
BACHELORARBEIT

Frau
Jennifer Emma Stolle

**Marketing am Beispiel der
Randsportart Trabrennen –
Chancen und
Herausforderungen**

2021

BACHELORARBEIT

Marketing am Beispiel der Randsportart Trabrennen – Chancen und Herausforderungen

Autor/in:

Frau Jennifer Emma Stolle

Studiengang:

Angewandte Medien

Seminargruppe:

AM17wM2-B

Erstprüfer:

Prof. Dr. Detlef Gwosc

Zweitprüfer:

Thomas Baumann

BACHELOR THESIS

Marketing using the example of the fringe sport harness racing – opportunities and challenges

author:

Ms. Jennifer Emma Stolle

course of studies:

Applied Media

seminar group:

AM17wM2-B

first examiner:

Prof. Dr. Detlef Gwosc

second examiner:

Thomas Baumann

Bibliografische Angaben

Stolle, Jennifer Emma:

Marketing am Beispiel der Randsportart Trabrennen – Chancen und Herausforderungen

Marketing using the example of the fringe sport harness racing – opportunities and challenges

156 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2021

Abstract

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit Marketing am Beispiel der Randsportart Trabrennen und den damit verbundenen Chancen und Herausforderungen. Die Herausforderungen ergaben sich aus den in der Analysephase gesammelten Erkenntnissen zu internen Schwächen und externen Risiken. Chancen versprachen die interne Stärken sowie die externen Möglichkeiten. Um diese Chancen effektiv zu nutzen und die Herausforderungen bestmöglich zu meistern, wurde mit Hilfe der Marketing-Management Methode ein Marketingkonzept entwickelt. Dabei wurde anhand der Chancen und Herausforderungen im Rahmen der Strategiephase ein möglicher Fahrplan vorgeschlagen, wie es diesen bestmöglich zu begegnen gilt. Darauf aufbauend wurde in der Gestaltungsphase ein Marketing-Mix erstellt, der zahlreiche Maßnahmen zur positiven Weiterentwicklung des Sports vorgestellt hat. In der abschließenden Zusammenfassung wird herausgestellt, dass die größten Herausforderungen intern lokalisiert sind, die externen Herausforderungen wiegen weniger stark auf. Daher wäre es mit Veränderungen im strukturellen Bereich des Sports möglich, die gegebenen Herausforderungen zu überwinden, um das Potenzial des Trabrennsports nutzen und erweitern zu können.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	II
Abkürzungsverzeichnis	IV
Abbildungsverzeichnis	VI
Tabellenverzeichnis	VIII
Vorwort.....	IX
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung und Relevanz des Themas.....	1
1.2 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit.....	3
2 Theoretische Grundlagen des Marketings.....	5
2.1 Begriffsdefinition.....	5
2.2 Marketing-Management	9
2.2.1 Analysephase	11
2.2.2 Ziel- und Strategiephase.....	14
2.2.3 Gestaltungsphase	16
2.2.4 Durchführungs- und Kontrollphase	23
3 Der Trabrennsport in Deutschland	26
3.1 Grundlagen.....	26
3.2 Geschichte und Entwicklung des Trabrennsports in Deutschland	31
3.3 Der Hauptverband für Traberzucht e.V.	44
3.3.1 Die Satzung und Ordnung des HVT	44
3.3.2 Kritik	50
3.4 Die Pferdewette im Trabrennsport	60
3.4.1 Bedeutung der Pferdewette für den Trabrennsport	60
3.4.2 Das Wettsystem in Deutschland – Buchmacher- und Totalisatorwette.....	61
3.4.3 Die verschiedenen Wettarten im deutschen Trabrennsport.....	71
4 Marketing: Anwendung am Beispiel Trabrennsport	73
4.1 Wo stehen wir?.....	73
4.1.1 Marketing-Umfeld-Analyse – STEP-Analyse	74
4.1.2 Marktanalyse.....	80
4.1.3 Betriebsanalyse	93

4.2	Wo wollen wir hin?	118
4.2.1	Die Vision	118
4.2.2	Die Mission	119
4.2.3	Ziele	119
4.2.4	Marketing-Strategien im Sport nach Freyer	121
4.3	Was können wir unternehmen?.....	124
4.3.1	Process - Prozesspolitik.....	124
4.3.2	Personell - Personalpolitik	127
4.3.3	Product - Produktpolitik	128
4.3.4	Physical Evidence - Ausstattungspolitik.....	138
4.3.5	Price - Preispolitik	139
4.3.6	Place - Distributionspolitik	141
4.3.7	Promotion - Kommunikationspolitik.....	142
5	Schlussfolgerung und Ausblick.....	153
	Literaturverzeichnis	X
	Anlagen	XXIII
	A: Telefoninterview mit Klaus Koch am 25.11.2020.....	XXIII
	B: Interview mit Heinz Wewering am 25.11.2020 in Schöneiche	XXIX
	C: Telefoninterview mit Bernhard Rosengarten am 30.11.2020	XLIII
	D: Telefoninterview mit Dimitrios Vergos am 02.12.2020	L
	E: Interview mit Heinz Tell am 02.12.2020 in Berlin.....	LIX
	F: Telefoninterview mit Sascha Multerer am 08.12.2020	LXXXVI
	G: Telefoninterview mit Riko Luiking am 18.12.2020	C
	H: Telefoninterview mit Jörn Finger am 04. Januar 2021.....	CX
	I: Meinungsumfrage – Trabrennsport.....	CXVI
	J: Informationssammlung Bernhard Rosengarten.....	CXXIII
	K: GoTrabGo – Deutsche Trabrennsport Gesellschaft von Wilhelm Bruhns und Bernhard Rosengarten	CXXIV
	Eigenständigkeitserklärung	CXXIX

Abkürzungsverzeichnis

ADMR	Anti-Doping-und-Medikamentenkontroll-Regeln
AEUV	Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union
ATG	Aktiengesellschaft Trab und Galopp
BTV	Berliner Trabrennverein
CB	Corporate Behaviour
CC	Corporate Communication
CD	Corporate Design
CI	Corporate Identity
CTB	Commission für Traberzucht und –Rennen
DOKR	Deutsches Olympiade-Komitee für Reiterei
DRFV	Deutscher Reiter und Fahrer Verband
DRV	Deutsche Richtervereinigung
DTG	Deutsche Trabrennsport Gesellschaft
DVR	Direktorium für Vollblutzucht & Rennen
EU	Europäische Union
EuGH	Europäischer Gerichtshof
FN	Fédération Équestre Nationale
GBO	Gebührenordnung
GlüStV	Glücksspielstaatsvertrag
GlüÄndStV	Glücksspieländerungsstaatsvertrag
HVT	Hauptverband für Traberzucht e.V.

OBT	oberste Behörde für Traberzucht und –Rennen
PM	Persönliches Mitglied
PMU	Pari Mutuel Urbain
RennwLottG	Rennwett- und Lotteriegesezt
SchGO	Schiedsgerichtsordnung
SMART	Specific, Measurable, Achievable, Reasonable
STEP	Sociological, Technological, Economic, Political Change
SWE	Schweden
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
TF	Trotteur Francais
TierZG	Tierzuchtgesetz
TRO	Trabrennordnung
UrhG	Urhebergesetz
VGH	Verwaltungsgerichtsbarkeit Hessen
ZBO	Zuchtbuchordnung
ZPO	Zivilprozessordnung
ZVS	Zentrale Verrechnungsstelle
ZVSO	Zentrale Verrechnungsstellenordnung
ZVT	Zentralverband für Traberzucht und -Rennen

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Zahlenmäßiger Rückgang des Trabrennsports (eigene Darstellung).....	2
Abbildung 2: Sportmarketing-Modell nach Nufer/Bühler	8
Abbildung 3: Mindmap „Marketingmanagement“	9
Abbildung 4: Prozess des Marketing-Management (eigene Darstellung)	10
Abbildung 5: STEP-Analyse	11
Abbildung 6: Übergang von Analyse- in Strategiephase	13
Abbildung 7: Beispiele für mögliche Marketingziele nach Walsh/Deseniss/Kilian.....	15
Abbildung 8: Marketing-Mix nach Preißner	16
Abbildung 9: Funktionen Kommunikationspolitik (eigene Darstellung).....	17
Abbildung 10: Übersicht Kommunikationsinstrumente nach Nufer/Bühler	17
Abbildung 11: Instrumente der Kommunikationspolitik nach Preißner	18
Abbildung 12: Stakeholder - Zielgruppen der Kommunikation	20
Abbildung 13: Ziele der CI (eigene Darstellung).....	21
Abbildung 14: Ebenen der Implementierung nach Bruhn, Meffert und Hadwich.....	23
Abbildung 15: Durchsetzen der Marketing-Konzeption - die personelle Dimension nach Voeth/Herbst.....	24
Abbildung 16: Organisationsstruktur HVT	33
Abbildung 17: Entwicklung der Anzahl von Besitzern, Züchtern und Fohlen von 1975 bis 2017 (eigene Darstellung).....	36
Abbildung 18: Entwicklung der Anzahl von Besitzern, Züchtern und Fohlen von 2010 bis 2017 (eigene Darstellung).....	37
Abbildung 19: Gestartete Pferde 2006-2020 (eigene Darstellung).....	38
Abbildung 20: Trabrenntage in Deutschland im Vergleich (eigene Darstellung) *geplante Renntage.....	39
Abbildung 21: Trabrennen in Deutschland im Vergleich (eigene Darstellung).....	39
Abbildung 22: Organigramm HVT (eigene Darstellung)	45
Abbildung 23: Meinungsumfrage zur allgemeinen Zufriedenheit mit dem HVT (eigene Darstellung)	55
Abbildung 24: Meinungsumfrage zur Transparenz des HVT (eigene Darstellung)	55
Abbildung 25: Meinungsumfrage über die Möglichkeit zur Mitsprache im HVT (eigene Darstellung)	55
Abbildung 26: Organigramm der Deutschen Trabrennsport Gesellschaft (DTG).....	58
Abbildung 27: Teufelskreis Wettumsatz – Anzahl der Rennen (eigene Darstellung) ...	61
Abbildung 28: Spiel- und Wetteinsätze auf Trabrennen am Totalisator in Deutschland (eigene Darstellung)	63
Abbildung 29: Einsätze auf Pferderennen in Deutschland (eigene Darstellung).....	65
Abbildung 30: Umsatz deutscher Buchmacher mit Pferderennwetten von 2005 bis 2009	65
Abbildung 31: Markteinteilung Trabrennen (eigene Darstellung)	80
Abbildung 32: Zielgruppen Trabrennsport (eigene Darstellung).....	80
Abbildung 33: Anzahl der Auszubildenden in der Pferdewirtschaft in Deutschland nach Ausbildungsberufen in den Jahren 2012 bis 2019	84
Abbildung 34: Marktanteile der Spielformen im regulierten Glücksspielmarkt in Deutschland im Jahr 2018.....	87

Abbildung 35: Zusammenhang von strukturellen Veränderungen im Sport und Umsatzsteigerung (eigene Darstellung)	92
Abbildung 36: Meinungsumfrage - allgemeine Zufriedenheit im Trabrennsport.....	100
Abbildung 37: Meinungsumfrage - Öffentlichkeitsarbeit im Trabrennsport.....	101
Abbildung 38: Meinungsumfrage - Erscheinungsbild der Trabrennbahnen in Deutschland.....	101
Abbildung 39: Organigramm Deutsche Reiterliche Vereinigung	106
Abbildung 40: Anzahl der Auszubildenden in der Pferdewirtschaft in Deutschland nach Ausbildungsberufen 2019 (eigene Darstellung)	115
Abbildung 41: Auswirkungen von großen Gewinnchancen auf den Trabrennsport (eigene Darstellung)	120
Abbildung 42: Organigramm Deutschland Trab e.V. (eigene Darstellung)	124
Abbildung 43: Innovationen im Produkt Trabrennpferd, inklusive Leistungsprüfungen (eigene Darstellung)	128
Abbildung 44: Innovationen im Produkt Pferdewette (eigene Darstellung)	131
Abbildung 45: Innovationen im Produkt Trabrennen als Event (eigene Darstellung).	133
Abbildung 46: Finanzierungskreislauf (eigene Darstellung)	139
Abbildung 47: Logo Deutscher Galopp.....	143
Abbildung 48: Logo Hauptverband für Traberzucht e.V.	144
Abbildung 49: Kommunikationspolitik Trabrennsport (eigene Darstellung).....	151

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Ablaufplan Marketing-Management nach Freyer.....	10
Tabelle 2: Handlungsfelder der CI (eigene Darstellung)	21
Tabelle 3: STEP-Analyse für den Trabrennsport (eigene Darstellung)	74
Tabelle 4: Unterschiedliche Bedürfnisse der Zielgruppen (eigene Darstellung).....	91
Tabelle 5: SWOT-Analyse für den Trabrennsport (eigene Darstellung).....	104
Tabelle 6: Erträge der Deutschen Reiterlichen Vereinigung nach Segmenten 2018 (eigene Darstellung)	108

Vorwort

Im August 2019 betrat ich nach ca. 15 Jahren erstmals wieder die Trabrennbahn Berlin-Mariendorf. Mein Vater war ein sehr erfolgreicher Amateur-Trabrennfahrer (nebenberuflich), besaß ein eigenes Traber-Gestüt mit rund 50 Trabrennpferden und konnte 1994 sogar das deutsche Amateur-Championat (die meisten Siege in einem Jahr) gewinnen. Außerdem war er aktiv im Vorstand des Berliner-Trabrennvereins. Meine Kindheit spielte sich von 1997 bis ca. 2004 hauptsächlich auf der Trabrennbahn ab. Als ich 2019 durch Zufall wieder zur Trabrennbahn kam, geschahen zwei Dinge. Ich war berührt und gleichzeitig erschrocken, denn es hatte sich nichts – rein gar nichts – an der Trabrennbahn verändert. Somit fühlte ich mich einerseits in meine Kindheit zurückversetzt, andererseits war ich traurig, dass dieser Sport anscheinend in der Zeit komplett stehen geblieben ist.

