktiven mit den Schauspielern. Seit Jahren finanzieren wir auf dem grünen Rasen eine tolle Show, gerade im internationalen Vergleich angesichts unserer kleinen Zahlen. Die



Alles fest im Blick

Foto: marcruehl.com

Einnahmen werden seit Jahren in erster Linie dazu benutzt, die Gagen möglichst hoch zu halten. Die Theater selber haben einen großen Investitionsstau, das Personal dort wur-

de stark reduziert, die Mittel zum Verkauf der Plätze sind unzureichend. Und acht Theater (sprich Rennbahnen) sind in den letzten Jahren geschlossen worden oder gingen durch

Insolvenzen. Um nachhaltig erfolgreich zu sein, brauchen wir eine tolle Show genauso wie attraktive Theater. Rennbahnen können nur nachhaltig betrieben werden, wenn sie kostendeckend arbeiten und darüber hinaus noch Mittel zu Investitionen erwirtschaften. Mit Rennpferden dauerhaft Gewinn zu erzielen, ist in kaum einem Land möglich, von Ausnahmen wie Japan oder Hongkong abgesehen, wo der Pferdewettmarkt von den Regierungen noch abgeschottet ist. Als Besitzer oder Züchter geht es aber nicht in erster Linie um einen Gewinn, sondern darum, einen Traum zu leben – einen Sieger zu haben, große Rennen zu gewinnen, Höchstleistungen mit anderen zu bejubeln und zu feiern. Um für die berühmten „neuen Leute“ attraktiv zu sein, müssen wir vernünftig miteinander umgehen und ein Konzept finden, dass von der großen Mehrheit getragen wird. Karsten von Werner sagte: „Keiner geht gerne zum armen Mann“, und das stimmt noch mehr, wenn der arme Mann auch noch zerstritten ist und kein gutes Konzept für die Zukunft hat.

Als großer Kostenblock auf Rennvereinsseite gilt die Züchterprämie. Wie beurteilen Sie diese?

Da haben Sie Recht, die Züchterprämie ist in der Tat ein großer Kostenblock. Rennvereine zahlen 17% der Rennpreise an den Zuchtfonds, im Durchschnitt der letzten drei Jahre waren dies pro Jahr 2,3 Millionen Euro Züchterprämie auf Rennpreise von 13,4 Millionen Euro. Erfolgreiche Rennsportnationen wie Großbritannien oder Australien kommen ohne Züchterprämie aus, Frankreich ist trotz seiner hohen Prämien nicht sonderlich erfolgreich – die besten Rennpferde und Deckhengste Europas stehen anderswo. Ich sehe durchaus Reformbedarf bei der Züchterprämie. Die Züchterprämie ist ein

Produktionsanreiz mit dem Risiko, dass Pferde „auf Halde“ produziert werden, die nicht kostendeckend verkauft werden können. Sollten wir nicht den Schwerpunkt auf Besitzerprämien legen, die Erfolge junger Pferde belohnen und dadurch Anreize schaffen, junge Pferde zu kaufen? Züchter, die für den eigenen Rennstall züchten, würden hier über höhere Rennpreise belohnt, Züchter, die für den Markt züchten, können höhere Verkaufspreise erwarten. Aus Gesprächen mit Züchtern habe ich gelernt, dass wir zur Absicherung der Qualität unserer Zucht das Angebot an hochklassigen und gleichzeitig günstigen einheimischen Hengsten erhalten sollten. Für die Rennvereine bietet die Züchterprämie ein Potential für dringend notwendige Kostenentlastungen sowie für Investitionen in unsere veralteten Anlagen und in die Vermarktung der Renntage. In den kommenden Monaten werden wir dazu sicher sehr konträre Sichtweisen diskutieren, da wird nicht nur eitel Sonnenschein herrschen. Wir müssen um Kompromisse ringen. Dabei muss uns immer vor Augen sein, dass wir alle die Passion für Rennpferde und Rennen teilen und wir nur partnerschaftlich mit begeisterten Besitzern und Züchtern und gesunden Rennvereinen eine gute Zukunft haben werden.

Michael Wrulich ist ein zweiter Geschäftsführer in Hoppegarten geworden, welche Aufgaben wird er konkret haben?

Michael Wrulich ist ein Top Sportvermarkter mit einem starken Netzwerk in der Hauptstadtregion und darüber hinaus. Seine wichtigsten Aufgaben sind der Ausbau unserer Werbepartnerschaften sowie der Ticketing- und Hospitality-Vertrieb. Im Bereich der Digitalisierung wollen wir einer der Innovatoren der Branche werden.