Glücklicherweise konnte ich durch einen Blick hinter die Kulissen sehen, dass der Anschein trügt. Der Sport ist nur teilweise stehen geblieben, denn wenn man in die alten Stallungen hineinblickt, sieht man zwar viele ältere Gesichter, aber auch junge Menschen, die sich für diesen Sport begeistern und gerne den Beruf des Trabertrainers oder –Pflegers ausüben. Ich war so begeistert von diesem professionellen Pferdesport, der so viel mehr mit sich bringt, als man auf den ersten Blick vermutet, dass ich mittlerweile im (Mit-)Besitz von zehn Trabern bin, meine Amateurfahrerlizenz gemacht habe, seit Juli 2020 aktiv an Rennen teilnehme und einen YouTube-Kanal für den Trabrennsport gegründet habe.

Man kann also sagen: Das „Traber-Fieber“ hat mich gepackt und nicht mehr losgelassen. Da lag es nahe, dass ich auch meine Bachelor-Arbeit diesem Thema widmen wollte, insbesondere der dramatischen Problematik, welcher sich der Sport heutzutage stellen muss.

Ich möchte nicht mehr, dass alle von den goldenen Jahren sprechen, die der Trabrennsport in Deutschland einst genossen hat, sondern dass alle von der Gegenwart schwärmen können. Ich möchte, dass auch andere Menschen vom „Traber-Fieber“ gepackt werden und dass das Image dieses Sports wieder ins rechte Licht gerückt wird. Ich möchte mit dieser Arbeit nachhaltig etwas in diesem Sport bewirken, denn ich bin überzeugt, dass es dafür noch nicht zu spät ist.

Wissenschaft lebt von Distanz. Daher bitte ich an dieser Stelle für Verständnis, wenn an einigen Stellen gegebenenfalls ein wenig Herzblut deutlich wird. Ich war sehr bestrebt die wissenschaftliche Distanz zu wahren und neutral an die Thematik heranzugehen.

1 Einleitung

„The good news is that marketing takes a day to learn. The bad news is that it takes a lifetime to master!“¹

So lautet ein berühmtes Zitat von Philip Kotler, dem amerikanischen Wirtschaftswissenschaftler und Professor für Marketing an der Kellogg School of Management der Northwestern University.² Diese Arbeit beschäftigt sich mit eben diesem Thema, dem Marketing, am Beispiel der Randsportart Trabrennen. „Marketing hat im Sport noch mit zu vielen Vorurteilen zu kämpfen. Marketing sei: Profitorientierung statt Gemeinnützigkeit, Beruflichkeit statt Ehrenamtlichkeit, Kommerzialisierung statt Idealisierung und Abhängigkeit statt Selbstbestimmung des Sports.“³ Im Wandel der Zeit wird es aber für Sportvereine und –Verbände immer notwendiger, sich im Sportmarkt mit einer Markenidentität zu präsentieren. „Der Sport kann dabei aber oftmals traditionell eingefahrene Wege nicht verlassen. Ihm fehlen bisher in weiten Bereichen entsprechende marktbezogene Strukturen und das ökonomisch-systematische und methodische Herangehen an aktuelle Probleme.“⁴

1.1 Problemstellung und Relevanz des Themas

Der Trabrennsport in Deutschland, „ein Relikt aus der Vergangenheit mit Zukunft?“⁵, fragt sich Victoria von Lützu in ihrem Traberblog. Und diese Frage ist berechtigt, denn die gegenwärtige Situation, in die sich der traditionsreiche Trabrennsport in Deutschland über Jahrzehnte langsam begeben hat, sieht alles andere als hoffnungsvoll aus. In dem gleichnamigen Artikel führt die freie Journalistin schonungslos und in kurzen Worten auf, worin die Problematik des deutschen Trabrennsports liegt.

¹ Kotler, Philip (2003): Marketing Insights from A to Z: 80 Concepts Every Manager Needs to Know. New Jersey, S. XIV.

² vgl. manager magazin (Hrsg.) (o.J.): Meister des Kundenfangs. In: manager magazin, [online]

² vgl. manager magazin (Hrsg.) (o.J.): Meister des Kundenfangs. In: manager magazin, [online] <https://www.manager-magazin.de/harvard/marketing/philip-kotler-meister-des-kundenfangs-a-00000000-0002-0001-0000-000077501259>, 14.1.2021.

³ Freyer, Walter (2004): Grundlagen des Sport-Marketing. In: Krüger, Arnd/Dreyer, Axel (Hrsg.): Sportmanagement. Eine themenbezogene Einführung, München, S. 24.

⁴ Ebd.

⁵ von Lützu, Victoria (2019): Trabrennsport – ein Relikt aus der Vergangenheit mit Zukunft? [online] <https://traberblog.de/trabrennsport-ein-relikt-aus-der-vergangenheit-mit-zukunft/>, 2.1.2021.

Der Verlust des faktischen Glücksspielmonopols in den achtziger Jahren, als die Bedeutung der Buchmacher national, aber insbesondere auch international stark anstieg und auch die Sportwette ins Bewusstsein der Wetter drang, die schwache Nachwuchsförderung, alte Rollenbilder, die verschlafene Digitalisierung, den Tierschutzaspekt und fehlendes Marketing.⁶ Wenn die Probleme so offen auf der Hand liegen, warum wird dann seit Jahren dem Abstieg zugesehen?

Im Rahmen dieser Arbeit wird jedoch aufgezeigt, dass die Herausforderungen, die dem Trabrennsport entgegenstehen, nicht so einfach zu erschließen sind, wie es zunächst zu vermuten ist. Die Thematik kann nicht mit einem einfachen Blick auf die aktuelle Situation begriffen werden, sondern es muss weit in die Geschichte des Trabrennsports und die seines Umfeldes geschaut werden. Eine über Jahre langsam entstehende Massierung verschiedenster Umstände hat den Trabrennsport dahin gebracht, wo er heute steht.

Die folgenden Zahlen zeigen die Entwicklung bereits deutlich auf:

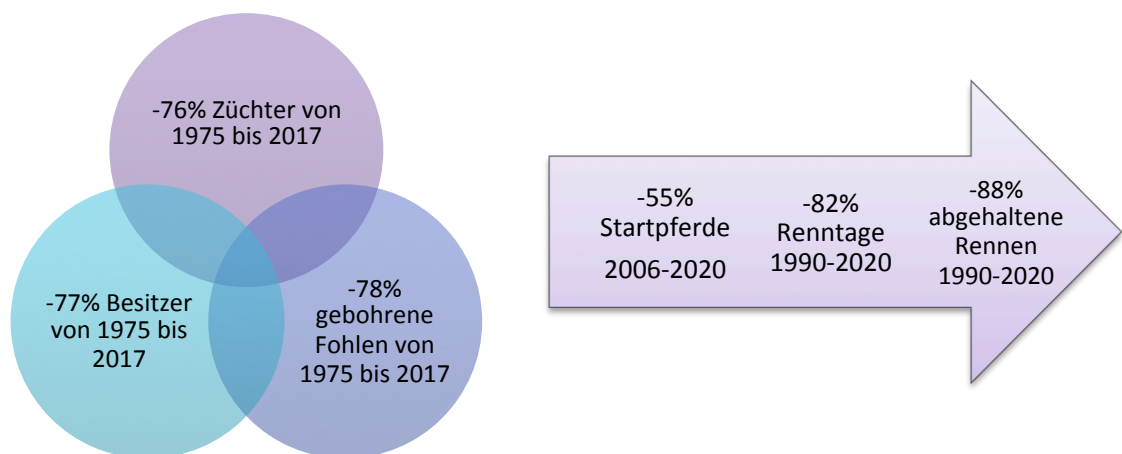


Abbildung 1: Zahlenmäßiger Rückgang des Trabrennsports (eigene Darstellung)⁷

Zusätzlich dazu hat der Trabrennsport natürlich auch noch mit sinkenden Umsatzzahlen der Pferdewette zu kämpfen, was die größte Einnahmequelle des Trabrennsports ausmacht. Diese Arbeit beschäftigt sich demnach zum Einen mit der Erörterung der Gründe für diesen stetigen und drastischen Rückgang des Trabrennsports und zum Anderen mit der Bestrebung, einen Weg zu finden die Chancen des Trabrennsports so zu nutzen, dass die Herausforderungen überwunden werden können.

⁶ vgl. von Lützu 2019, [online], 2.1.2021.

⁷ komplette Diagramme s. Kapitel 3.2, S. 34ff.

1.2 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit

Ziel dieser Arbeit ist es, mit Hilfe der Marketing-Management Methode ein Marketingkonzept für den Trabrennsport zu entwickeln, um diesen mit Hilfe von allumfassenden Marketing Tools vor dem drohenden Niedergang zu bewahren und im Rahmen dessen Chancen und Herausforderungen aufzuzeigen.

In Kapitel 2 wird zunächst die Methode des Marketing-Managements theoretisch dargelegt, die einzelnen Phasen (Analyse-, Ziel- und Strategie-, Gestaltungs-, Durchführungs- und Kontrollphase) werden erklärt, sodass in der späteren Anwendung kein methodischer Erklärungsbedarf besteht. Auch wenn die Durchführungs- und die Kontrollphase für das erstellte Konzept in dieser Arbeit keine Relevanz haben, ist es sinnvoll sich mit diesen theoretisch auseinanderzusetzen, da sie für nachfolgende Überlegungen abseits dieser Arbeit wichtig sind.

In Kapitel 3 wird das Fallbeispiel, die Randsportart Trabrennen, in ihren Einzelheiten beleuchtet. Zunächst werden die Grundlagen der Sportart erklärt, um einen generellen Eindruck über die Charakteristik und die wichtigsten Regeln zu bekommen. In 3.2 wird auf die Entstehung und die Geschichte der Sportart eingegangen, da schon früh einschlägige Vorkommnisse die Zukunft des Sports geprägt haben. Die Entwicklung des Sports von damals bis heute wird durch zusammengestellte Datensammlungen in Form von Diagrammen dargestellt.

Im Rahmen dieser direkten Zahlenvergleiche wird deutlich, in welchem dramatischen Zustand sich der Trabrennsport in Deutschland aktuell befindet. Eine wichtige Auseinandersetzung folgt in Kapitel 3.3, dieses beschäftigt sich mit dem Hauptverband für Traberzucht e.V.. Hier wird zunächst auf die generelle Struktur eingegangen sowie auf die aktuelle Satzung und Ordnung, also das Regelwerk des Trabrennsports. Des Weiteren wird in 3.3.2 Kritik aufgezeigt, welche die aktuelle Vertrauenskrise des Hauptverbandes verschuldet und großen Einfluss auf das weitere planerische Vorgehen hat. Da der Erfolg oder Misserfolg der im Rahmen dieser Arbeit vorgestellten Marketingkonzeptionierung von dem positiven Mitwirken des Hauptverbandes und allen Beteiligten im Sport abhängig ist, wird auf diese Darstellung besonders detailliert eingegangen, da dies unter anderem auch einer der Gründe ist, weshalb die Situation im Trabrennsport so festgefahren ist.

Als vierter Unterpunkt des dritten Kapitels wird die Pferdewette im Trabrennsport beleuchtet, ihre Bedeutung für den Sport sowie insbesondere das Wettsystem in Deutschland und seine Entwicklung und abschließend noch die verschiedenen Wettarten. Dieser komplexe Bereich des Totalisator- und Buchmachersystems hat einen großen Einfluss auf die Entwicklung und die gegenwärtigen Situation im Sport.

In Kapitel 4 folgt dann die Anwendung der Marketing-Management-Methode für den Trabrennsport in Deutschland. Dazu wird zunächst in der Analysephase der Ist-Zustand des Sports unter die Lupe genommen. Das erfolgt mit Hilfe von qualitativer Forschung im Rahmen von verschiedenen Experteninterviews. Außerdem wird zum besseren Überblick zur Stimmungslage im Trabrennsport eine Trendumfrage durchgeführt. Zusätzlich wird über Literatur- und Internetrecherche der gegenwärtige Zustand innerhalb des Trabrennsports sowie in seinem Umfeld erschlossen. Im Rahmen der Analysephase werden die Marketing-Umfeld-Analyse, die Zielgruppenanalyse und die Betriebsanalyse durchgeführt. Darauf aufbauend werden die Ergebnisse in einer SWOT-Analyse zusammengefasst, die einen Überblick über interne Stärken und Schwächen sowie externe Chancen und Risiken gibt. Des Weiteren werden durch Benchmarking Vergleiche zu verwandten Sportarten in Deutschland, sowie zum Trabrennsport im Ausland gezogen und damit für das Fallbeispiel positive Handlungsempfehlungen abgeleitet. In der Ziel- und Strategiephase werden anhand der in der Analysephase gesammelten Erkenntnisse mögliche Wege zur Begegnung und Lösung der gegebenen Herausforderungen aufgestellt sowie Möglichkeiten herausgearbeitet, wie die vorhandenen Chancen genutzt werden können. In der Gestaltungsphase wird ein Marketing-Mix mit Hilfe der „7 Ps“, die übersetzt für Prozess-, Personal-, Produkt-, Distributions-, Ausstattungs-, Preis- und Kommunikationspolitik stehen. Im Rahmen des Marketing-Mix gilt es, die gegebenen Chancen des Trabrennsports zu nutzen. Durch einige Veränderungen und Anpassungen an die aktuellen Umstände sowie Empfehlungen, wie die Herausforderungen gemeistert werden könnten, soll dem Trabrennsport somit wieder zu neuer Größe zu verholfen werden.

Im Schlussteil werden die Erkenntnisse dargelegt und ein Ausblick auf die Zukunft des Trabrennsports geworfen.

2 Theoretische Grundlagen des Marketings

In diesem Kapitel werden die wichtigsten Grundlagen des Marketings besprochen. Um im späteren Teil Überlegungen zu treffen, inwieweit man das Marketing des deutschen Trabrennsports analysieren und gegebenenfalls verbessern kann, müssen zunächst Begrifflichkeiten und Prozesse geklärt sein, die im Laufe dieser Abhandlung eine Rolle spielen werden. Hierbei werden die Begriffe ‚Marketing‘ und ‚Sportmarketing‘ erläutert, außerdem wird der Prozess des Marketing-Managements in seine Bestandteile aufgeteilt und betrachtet.

2.1 Begriffsdefinition

Auf der Suche nach einer Definition für Marketing stößt man auf viele verschiedene Ansätze.

„Der Begriff ‚Marketing‘ leitet sich aus dem Englischen von ‚to go into the market‘ ab.“⁸ Im Duden lautet die Definition von Marketing: „Ausrichtung eines Unternehmens auf die Förderung des Absatzes durch Betreuung der Kunden, Werbung, Beobachtung und Lenkung des Marktes sowie durch entsprechende Steuerung der eigenen Produktion.“⁹

Alexander Hennig definiert Marketing noch weiter gefasst: „Marketing ist alles das, was jemand tut, damit jemand anderes etwas tut.“¹⁰ Um den Begriff jedoch auf die Wirtschaft anwenden zu können, lautet die engere Definition als Absatzmarketing: „Marketing ist alles das, was ein Unternehmen tut, damit der Kunde dessen Produkte kauft.“¹¹ Mit Produkten meint Hennig alles, was ein Unternehmen liefern kann, das können Sachgüter, Dienstleistungen oder auch Rechte sein.¹² Jürgen Pesch unterscheidet Marketing in drei Aspekte: Marketing als Philosophie, als Funktion im Unternehmen und als Managementaufgabe.¹³

⁸ Rennhak, Carsten/Opresnik, Marc Oliver (2016): Marketing: Grundlagen. Studienwissen kompakt, Berlin Heidelberg, S. 2.

⁹ Dudenredaktion (Hrsg.) (o. J.): „Marketing“. Literaturverzeichnis, Duden online, [online] <https://www.duden.de/node/90389/revision/90425https://www.duden.de/rechtschreibung/Marketing>, 17.11.2020.

¹⁰ Hennig, Alexander (2020): Marketing. Schritt für Schritt, Arbeitsbuch 5. Auflage, München, S. 14.

¹¹ Ebd.

¹² vgl. Ebd.

¹³ vgl. Pesch, Jürgen (2010): Marketing. 2. Auflage, Konstanz, S. 9.

Er konkretisiert diese Aspekte wie folgt: „Marketing als Philosophie ist die Leitidee einer markt- und kundenorientierten Unternehmensführung. [...] Voraussetzung [...] ist eine planmäßige und systematische Marketing-Forschung.“¹⁴ Der zweiten Aspekt, „Marketing als Funktion im Unternehmen, übernimmt die Planung, Organisation, Durchführung, Koordination und Kontrolle aller auf die aktuellen und potenziellen Märkte ausgerichteten Maßnahmen des Unternehmens.“¹⁵ Hierbei spielt der Marketing-Mix eine große Rolle, auf den in einem weiteren Abschnitt genauer eingegangen wird. „Marketing als Managementaufgabe verlangt systematische Planungs-, Organisations- und Entscheidungsprozesse.“¹⁶

Iris Ramme verweist auf eine Definition von Kotler/Bliemel (2006): „Marketing bedeutet, die richtigen Waren und Dienstleistungen zur richtigen Zeit an die richtigen Leute am richtigen Ort zum richtigen Preis und mit Hilfe der richtigen Kommunikations- und Absatzförderungsaktivitäten zu bringen.“¹⁷ Diese Definition bringt die wichtigsten Kriterien zusammen. Es ist nicht nur entscheidend, das Richtige anzubieten, sondern dies auch der geeigneten Zielgruppe zur Verfügung zu stellen und dabei auf den Markt, den Preis und die Kommunikation zu achten.

Des Weiteren ist es wichtig, die verschiedenen Arten von Marketing zu unterscheiden. Matthias Sander nennt dabei Konsumgüter-, Dienstleistungs-, Handels-, Industriegüter-, Öko-, internationales sowie Social Marketing und Marketing für öffentliche Betriebe.¹⁸ Nicht genannt wird hier das Sportmarketing. Prof. Dr. Gerd Nufer und Prof. Dr. André Bühler beschäftigen sich mit der Frage, ob Sportmarketing eine Form des allgemeinen Marketings ist oder eine neue, ganz eigenständige Disziplin.¹⁹ Es „bestehen [...] immer noch große Auffassungsunterschiede mit der Folge eines bis heute nicht eindeutig geklärten Status des Sportmarketing und seiner Legitimation als eigenständige Marketinglehre.“²⁰ Die Autoren beleuchten beide Auffassungen und kommen dementsprechend zu zwei verschiedenen Beantwortungsansätzen.

¹⁴ Pesch 2010, S. 9f.

¹⁵ a.a.O., S. 10.

¹⁶ Ebd.

¹⁷ Ramme, Iris (2013): Marketing. Einführung mit Fallbeispielen, Aufgaben und Lösungen, 3. Auflage, Stuttgart, S. 2.

¹⁸ vgl. Sander, Matthias (2019): Marketing-Management. Märkte, Marktforschung und Marktbearbeitung, 3. Auflage, München, S. 9.

¹⁹ vgl. Nufer, Gerd/Bühler, André (2013): Marketing und Sport: Einführung und Perspektive. In: Nufer, Gerd/Bühler, André (Hrsg.): Marketing im Sport. Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketing, 3. Auflage, Berlin, S. 6.

²⁰ Ebd.

Einerseits kann man argumentieren, dass jeder Marketingexperte seine Kenntnisse transferieren kann und somit auch auf das Produkt ‚Sport‘.²¹ Die andere Sichtweise beleuchtet hingegen das Spezifische an der Sparte, „wer etwa nicht die speziellen Gegebenheiten von Sportkonsumenten oder das Verhalten der Mitbewerber im Sportmarkt kennt, kann keine adäquate Marketing-Strategie im Sport entwickeln.“²²

Zusammenfassend nehmen sie Bezug auf Freyer (2011;2005), der betont, dass beide Ansätze keine Gegensätze darstellen. „Sportmarketing basiert auf den allgemeinen Marketing- Prinzipien und den Methoden der Betriebswirtschaftslehre. Der Erfolg des Sportmarketing hängt jedoch von der Fähigkeit ab, die sportinhärenten Gegebenheiten adäquat zu erfassen und problemspezifische Lösungsvorschläge zu erarbeiten.“²³

Walter Freyer konkretisiert Sportmarketing als „Anwendung betriebswirtschaftlicher Methoden [des Marketings] für verschiedene Organisationen des Sports. Es ist eine Führungskonzeption, die Sportinstitutionen vermehrt [...] auf den ‚Markt ausgerichtet‘ leiten will.“²⁴ Er spricht einen Konflikt zwischen der Ehrenamtlichkeit vieler Sportvereine und der Wirtschaftlichkeit des Marketings an und grenzt hierbei das moderne Marketing von dem traditionellen Marketing der 50er Jahre ab: „Modernes Marketing(-Management) wird heute als eine Methode, Denkrichtung, Unternehmensphilosophie, Entscheidungshilfe und als ein Instrument verstanden, wobei die gesamten Aktivitäten einer Organisation auf den Markt ausgerichtet sind.“²⁵

Im Sportmarketing gibt es zwei verschiedene Perspektiven: „Marketing von Sport, d.h. die Vermarktung von Sportprodukten durch Sportorganisationen und sportnahe Unternehmen. Marketing mit Sport, d.h. die instrumentelle Verwendung des Sports im Rahmen des Marketing von Unternehmen, die keine Sportleistungen herstellen.“²⁶ Die nachfolgende Grafik macht diese Unterschiede deutlich:

²¹ Nufer/Bühler 2013, S. 6f.

²² Ebd.

²³ a.a.O., S. 7.

²⁴ Freyer 2004, S. 25.

²⁵ a.a.O., S. 26.

²⁶ Nufer/Bühler 2013, S. 7.

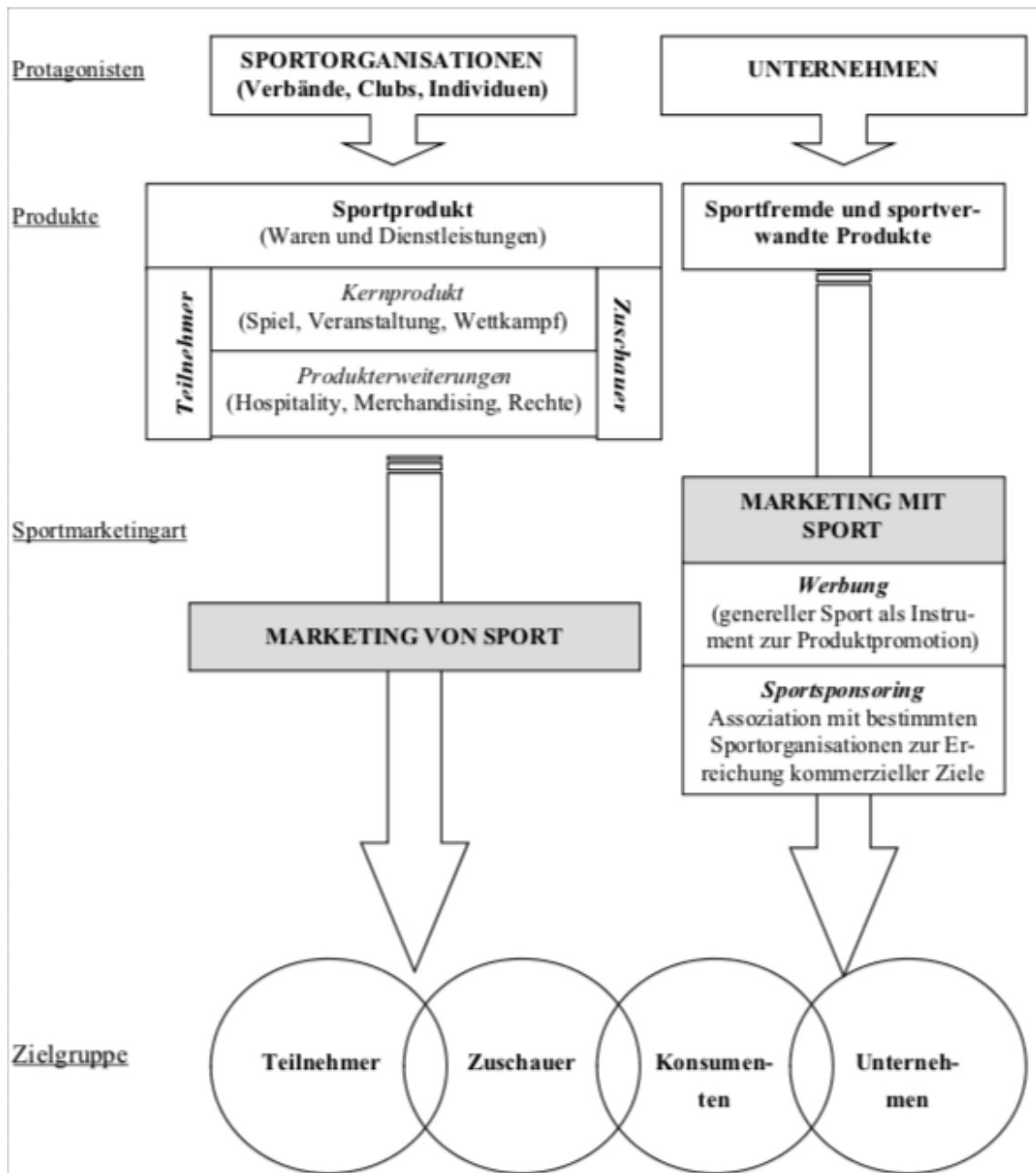


Abbildung 2: Sportmarketing-Modell nach Nufer/Bühler²⁷

Für diese Arbeit ist das Marketing von Sport für Bedeutung und wird in Kapitel 4 Anwendung finden.

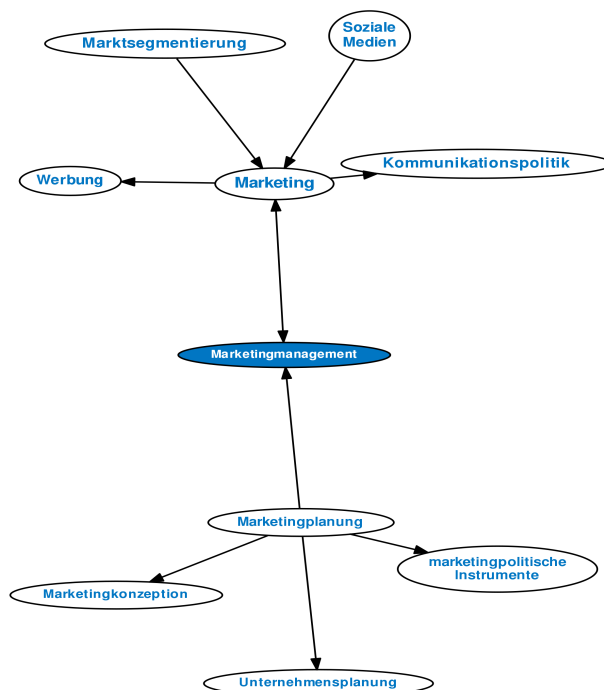
²⁷ Nufer/Bühler 2013, S. 43.

2.2 Marketing-Management

Jürgen Pesch definiert Management in drei verschiedenen Bereichen:

„Management als Institution umfasst alle Personen, die Entscheidungs- und Anordnungs-kompetenzen haben. [...] Management als Funktion umfasst alle zur Steuerung eines Unternehmens notwendigen Aufgaben und Entscheidungen in den Bereichen Planung, Organisation, Information, Führung und Kontrolle. Management als Führungsfunktion enthält z. B. Regelungen über den im Unternehmen praktizierten Führungsstil.“²⁸

Man kann also ableiten, dass die Aufgabe des Managements darin besteht, „die finanziellen und personellen Ressourcen des Unternehmens zielorientiert, effektiv und effizient einzusetzen.“²⁹ Im Gabler Wirtschaftslexikon findet man diese Grafik von Prof. Dr. Manfred Kirchgeorg:



 Springer Gabler

Quelle: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/marketingmanagement-40622>

Abbildung 3: Mindmap „Marketingmanagement“³⁰

²⁸ Pesch 2010, S. 82.

²⁹ Ebd.

³⁰ Kirchgeorg, Manfred (2018): Marketingmanagement. In: Gabler Wirtschaftslexikon, [online] <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/marketingmanagement-40622/version-264002>, 18.11.2020.

Das Marketing-Management vereint somit Planungsvorgänge mit operativen Tätigkeiten. Eine verkürzte Übersicht des Management-Prozesses haben die Universitätsprofessoren Bagozzi, Rosa, Celly und Coronel dargestellt³¹. „Der Prozess des Marketing-Management kann als integrierte Sequenz aus fünf Schritten samt einer Rückkopplung betrachtet werden.“³²:

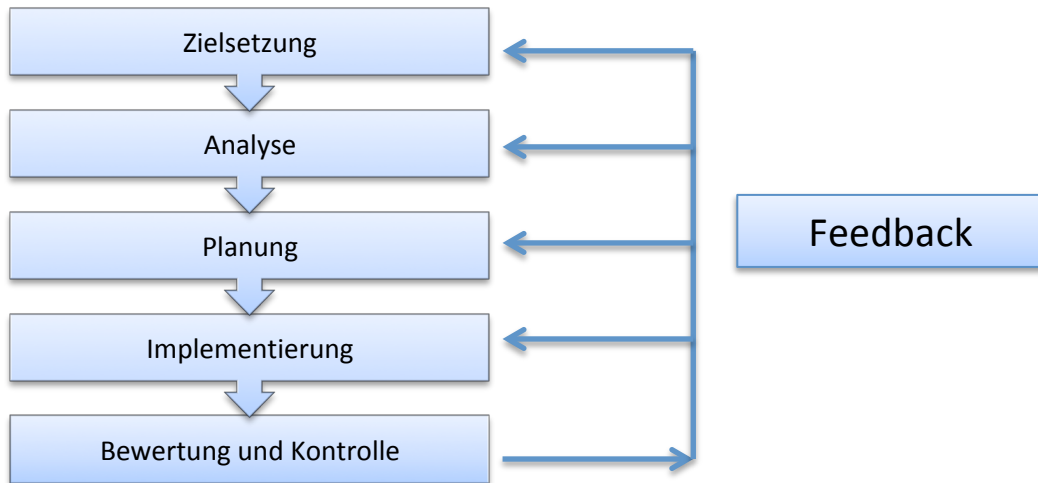


Abbildung 4: Prozess des Marketing-Management (eigene Darstellung)³³

Dieser Übersicht unterscheidet sich zu anderen Marketing-Prozess-Darstellungen insofern, dass zumeist zuerst die Analysephase stattfindet und darauf aufbauend dann die Zielsetzungs- und Planungsphase eingeleitet wird. Walter Freyer hat dies tabellarisch dargestellt:

Phase	Bezeichnung	Hilfsfrage
I	Analysephase	Wo stehen wir?
II	Ziel- und Strategiephase	Wo wollen wir hin?
III	Gestaltungsphase	Was können wir unternehmen?
IV	Durchführungsphase	Welche Maßnahmen ergreifen wir?
V	Kontrollphase	Sind wir angekommen?

Tabelle 1: Ablaufplan Marketing-Management nach Freyer³⁴

³¹ Das Werk „Marketing-Management“ wurde 1998 veröffentlicht und 2000 von Almut Oetjen, Dr. Holger Wacker und Hendrik Voß aus dem Englischen ins Deutsche übersetzt.

³² Bagozzi, Richard P. et al. (2000): Marketing-Management. München, S. 72.

³³ In Anlehnung an: Ebd.

2.2.1 Analysephase

Bevor man Pläne und Visionen verfolgt, sollte eine ausführliche Analyse des Ist-Zustandes, intern sowie extern, durchgeführt werden. Freyer nennt hier die drei Bereiche: „Marketing-Umfeld-Analyse, Markt-Analyse und Betriebsanalyse.“³⁵

Die Marketing-Umfeld-Analyse bezieht sich auf „allgemeine[n] Trends in Gesellschaft, Politik, Wirtschaft usw., ganz allgemein: [die] Umfeldbedingungen. Hierzu zählen alle relevanten gesellschaftlichen, geographischen, ökonomischen und politischen Faktoren.“³⁶ Es ist wichtig, solche politischen und ökonomischen Entwicklungen rechtzeitig zu erkennen und in den Strategieplanungsprozess einzubeziehen.³⁷

„Ein weiteres Instrument zur Analyse der externen Umwelt ist die PEST-Analyse,“³⁸ oder auch STEP-Analyse genannt. Hierbei „wird eine Liste mit möglichen Einflussfaktoren erstellt, die den jeweiligen Kategorien zugeordnet werden. Anhand dieser Punkte können bereits die Risiken und deren Wahrscheinlichkeiten beurteilt werden.“³⁹

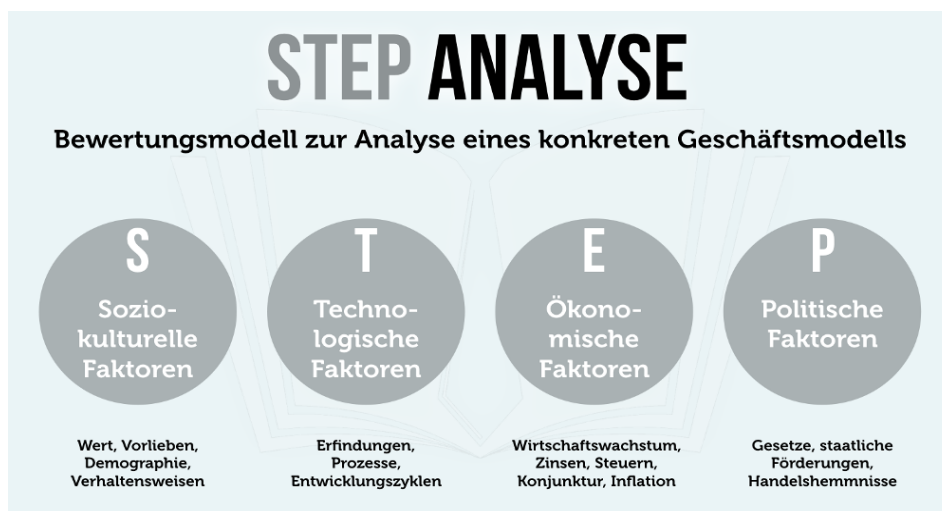


Abbildung 5: STEP-Analyse⁴⁰

³⁴ Freyer 2004, S. 32.

³⁵ a.a.O., S. 36.

³⁶ Ebd.

³⁷ vgl. Heubel, Martin (2019): Die Makro-Umweltanalyse (PESTEL-Analyse). [online] <https://smartmarketingbreaks.eu/pestel-analyse/>, 24.11.2020.

³⁸ Nufer/Bühler 2013, S. 32.

³⁹ Rassek, Anja (2020): STEP-Analyse: Chancen und Risiken erkennen. [online] <https://karrierebibel.de/step-analyse/>, 30.11.2020.

⁴⁰ vgl. Ebd.

Auf den Spezialbereich ‚Sport‘ bezogen wären hier zusätzlich noch die Bereiche „Attraktivität der Sportorganisation oder -institution, der betreffenden Sportart oder des Sports allgemein“⁴¹ relevant.

Andreas Preißner stellt das Konsumentenverhalten sowie die darauf einwirkenden Faktoren in den Mittelpunkt der Marktanalyse. „Ziel [...] ist es, die Struktur des aktuellen und ggf. potenziellen Absatzmarktes zu erfassen und vor allem auf zu erwartende Änderungen aufmerksam zu machen.“⁴² Essenziell wichtig dafür ist es, anhand einer Zielgruppenanalyse seine Zielgruppe zu kennen. Bevor eine Analyse durchgeführt werden kann, muss diese Zielgruppe zunächst definiert werden. „Eine Zielgruppe besteht aus mehreren Personen, die ins Kundenschema passen und bestimmte Eigenschaften teilen. Um die Zielgruppe bestmöglich mit dem Produkt zufriedenzustellen, müssen zunächst die Bedürfnisse präzise erforscht werden.“⁴³

Nach der Definition kommt der Analyse-Teil, der sich sehr vielfältig gestaltet. Möglichkeiten die Analyse durchzuführen sind Interviews, Umfragen oder Online-Recherchen.⁴⁴ Eine weitere Option ist die Zielgruppenanalyse mittels Persona. „Als Persona werden fiktive Vertreter einer Zielgruppe bezeichnet, die beispielhaft für einen möglichen oder bestehenden Kunden stehen. Sie helfen dabei, die Zielgruppe eines Produktes so präzise wie möglich zu umreißen.“⁴⁵

Wenn man seine Zielgruppe kennt, muss man in der Marktanalyse aber auch noch den Markt betrachten, in dem sich diese Zielgruppe bewegt und in den das Produkt oder die Dienstleistung eingeführt werden soll. Es ist außerdem für die spätere Finanzplanung wichtig, die Marktgröße zu kennen sowie die Wettbewerber, die sich in dem Markt noch befinden oder die für das Unternehmen von Belang sind.⁴⁶

⁴¹ Freyer 2004, S. 36.

⁴² Preißner, Andreas (2008): Marketing auf den Punkt gebracht. München, S. 98.

⁴³ Qualtrics.com (Hrsg.) (o.J.): Zielgruppenanalyse: Definition, Methoden und Vorteile. [online] <https://www.qualtrics.com/de/erlebnismangement/marktforschung/zielgruppenanalyse/>, 19.11.2020.

⁴⁴ vgl. Ebd.

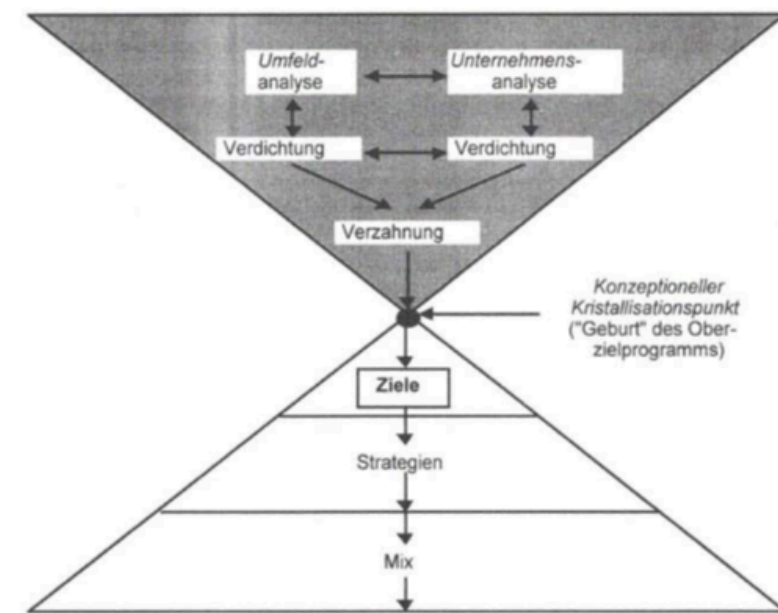
⁴⁵ Ebd.

⁴⁶ vgl. Sutter, Peter (2019): Marktanalyse – Ermittle das Marktpotenzial für deine Geschäftsidee. [online] <https://sevdesk.de/blog/marktanalyse/>, 30.11.2020.

Die Betriebsanalyse bezieht sich auf die internen Strukturen des Unternehmens, von denen das Unternehmen profitieren kann und darauf, herauszufinden, welche es abzustellen oder zu umgehen gilt. Preißner führt dazu folgende Bereiche auf: „vorhandenes Image/Positionierung, Intensität der Beziehungen zu Kunden/Händlern (Kundenbindungssysteme), Wert bestehender Marken, Kundenzufriedenheit, durchgesetzte Preisprämien und Bekanntheitsgrad.“⁴⁷

Pesch fügt noch die Methode der SWOT-Analyse und das Benchmarking, also den Vergleich mit den besten Unternehmen, hinzu. Die SWOT-Analyse kombiniert die Analyse der Umwelt und die Analyse des Unternehmens selbst.

"Durch die Stärken- und Schwächen-Analyse (= Ressourcenanalyse) wird festgestellt, welche Maßnahmen unter Berücksichtigung der gegenwärtigen und zukünftigen Ressourcensituation zu ergreifen sind. Durch die Chancen- und Risikoanalyse sind die Umfeldkräfte (= externe Einflussfaktoren) festzustellen, die im strategischen Planungsprozess von besonderer Bedeutung sind.“⁴⁸



Quelle: BECKER (2001, 93); FREYER (2003a, 272).

Abbildung 6: Übergang von Analyse- in Strategiephase⁴⁹

⁴⁷ Preißner 2008, S. 98f.

⁴⁸ Pesch 2010, S. 89.

⁴⁹ Freyer 2004, S. 41

2.2.2 Ziel- und Strategiephase

„Nach Situationsanalyse, SWOT-Analyse, Diagnose und Prognose der relevanten Einflussfaktoren ist eine Marketing-Konzeption [...] zu erstellen. Bestandteile der Marketing-Konzeption sind Ziele, Strategien, Maßnahmen, Budgets und Kontrollgrößen.“⁵⁰

„Eine Gesamtstrategie umfasst mindestens die Vision und strategische Ziele. Letztere werden durch die Zielpyramide (Zielbaum) konkretisiert und operationalisiert. Gegebenenfalls wird sie durch Mission, Werte und Leitbilder ergänzt.“⁵¹

„Das Management setzt Ziele, die als Zwischenschritte bei der Verfolgung der Organisationsaufgabe (‚mission‘) dienen.“⁵² Diese Ziele haben vier Anforderungen zu erfüllen. Sie müssen mit den Unternehmenszielen vereinbar sein und sie müssen komplementär sein. Das heißt, dass die Erreichung eines Ziels die Erreichung eines anderen Ziels unterstützt. Durch eine Mittel-Zweck-Hierarchie werden Prioritäten gesetzt, die bei der Zielverfolgung beachtet werden müssen. Viertens müssen die Ziele konkret formuliert und individuell messbar sein.⁵³

Zur Zielformulierung wird gerne das Akronym SMART verwendet. Es steht für Anforderungen, die die formulierten Ziele erfüllen müssen: „spezifisch, messbar, akzeptiert und anspruchsvoll, realistisch, und terminiert.“⁵⁴ Ziele können qualitativ, z.B. Steigerung der Kundenzufriedenheit, oder quantitativ, z.B. Steigerung des Marktanteils sein.⁵⁵

Um die Ziele übersichtlich darzustellen und zuzuordnen, wird oft eine Zielpyramide erstellt. Sie umfasst alle zum Erreichen der strategischen Ziele notwendigen (Teil-)Ziele, die sowohl zeitlich als auch nach Inhalten, Funktionen, Bereichen, etc. untergliedert sein können. Jedes Ziel wird durch mehrere Ziele auf der nächsten Ebene beschrieben.⁵⁶

⁵⁰ Pesch 2010, S. 90.

⁵¹ Grassmann, Günther/Grolman, Florian (o.J.): Strategieentwicklung: Hier das einzige Modell, das Sie jemals brauchen werden! [online] <https://organisationsberatung.net/vorgehen-strategieentwicklung-strategieprozess/>, 30.11.2020.

⁵² Bagozzi, Richard P. et al. 2000, S. 72.

⁵³ Pesch 2010, S. 91.

⁵⁴ vgl. Grassmann/Grolman o.J., [online] 30.11.2020.

⁵⁵ vgl. Nufer/Bühler 2013, S. 46.

⁵⁶ vgl. Grassmann/Grolman o.J., [online] 30.11.2020.



Abbildung 7: Beispiele für mögliche Marketingziele nach Walsh/Deseniss/Kilian⁵⁷

Anhand der gesetzten Ziele leitet man nun Strategien zur Erreichung dieser Ziele ab. Pesch beschreibt Marketing-Strategien als grobe Richtung zum Ziel oder Festlegung der Route. Die Marketing-Strategie soll das Marketing-Problem lösen und die Marketing-Ziele erreichen.⁵⁸

Es gibt viele verschiedene Marktbearbeitungsstrategien. Für das in dieser Arbeit behandelte Thema der Randsportart Trabrennen ist lediglich die Strategie der Nischen-spezialisierung zu betrachten. Hierbei „konzentriert sich das Unternehmen auf ein Marktsegment. Für eine ausgewählte Kundengruppe können besondere Wettbewerbsvorteile geschaffen werden.“⁵⁹

Im Bereich Sportmarketing spielt die Kundenorientierung eine sehr wichtige Rolle. „Die strategische Ausrichtung des Unternehmens auf das Ziel, vertrauensvolle und loyale Beziehungen zu den Kunden aufzubauen, zu erhalten und dauerhaft und werthaltig zu verbessern wird als Customer Relationship Management [...] bezeichnet.“⁶⁰

⁵⁷ Walsh, Gianfranco/Deseniss, Alexander/Kilian, Thomas (2020): Marketing. Eine Einführung auf der Grundlage von Case Studies, 3. Auflage, Heidelberg, S. 190.

⁵⁸ vgl. Pesch 2010, S 91.

⁵⁹ vgl. a.a.O., S. 99.

⁶⁰ Ebd.

2.2.3 Gestaltungsphase

In dieser Phase kommt der Marketing-Mix ins Spiel.



Abbildung 8: Marketing-Mix nach Preißner⁶¹

„Die Vierteilung basiert auf den so genannten „4Ps“ of Marketing (Product, Price, Place, Promotion), die von Neil Borden 1964 in einem Artikel im Journal of Advertising Research beschrieben wurden.“⁶²

Jürgen Pesch definiert den Marketing-Mix als „zielorientierte[n], kombinierte[n] und koordinierte[n] Einsatz der Marketing-Instrumente Produktpolitik, Preispolitik, Kommunikationspolitik und Vertriebspolitik innerhalb der Marketing-Strategie.“⁶³ Was die vier Instrumente umfassen, steckt schon in der Bezeichnung. Die Produktpolitik bezeichnen Nufer und Bühler als „[...] ‚Herz des Marketings‘ [...], da das Produkt in aller Regel im Fokus des Marketing steht und die übrigen Instrumente auf den produktpolitischen Entscheidungen aufbauen.“⁶⁴ Die Preispolitik beschäftigt sich mit den Preisen der Produkte sowie der Preislage, -bestimmung, -änderung, -differenzierung, -festlegung und -vergleich.⁶⁵ Die Vertriebspolitik umfasst die Standortwahl, die Absatzwege und –Mittler und die physische Distribution. Für das in dieser Arbeit behandelte Thema ist sie jedoch weniger relevant.

⁶¹ Preißner 2008, S. 117.

⁶² Ebd.

⁶³ Pesch 2010, S. 162.

⁶⁴ Nufer/Bühler 2013, S. 35.

⁶⁵ vgl. Ebd.

„Die Kommunikationspolitik als Teil des Marketing-Mixes umfasst alle Entscheidungen und Maßnahmen, die der Gestaltung von Informationen dienen.“⁶⁶ So definiert Alexander Hennig die Kommunikationspolitik und schreibt ihr die folgenden Funktionen zu:

- **Informationsfunktion:** über die Existenz, den Preis oder die Eigenschaften eines Produkts
- **Positionierungsfunktion:** Wahrnehmung eines Produkts beeinflussen und sich von anderen differenzieren
- **Angriffsfunktion:** Konkurrenz angreifen (vergleichende Werbung)
- **Standardisierungsfunktion:** Präferenzen der Verbraucher beeinflussen, dass sie sich angleichen und dem Standard entsprechen
- **Beeinflussungsfunktion:** Kunden zu einem gewünschten Verhalten bewegen
- **Steuerungsfunktion:** Nachfrage beeinflussen, dass sie sich dem Angebot angleicht
- **Bestätigungsfunktion:** Käufer nach Kauf in der Entscheidung bestätigen

Abbildung 9: Funktionen Kommunikationspolitik (eigene Darstellung)

Gemessen wird eine erfolgreiche Kommunikationspolitik an verschiedenen Zielgrößen. Das sind laut Hennig zum Einen die Bekanntheit und zum Anderen das Image.⁶⁷ Erreicht werden können diese zwei Zielgrößen durch diverse Kommunikationsinstrumente, die Nufer und Bühler in dieser Grafik dargestellt haben:



Abbildung 10: Übersicht Kommunikationsinstrumente nach Nufer/Bühler⁶⁸

⁶⁶ Hennig 2020, S. 134.

⁶⁷ vgl. a.a.O., S. 135.

⁶⁸ Nufer/Bühler 2013, S. 36.

In dieser Grafik wird die Kommunikationspolitik in klassische und nicht-klassische Instrumente geteilt. Die klassischen Kommunikationselemente sind alle Formen der Werbung. „Die klassische Werbung ist zwar nach wie vor das meistgenutzte Kommunikationsinstrument, allerdings ist die Werbewirkung von Massenwerbung aufgrund der Werbeüberfrachtung (advertising clutter) häufig als eher gering einzuschätzen.“⁶⁹ Hennig fügt den klassischen Kommunikationselementen noch Verkaufsförderung und Öffentlichkeitsarbeit hinzu⁷⁰, die bei Nufer und Bühler hingegen auf der nicht-klassischen Seite eingeordnet wurden. Eine dreigeteilte Einordnung verfolgt Preißner:

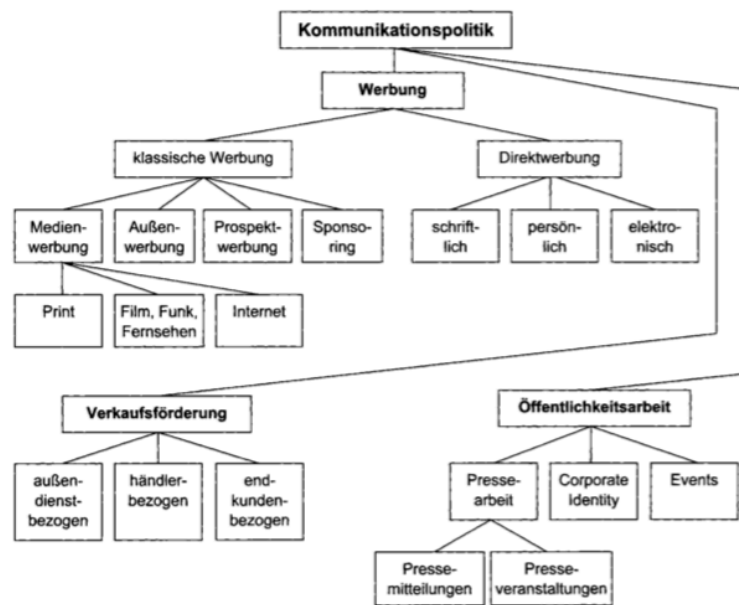


Abbildung 11: Instrumente der Kommunikationspolitik nach Preißner⁷¹

Auch wenn man verschiedene Aufteilungen findet, beinhalten alle Darstellungen dieselben Kommunikationsinstrumente, die nun kurz umrissen werden:

⁶⁹ Nufer/Bühler 2013, S. 37.

⁷⁰ Hennig 2020, S. 136.

⁷¹ Preißner 2008, S. 176.

Werbung

„Während die klassische, mediengebundene Werbung an anonyme Zielgruppen gerichtet ist, sind die Adressaten bei der Direktwerbung bekannt.“⁷² Ein systematischer Werbeprozess bedarf zunächst eines Werbeziels, eines Werbebudgets, einer Werbestrategie, um das Ziel innerhalb des Budgets zu erreichen und abschließend einer Werbebotschaft, die auf einem Medium verbreitet wird.⁷³ Das übergeordnete Ziel ist es, durch emotionale, physische oder kognitive Reize Aufmerksamkeit für das Produkt, die Dienstleistung oder das Unternehmen zu bekommen. Dabei spielt insbesondere die Glaubwürdigkeit eine große Rolle.⁷⁴

Verkaufsförderung

Die Definition von Pesch lautet: „Verkaufsförderung sind zeitlich befristete Aktionen mit dem Ziel, andere Marketing-Maßnahmen zu unterstützen und durch Anreize bei Händlern und Kunden die Kommunikationsziele zu erreichen.“⁷⁵ In Verbindung mit anderen Marketing-Instrumenten – wie zum Beispiel der Preispolitik – können Synergieeffekte erzeugt werden, die eine Stärkung der gesamten Kommunikation zur Folge haben,⁷⁶ zum Beispiel durch Preisausschreiben, Gutscheine, Preisnachlässe, Verkaufspromotions.⁷⁷

Öffentlichkeitsarbeit

Lorenz Steinecke hat in seinem Buch ‚Die neue Öffentlichkeitsarbeit‘ diesen Zweig der Kommunikationspolitik ausführlich und gleichzeitig übersichtlich erklärt. Seine Definition lautet: „Der Begriff Öffentlichkeitsarbeit (englisch: Public Relations, kurz: PR) bezeichnet die zielgerichtete Kommunikation einer Organisation mit ihrem Umfeld, den sogenannten Stakeholdern (zu deutsch: Anspruchsgruppen).“⁷⁸

⁷² Preißner 2008, S. 177.

⁷³ vgl. Hennig 2020, S. 137f.

⁷⁴ vgl. a.a.O., S. 138f.

⁷⁵ Pesch 2010, S. 242.

⁷⁶ vgl. a.a.O., S. 244.

⁷⁷ vgl. Nufer/Bühler 2013, S. 37.

⁷⁸ Steinecke, Lorenz (2015): Die neue Öffentlichkeitsarbeit. Wiesbaden, S. 3.

Er zeigt auf, dass die Kommunikation nicht mehr in strikt abgegrenzten Gruppen geschehen kann, sondern übergreifend sein muss. Mitarbeiter z.B. können auch Kunden sein und tragen das Unternehmen als Multiplikatoren in die Öffentlichkeit.⁷⁹



Abbildung 12: Stakeholder - Zielgruppen der Kommunikation⁸⁰

In dieser Grafik von Steinecke sind alle für das Unternehmen wichtige Stakeholder abgebildet. Es wird deutlich, dass es sich dabei einerseits um unternehmensinterne, aber auch externe Gruppen handelt. In der Kommunikationspolitik ist es wichtig, alle Gruppen zielgerichtet anzusprechen.

Den Unterschied von Öffentlichkeitsarbeit zu den anderen Kommunikationsinstrumenten sieht Preißner darin, dass der kommerzielle Charakter nicht schnell zu erkennen ist.⁸¹

⁷⁹ vgl. Steinecke 2015, S. 3.

⁸⁰ vgl. a.a.O., S. 4.

⁸¹ vgl. Preißner 2008, S. 177.

Corporate Identity

Ein Unterpunkt der Kommunikationspolitik ist die Corporate Identity, zu Deutsch: Unternehmenspersönlichkeit.⁸² „[...] Ein einheitliches, prägnantes Erscheinungsbild des Unternehmens in der Öffentlichkeit., [...] [welches] einen Orientierungsrahmen für alle Kommunikationsmaßnahmen nach innen und nach außen dar[stellt].“⁸³ Die Aufgabe der CI-Politik besteht darin, dem Unternehmen ein einheitliches Image zu geben und alle Maßnahmen darauf zu koordinieren.⁸⁴

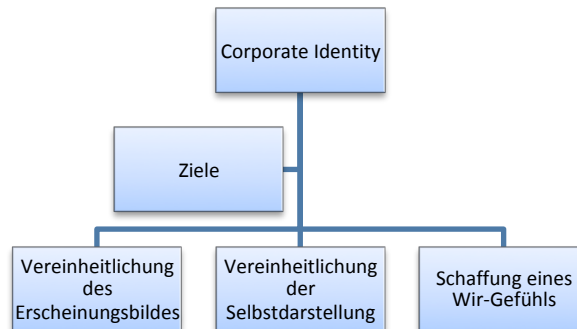


Abbildung 13: Ziele der CI (eigene Darstellung)

Um eine Unternehmenspersönlichkeit zu erschaffen, müssen einheitliche Merkmale definiert werden, durch die das Unternehmen immer wiedererkannt werden kann, und diese an den Imagezielen auszurichten.⁸⁵ Die CI wird in drei Handlungsfelder aufgeteilt:

Corporate Behavior	Corporate Communication	Corporate Design
„Verhaltensweisen der Mitarbeiter untereinander und gegenüber der Öffentlichkeit.“ ⁸⁶	„der abgestimmte Einsatz aller nach innen und außen gerichteten Kommunikationsinstrumente.“ ⁸⁷	„unverwechselbare Gestaltung des visuellen Erscheinungsbildes des Unternehmens.“ ⁸⁸

Tabelle 2: Handlungsfelder der CI (eigene Darstellung)

⁸² vgl. Hennig 2020, S. 143.

⁸³ Pesch 2010, S. 253.

⁸⁴ vgl. Ebd.

⁸⁵ vgl. Preißner 2008, S. 194f.

⁸⁶ Pesch 2010, S. 254.

⁸⁷ Ebd.

⁸⁸ Ebd.

Hinsichtlich des Dienstleistungsmarketings wurden weitere „3Ps“ ergänzt, „[...] da die klassischen Marketinginstrumente nicht alle Aktivitäten und Ressourcen berücksichtigen, mit denen Dienstleister Einfluss auf die Beziehungen zum Kunden nehmen können [...]“⁸⁹ diese sind: Personnel (Personalpolitik), Process Management (Prozesspolitik) und Physical Facilities (Ausstattungspolitik)⁹⁰.

Die Personalpolitik ist von zentraler Bedeutung, da das Personal der direkte Weg zum Kunden ist und der Kunde das Personal direkt mit der Dienstleistung in Verbindung bringt. Der Human Relations Ansatz ist insofern wichtig, da es das Ziel sein sollte, den Mitarbeiter als Brand Ambassador zu nutzen und somit das positive Bild der Marke nach außen zu tragen⁹¹. Sie gelten oft „[...] als das Gesicht des Dienstleistungsunternehmens und erbringen häufig die eigentliche Dienstleistung [...]. Hieraus leitet sich die Notwendigkeit ab, die ‚richtigen‘ Menschen zu rekrutieren – also solche, die sich kundenorientiert verhalten können und „dienstleistungstauglich“ sind.“⁹²

Die Ausstattungspolitik behandelt das äußerliche Erscheinungsbild des Unternehmens. „Das Umfeld einer Dienstleistung beinhaltet alles Greifbare im Dienstleistungsunternehmen von den Gebäuden bis zu den Visitenkarten.“⁹³ Das Corporate Design spielt hierbei eine große Rolle: Verbreitet man nach außen ein einheitliches Bild, dann bekommt der Kunde ein positives Gemeinschaftsgefühl. Eine positive Atmosphäre stimmt auch den Kunden positiv, das betrifft das gesamte Unternehmen. Alle Sinne des Kunden sollen mit dem Erscheinungsbild befriedigt werden.⁹⁴

Die Prozesspolitik hat das Ziel den Dienstleistungsprozess qualitativ zu optimieren. „[...] bei der Gestaltung der Prozesse [muss] häufig ein Kompromiss gefunden werden zwischen den Fähigkeiten des Unternehmens und den Bedürfnissen des Kunden.“⁹⁵

⁸⁹ Walsh/Deseniss/Kilian 2020, S. 514.

⁹⁰ unternehmer.de (Hrsg.) (2019): Auf einen Blick: Die „7P“ des Marketing-Mix. [online] <https://unternehmer.de/marketing-vertrieb/1781-auf-einen-blick-die-7p-des-marketing-mix>, 19.12.2020.

⁹¹ vgl. Employer Branding now (Hrsg.) (o.J.): Brand Ambassador. [online] <https://www.employer-branding-now.de/employer-branding-wiki-lexikon/brand-ambassador-employer-branding-wiki>, 19.12.2020.

⁹² Walsh/Deseniss/Kilian 2020, S. 521.

⁹³ a.a.O., S. 524.

⁹⁴ vgl. Ebd.

⁹⁵ a.a.O., S. 528.

2.2.4 Durchführungs- und Kontrollphase

Diese Phasen werden auch unter den Begriffen ‚operatives Marketing‘ oder ‚Implementierungsphase‘ zusammengefasst.⁹⁶ Die Definition von Manfred Bruhn, Heribert Meffert und Karsten Hadwich verdeutlicht einerseits die Aufgabe von Implementierung, aber auch die Wichtigkeit dieser:

„Eine Implementierung ist ein Prozess, durch den die Marketingpläne in fassbare Einzelaufgaben umgewandelt werden und durch den sichergestellt wird, dass diese Aufgaben so durchgeführt werden, dass sie zur Erreichung der Unternehmensziele beitragen.“⁹⁷

Marketing verfolgt den Grundsatz der Realisierbarkeit, welcher besagt, dass alle Konzepte realistisch und den Möglichkeiten des Unternehmens angemessen sein müssen.⁹⁸

Markus Voeth und Uta Herbst teilen die Implementierung in vier Dimensionen ein, die personelle, die kulturelle, die strukturelle und die systemische Dimension.⁹⁹ In der Einteilung von Bruhn, Meffert und Hadwich werden drei Ebenen unterschieden, die die vorher angesprochenen vier Dimensionen beinhalten:

Konzeptionelle Implementierungsebene	Spezifizierung der Implementierungsinhalte	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Marketingstrategien ■ Implementierungsmaßnahmen 	
Personenbezogene Implementierungsebene	Gesamtunternehmensbezogen	Mitarbeiterbezogen
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Anpassung bzw. Schaffung einer marktorientierten Unternehmenskultur 	<ul style="list-style-type: none"> ■ „Kennen“ ■ „Verstehen“ ■ „Können“ ■ „Wollen“ der Implementierungsinhalte
Institutionelle Implementierungsebene	Anpassung der organisationalen Unternehmenspotenziale	
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Struktur ■ Systeme 	

Abbildung 14: Ebenen der Implementierung nach Bruhn, Meffert und Hadwich¹⁰⁰

⁹⁶ vgl. Freyer 2004, S. 51.

⁹⁷ Bruhn, Manfred/Meffert, Heribert/Hadwich, Karsten (2019): Handbuch Dienstleistungsmarketing. Planung - Umsetzung – Kontrolle, 2. Auflage, Wiesbaden, S. 809.

⁹⁸ vgl. Freyer 2004, S. 51.

⁹⁹ vgl. Voeth/Herbst 2013, S. 620.

¹⁰⁰ Bruhn/Meffert/Hadwich 2019, S. 809.

Konzeptionelle Implementierungsebene

Sie bildet den Ausgangspunkt der Implementierung. Hier werden Implementierungsinhalte und -Maßnahmen spezifiziert. Sie ist Aufgabe der strategischen und operativen Marketingplanung.¹⁰¹ Diese Ebene vereint also die Strategiephase des strategischen Marketings mit der Durchführungsphase des operativen Marketings.

Personelle Implementierungsebene

„Die Hauptaufgabe im Rahmen der personellen Dimension liegt darin, eine unternehmensweite Akzeptanz für das verfolgte Marketing-Konzept zu schaffen. Denn nur mit einer intern hohen Akzeptanz kann ein Marketing-Konzept nach außen seine volle Schlagkraft entfalten.“¹⁰² Es ist wichtig, insbesondere die Mitarbeiter des Unternehmens positiv auf das angestrebte Marketing-Konzept zu stimmen, denn Mitarbeiter sind Multiplikatoren nach innen und außen. Eine Veränderung in der Unternehmensidentität kann nur dann erfolgreich sein, wenn alle an einem Strang ziehen.

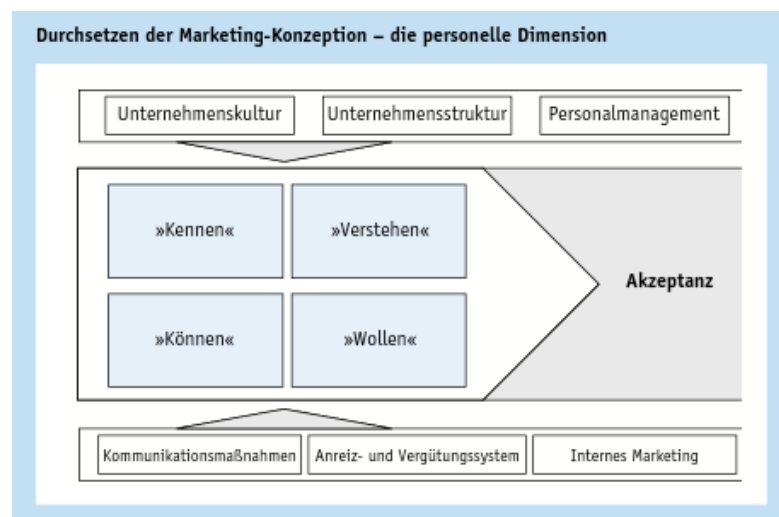


Abbildung 15: Durchsetzen der Marketing-Konzeption - die personelle Dimension nach Voeth/Herbst¹⁰³

Diese Grafik stellt den Prozess der Implementierung in der personellen Dimension dar.

¹⁰¹ vgl. Bruhn/Meffert/Hadwich 2019, S. 810.

¹⁰² vgl. Voeth/Herbst 2013, S. 621.

¹⁰³ Ebd.

Die Mitarbeiter müssen zunächst über die Maßnahmen informiert werden. Nur wenn sie die Maßnahmen kennen, können sie diese auch verstehen. Es ist wichtig, dass die Mitarbeiter den Sinn der Veränderungen begreifen, denn nur wenn sie hinter einer Entscheidung stehen können sie diese auch bestmöglich umsetzen. Da kommt man zum dritten Schritt, denn die Mitarbeiter müssen auch dazu in der Lage sein die Maßnahmen umzusetzen. „Es ist zu überprüfen, ob Qualifikationslücken bestehen und inwiefern man diesen mit geeigneten Anpassungsqualifikationen entgegenreten kann.“¹⁰⁴ Der letzte Punkt ist der wichtigste: Die Mitarbeiter müssen das Marketing-Konzept letztlich auch umsetzen wollen. „Es bietet sich dabei an, diejenigen Personen, die später maßgeblich für den Erfolg der Implementierung verantwortlich sind, schon in der Phase der Konzeptentwicklung einzubeziehen.“¹⁰⁵ Anreiz- und Vergütungssysteme können in einigen Umständen den Ausschlag geben. Im Modell von Bruhn, Meffert und Hadwich wird die von Voeth und Herbst angesprochene kulturelle Dimension unter den Oberbegriff der personellen Implementierungsebene eingeteilt. Hier nehmen Voeth und Herbst Bezug auf Welge/Al-Laham (2012), indem sie der kulturellen Dimension eine ausschlaggebende Rolle in der Implementierungsphase zusprechen, „[sie] entscheidet maßgeblich über deren Erfolg oder Misserfolg, da sie den Rahmen für das Handeln der Unternehmensmitglieder darstellt und deren Verhalten steuert.“¹⁰⁶ In dieser Dimension geht es darum, die Unternehmenskultur, die der wichtigste Bestandteil der Unternehmensidentität (s. 2.2.3 S. 17) ist, reell auszuleben. In vorherigen Prozessen wurde theoretisch von einer Soll-Kultur gesprochen, wie man sich das Unternehmen vorstellt. Nun geht es darum, daraus eine Ist-Kultur zu machen, also so, dass die theoretische Überlegung in der Praxis auch bei den Rezipienten wahrgenommen wird.¹⁰⁷

Institutionelle Implementierungsebene

In dieser Ebene werden „[...] Anpassungen hinsichtlich der Strukturen (Aufbau- und Ablauforganisation) sowie Systeme (z. B. Controlling- und Informationssysteme) einer Unternehmung notwendig.“¹⁰⁸ Hier geht es darum strukturell im Unternehmen die Marketingprozesse in einer Marketing-Organisation zu vereinen. „Unter einer Marketing-Organisation versteht man den Teil eines Unternehmens, dessen Hauptaufgabe die Ausübung der Marketing- und Vertriebsfunktionen ist.“¹⁰⁹

¹⁰⁴ Voeth/Herbst 2013, S. 623.

¹⁰⁵ Ebd.

¹⁰⁶ vgl. a.a.O., S. 625.

¹⁰⁷ vgl. Ebd.

¹⁰⁸ Bruhn/Meffert/Hadwich 2019, S. 810.

¹⁰⁹ a.a.O., S. 628.

3 Der Trabrennsport in Deutschland

In diesem Kapitel geht es um die Grundlagen des Trabrennsports. Zunächst werden die wichtigsten Grundbausteine des Trabrennsports beschrieben. Die Geschichte des Trabrennsports wird kurz umrissen, danach wird insbesondere auf die Entwicklungen bis zur heutigen Zeit eingegangen. Der Dachverband, der Hauptverband für Traberzucht e.V. (HVT) wird in seinem Aufbau und seinen Funktionen beleuchtet. Abschließend wird die Pferdewette im deutschen Trabrennsport, ihre Bedeutung sowie der Unterschied zwischen der Totalisator- und der Buchmacherwette erklärt.

3.1 Grundlagen

Im Duden lautet die Definition von Trabrennen: „Pferderennen, bei dem die Pferde nur im Trab rennen dürfen und bei dem der Jockey im Sulky sitzt.“¹¹⁰

Genauer ist hier die Definition, die man in der Satzung und Ordnung des HVT findet. Unter § 30 der Trabrennordnung (TRO) steht geschrieben:

- „1. Rennen werden im Trab, einspännig im Rennwagen gelaufen.*
- 2. Trab ist eine Grundgangart des Pferdes, bei der die Vorwärtsbewegung im Zweitakt bei diagonalen Fußfolge ausgeführt werden muss.*
- 3. Rennen müssen auf einer ordnungsgemäß angelegten und vermessenen Rennbahn durchgeführt werden.*
- 4. Rennen können auch unter dem Sattel gelaufen werden (Trabreiten). Hierfür gilt die TRO sinngemäß.“*

In dieser Beschreibung sind also im Grunde die wichtigsten Aspekte des Trabrennsports enthalten. Hinzu kommt noch, dass ausschließlich Pferde der Rasse Traber in Trabrennen zugelassen sind, also im Zuchtbuch des HVT eingetragene Pferde.¹¹¹ Es gibt verschiedene Traber-Rassen. Es gibt drei verschiedene Ursprünge, aus denen sich der Deutsche Traber zusammensetzt: den russischen Orlov-Traber, den französischen Traber (Trotteur Francais, kurz: TF) und den amerikanischen Traber.¹¹²

¹¹⁰ Dudenredaktion (Hrsg.). (o. J.): „Trabrennen“. Literaturverzeichnis, Duden online, [online] <https://www.duden.de/rechtschreibung/Trabrennen>, 23.11.2020.

¹¹¹ vgl. §28 Abs. 1 TRO.

¹¹² Bergmann, Heinz-Hubert/Bloch, Gerhard/Rülcker, Christoph (1991): Grün aus – Start frei. Der deutsche Trabrennsport, Essen, S. 7.

„Aufgrund des Einsatzes der Warmblutstuten und der Selektion auf Schnelligkeit, variieren die Deutschen Traber in ihrer Erscheinung mitunter stark.“¹¹³ Sie können zwischen 145 und 175 cm groß sein, einige stehen eher im Vollbluttyp, sind also zierlicher gebaut, andere eher im Warmbluttyp, also kräftiger gebaut. Auch im Farbspektrum kommen nahezu alle Pferdefarben vor, typisch sind Braune und Rappen (schwarze Fellfarbe), auch Fuchse (rot-braune Fellfarbe) sieht man, sehr selten sieht aber nur Schimmel (weiße Fellfarbe). Das Zuchtziel wird in der Zuchtbuchordnung des HVT wie folgt beschrieben: „[...] der leistungsfähige Renntaber mit Frühreife und korrektem Exterieur, der auch für die Verwendung in der Landespferdezucht geeignet ist.“¹¹⁴ Den Charakter eines Trabers kann man als ausgeglichen und nervenstark bezeichnen, außerdem sollte für den Erfolg als Rennpferd ein gewisses Maß an Siegeswille, in Traberkreisen als ‚Rennkopf‘ bezeichnet, vorhanden sein. Die größte Besonderheit des Trabers sieht man in seinem Gangbild: Um Höchstgeschwindigkeiten von bis zu 50 km/h zu erreichen, können Traber ihre Hinterhufe an den Vorderhufen außen vorbei führen.¹¹⁵ Das rennfähige Alter eines Trabers liegt zwischen dem zweiten und dem zehnten Lebensjahr bei Stuten, Wallache und Hengste können sogar bis zum 14. Lebensjahr laufen.¹¹⁶

Der Trabrennfahrer sitzt hinter dem Pferd im Sulky, hierbei gibt es keine Vorgaben bezüglich des Gewichts. Frauen und Männer starten nicht getrennt voneinander. Eine Altersbeschränkung gibt es ebenfalls nicht, lediglich das Einstiegsalter ist mit mindestens 16 Jahren festgesetzt.¹¹⁷ Es wird zwischen dem Berufs- und dem Amateurfahrer unterschieden. Ein Berufsfahrer hat eine abgeschlossene dreijährige Berufsausbildung als Pferdewirt, Schwerpunkt Trabrennfahrer, bei einem Trainer mit Meistertitel absolviert.¹¹⁸ Ein Amateurfahrer muss eine Amateurfahrerprüfung bestehen und darf innerhalb der letzten drei Jahre weder als Berufstrainer gearbeitet, noch irgendeine andere bezahlte Arbeit mit fremden Pferden ausgeführt haben.¹¹⁹

¹¹³ E-Horses Magazin (Hrsg.) (o.J.): Deutscher Traber. in: E-Horses Magazin, [online] <https://www.ehorses.de/magazin/pferderassen/deutscher-traber/>, 18.12.2020.

¹¹⁴ § 2 Abs. 1 ZBO.

¹¹⁵ vgl. markt.de (Hrsg.) (o.J.): Traber-Pferdeportrait. [online] <https://www.markt.de/ratgeber/pferde/traber/>, 18.12.2020.

¹¹⁶ vgl. § 28 Abs. 3 TRO.

¹¹⁷ vgl. §§ 20-26 TRO.

¹¹⁸ vgl. § 21 A Abs. 1 TRO.

¹¹⁹ vgl. § 24 Abs. 1-2 TRO.

Ausweisinhaber dürfen generell an allen Rennen teilnehmen, mit der Ausnahme, dass Amateurfahrer in offenen Rennen erst ab 25 Siegen und nur mit eigenen Pferden mitfahren dürfen.¹²⁰

Rennen können aber auch nach Fahrausweisinhabern eingeteilt werden, dabei wird unterschieden zwischen Lehrlings- und Nachwuchsfahren, in Amateurfahren, in Besitzerfahren oder selten auch in Gästefahren (gemäß § 2 TRO).¹²¹ Das Trabreiten ist eine Sonderform. Beim Trabreiten gemäß § 30 TRO sitzt der Reiter auf dem Pferd. Das Mindestgewicht liegt bei 60 kg. Wiegt der Reiter oder die Reiterin weniger, muss Extragewicht mitgenommen werden, das Höchstgewicht liegt bei 85 kg. Dieses Gewicht beinhaltet das Körpergewicht, das Renndress und den Sattel.¹²²

Die Rennen werden auf Trabrennbahnen abgehalten, die wie ein oval geformt und zwischen 800¹²³ und 1.200 Metern¹²⁴ lang ist. In Deutschland gibt es noch acht Trabrennbahnen, die regelmäßig Trabrennen veranstalten, das sind die Trabrennbahnen Berlin-Mariendorf und Berlin-Karlshorst, München-Dagfing, Straubing, Hamburg Bahrenfeld, Gelsenkirchen, Mönchengladbach und Dinslaken¹²⁵, wobei letztere geschlossen werden sollen. Der Pachtvertrag der Trabrennbahn Mönchengladbach ist zum 31.12.2021 gekündigt¹²⁶ und der Pachtvertrag der Trabrennbahn Dinslaken endet Ende 2022¹²⁷.

¹²⁰ vgl. § 24 Abs. 4 TRO.

¹²¹ vgl. § 49 TRO.

¹²² vgl. Durchführungsbestimmungen für das Trabreiten gem. § 30 TRO.

¹²³ vgl. Stadt Dinslaken (Hrsg.) (o.J.): Trabrennbahn. [online]

<https://www.dinslaken.de/de/wirtschaftsfoerderung/trabrennbahn/>, 18.12.2020.

¹²⁴ vgl. Landeskanzlei Berlin (Hrsg.) (o.J.): Trabrennbahn Mariendorf. [online]

<https://www.berlin.de/sehenswuerdigkeiten/3561226-3558930-trabrennbahn-mariendorf.html>, 18.12.2020.

¹²⁵ vgl. Bundesamt für Kartographie und Geodäsie (Hrsg.) (2015): Übersichtskarte Deutschland. Pferderennbahnen, [online] https://www.bkg.bund.de/SharedDocs/Downloads/BKG/DE/Downloads-Karten/Downloads-Wussten-Sie-Schon/2015-07_Deutschlandkarte-Pferderennbahnen.pdf?__blob=publicationFile&v=1, 18.12.2020.

¹²⁶ vgl. Peters, Gabi (2019): Pachtvertrag Trabrennbahn wird gekündigt. Gladbacher Airport expandiert, Mönchengladbach, in RP-Online, [online] https://rp-online.de/nrw/staedte/moenchengladbach/pachtvertrag-der-trabrennbahn-wird-gekuendigt_aid-45962833, 18.12.2020.

¹²⁷ vgl. NRZ (Hrsg.) (2019): Pachtvertrag mit der Trabrennbahn Dinslaken endet schon 2022. In: Neue Ruhr Zeitung, [online] <https://www.nrz.de/staedte/dinslaken-huenxe-voerde/pachtvertrag-mit-der-trabrennbahn-dinslaken-endet-schon-2022-id212813427.html>, 18.12.2020.

Jedes Pferd, das an Trabrennen in Deutschland teilnehmen möchte, muss im Zuchtbuch des HVT eingetragen sein, bei einem anerkannten Trainer trainiert werden und alle medizinischen Voraussetzungen erfüllen.¹²⁸ Außerdem muss es eine Qualifikation bestehen, zum Einen am Anfang der Rennkarriere, aber auch, wenn das Pferd innerhalb der letzten sechs Monate vor dem geplanten Start nicht an Rennen teilgenommen hat oder viermal in Folge disqualifiziert wurde.¹²⁹

„Die Rennen werden in Leistungsgruppen gelaufen, die durch die Ausschreibung festgelegt werden. Leistungsgruppen können unter Berücksichtigung folgender Eigenschaften der Pferde gebildet werden: Alter, Geschlecht, Gewinnsumme, Rekord,¹³⁰ Platzierung.“¹³¹ Am häufigsten ist jedoch die Einteilung nach Gewinnsumme, also die Summe von Rennpreisen, die ein Pferd in sämtlichen Trabrennen gewonnen hat.¹³² Die Renndistanz beträgt mindestens 1.600 Meter, eine Obergrenze gibt es nicht, außer in Rennen mit zwei- und dreijährigen Pferden, da liegt sie bei 2.000 bzw. 2.800 Metern.¹³³ Es gibt zwei verschiedene Startvarianten, den Auto- und den Bänderstart.¹³⁴ Beim Autostart versammeln sich alle Pferde ihren Startnummern nach an zwei, fast über die gesamte Breite der Bahn ausgebreiteten Flügeln. Nummer eins bis acht starten aus der ersten Reihe, Nummer neun bis 14 dahinter. Das Auto fährt bei stetig steigendem Tempo bis zur Startstelle, dort werden die Flügel eingeklappt und das Rennen startet aus dem Laufen heraus.¹³⁵ Der Bänderstart ist ein stehender Start, hierbei versammeln sich die Pferde hintereinander nach ihren Startnummern aufgereiht neben der Bahn und drehen dann fast in einem 90-Grad-Winkel in Rennrichtung ein. Echte Bänder werden nicht mehr gespannt, jedoch gibt es imaginäre Startlinien. Das Besondere gegenüber dem Autostart ist, dass nicht alle Pferde von der selben Startmarke ins Rennen gehen. Pferde mit höherer Gewinnsumme müssen eine Zulage von 20-25 Metern auf die vorderen Pferde geben, gibt es ein drittes Band dann sind es sogar 40-50 Meter.¹³⁶

¹²⁸ vgl. § 28 TRO.

¹²⁹ vgl. § 51 Abs. 1 und 4 TRO.

¹³⁰ gemessen über den Durchschnittskilometer.

¹³¹ § 32 Abs. 1-2 TRO.

¹³² vgl. § 34 Abs. 1 TRO.

¹³³ vgl. § 36 A Abs. 1-2 TRO.

¹³⁴ vgl. § 78 Abs. 1 TRO.

¹³⁵ vgl. Hauptverband für Trabrennsport e.V. (Hrsg.) (o.J.-a): Rennbahn-ABC. [online] <https://www.mein-trabrennsport.de/Die-Rennbahn/Rennbahn-ABC>, 26.12.2020.

¹³⁶ vgl. Ebd.

Die Rennleitung wird vom HVT bestellt und fungiert während des Renntages als Aufsichtsorgan über die Einhaltung der Regeln der TRO.¹³⁷ Die Paragraphen 54 und 55 beinhalten die diversen Aufgaben der Rennleitung, insbesondere während des Rennens achtet die Rennleitung auf einen regelkonformen Ablauf und kann Pferde disqualifizieren oder im Nachhinein Strafen aussprechen.¹³⁸

Die Gründe für eine Disqualifikation sind: Galoppieren (disqualifiziert rot), Pass (abwechselnde Bewegung der linken und rechten Beine) oder unreine Gangart (nicht Takt rein) (disqualifiziert blau). Dabei gilt die Disqualifikation, wenn das Pferd mehr als 100 Meter oder 15 Sprünge lang galoppiert, wenn es mehr als zweimal galoppiert oder wenn es dadurch einen Vorteil erhält sowie bei mehr als fünf Sprüngen auf der Zielgeraden oder wenn die Ziellinie im Galopp überquert wird.¹³⁹ Außerdem kann eine Disqualifikation aufgrund eines Regelverstößes, der den Ausgang des Rennens beeinflusst hat, erfolgen oder wenn das abgegrenzte Renngelände verlassen wurde.¹⁴⁰

„Als Rechtsorgan obliegt der Rennleitung die Ahndung von Ordnungswidrigkeiten mit Geldbußen bis zu 1.500€ und Fahrverboten bis zu drei Monaten.“¹⁴¹ Eine Auflistung dieser Ordnungswidrigkeiten mit den dazugehörigen Strafen gibt es jedoch nicht. In § 84 TRO sind mit der Fahrordnung jedoch die wichtigsten Regeln im Rennen dargelegt.¹⁴²

¹³⁷ vgl. § 53 Abs. 1 und § 54 Abs. 1 TRO.

¹³⁸ vgl. §§ 54-55 TRO.

¹³⁹ vgl. § 83 Abs. 2 a)-c) TRO.

¹⁴⁰ vgl. § 83 Abs. 2 d)-e) TRO.

¹⁴¹ § 98 TRO.

¹⁴² vgl. § 84 TRO.

3.2 Geschichte und Entwicklung des Trabrennsports in Deutschland

Um die aktuelle Problematik zu begreifen, muss man einen Blick in die Vergangenheit werfen.

Nach dem Krieg mit Frankreich, 1870, machte man in Deutschland erstmals die Bekanntschaft mit Renntabern.¹⁴³ Drei Jahre später gründet sich der erste Trabrennverein, der Zucht- und Trabrennverein Straubing, und es folgten schnell weitere, zum Beispiel 1874 in Hamburg, 1877 in Berlin, 1893 in Mönchengladbach, 1912 in Gelsenkirchen.¹⁴⁴

Besonders interessant ist die Zusammensetzung der Gründer des Berliner Trabrennclubs 1877: „Der Verein hatte 24 Mitglieder und zwar 8 Kaufleute, 7 Schlächtermeister, 3 Rentiers, 2 Fuhrherren, je einen Inspektor, einen Tierarzt, einen Wagenfabrikanten und einen Stallmeister.“¹⁴⁵ Das zeigt deutlich welche Klientel den Trabrennsport in Deutschland gegründet hat, „[das] Bürgertum und [der] gewerbliche Mittelstand, und daran hat sich bis heute letztendlich nichts verändert.“¹⁴⁶

Der Trabrennsport hatte es schon damals nicht einfach. 1870 erfand der Franzose Josep Oller das Totalisatorprinzip¹⁴⁷ (Erklärung s. 3.4) für die Abwicklung des Wettgeschäfts. 1881 wurde per königlichem Edikt der gesamte Totalisatorbetrieb verboten und erst 1886 wurde er wieder erlaubt, jedoch verbunden mit hohen Auflagen: „Alle Vereine, die Trabrennsport betreiben und eine Totalisatorerlaubnis erhalten wollten, mussten sich der Aufsichtsorganisation des Galopprennsports, dem Union-Club, anschließen.“¹⁴⁸ Ein weiterer großer Schritt der Entwicklung, der bis heute bestand hat, war der Wechsel vom 1892 veröffentlichten Rekordsystem, „bei dem Pferde mit besseren Rekorden (gemessen über den Durchschnittskilometer) den Pferden mit schlechteren Rekorden Vorgaben leisten mussten.“¹⁴⁹

¹⁴³ vgl. Pulte, Josef (o.J.): Der Weg wurde gefunden.[online] <https://trabhalloffame.de/Geburtsstunde/Trabersport>, 19.12.2020.

¹⁴⁴ vgl. Bergmann/Bloch/Rülcker 1991, S. 17.

¹⁴⁵ Ebd.

¹⁴⁶ Ebd.

¹⁴⁷ Deutscher Galopp e.V. (Hrsg.) (o.J.-a): Was ist ein Totalisator?. [online] <https://www.deutscher-galopp.de/gr/wetten/weitere-informationen-zur-wette/was-ist-ein-totalisator.php>, 19.12.2020.

¹⁴⁸ Bergmann/Bloch/Rülcker 1991, S. 19.

¹⁴⁹ Ebd.

Das führte jedoch dazu, dass es keine wirklichen Bestrebungen der Trainer mehr gab, die Rekorde ihrer Pferde zu verbessern, woraufhin 1912 das Gewinnsummensystem eingeführt wurde, welches die Pferde nach ihrem gewonnen Preisgeld in Klassen einteilt. Hier gibt es bis heute die große Kritik, dass Pferde nicht zurückgestuft werden können: Einmal erzielte Gewinne bleiben ein Leben lang und einige Pferde können diese Gewinnsumme aber irgendwann nicht mehr verteidigen,¹⁵⁰ sie werden also wegen ihrer erfolgreichen Vergangenheit höher eingestuft, als es ihrem aktuellen Leistungsstand entspricht. 1896 wird als die Geburtsstunde des modernen, organisierten Trabrennsports beschrieben, denn da wurde das erste Band des Trabergetütsbuches veröffentlicht.¹⁵¹

„Der wohl wichtigste Schritt für den organisierten Trabrennsport nach dem ersten Weltkrieg war der in die verbandsmäßig organisierte Selbstständigkeit. Nachdem 1918 der Union-Club aufgelöst wurde, [...] konnte bereits 1920 in Berlin die oberste Behörde für Traber-Zucht und –Rennen gegründet werden.“¹⁵² In den Jahren bis zum Zweiten Weltkrieg erlebte der Trabrennsport einen ungeahnten Aufschwung, welcher dazu führte, dass der deutsche Trabrennsport in Europa führend war.¹⁵³ Dann kam jedoch der Zweite Weltkrieg, der „seine Opfer auch vom Trabrennsport gefordert“¹⁵⁴ hat. Die Besatzungsmächte teilten nicht nur Deutschland, sondern auch den Trabrennsport. Die oberste Behörde für Traberzucht und Rennen (OBT) war nur noch für Berlin zuständig, in Bayern und Baden-Württemberg war die Commission für Traberzucht und Rennen (CTB) zuständig, und im Norden gründete sich der Zentralverband für Traber-Zucht und Rennen (ZVT), welcher für die übrigen Regionen zuständig war.¹⁵⁵

Nachdem sich die politischen Verhältnisse etwas beruhigt hatten, wurde 1957 das Direktorium für Traber-Zucht und Rennen gegründet und 1959 anerkannt. Es diente als übergeordneter Dachverband, der jedoch Ende 1964 schon wieder die Arbeit einstellte. 1965 konnte eine Spaltung durch die Gründung des Hauptverbandes für Traberzucht und Rennen verhindert werden.¹⁵⁶

¹⁵⁰ vgl. Bergmann/Bloch/Rülcker 1991, S. 19.

¹⁵¹ Ebd.

¹⁵² a.a.O., S. 26.

¹⁵³ Ebd.

¹⁵⁴ a.a.O., S. 27.

¹⁵⁵ vgl. Ebd.

¹⁵⁶ vgl. Ebd.

Die damalige Organisationsstruktur gliederte sich in eine Organisations- und eine Handlungsebene:

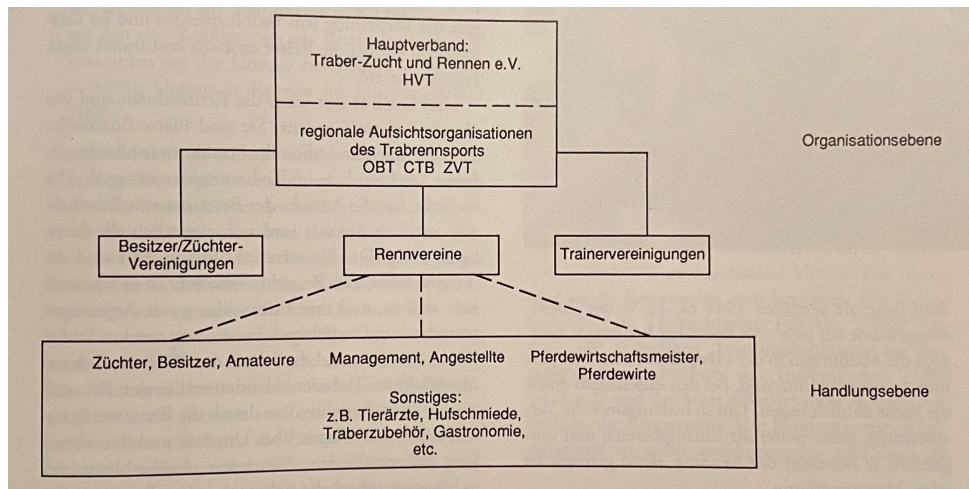


Abbildung 16: Organisationsstruktur HVT¹⁵⁷

Den Hauptverband für Traberzucht und Rennen gibt es bis heute, jedoch heißt er seit 2006 nur noch Hauptverband für Traberzucht. Aufgrund einer drohenden Insolvenz wurden diverse Satzungsänderungen vorgenommen.¹⁵⁸ Im Rahmen dieser Satzungsänderung hat sich der HVT klar von der Vermarktungsposition distanziert und diesen Posten ausgeschrieben, welcher von Win Race übernommen wurde. Außerdem gibt es die drei Aufsichtsorganisationen heute nicht mehr. Der HVT wirkt nun mehr ausschließlich als Zuchtverband und wollte daher auch die Mitgliedsstruktur verändern:

„Gemäß der Satzungsänderung von 2006 sollten ausschließlich Züchter Mitglied im HVT sein können, demgemäß hatten alle Vereine ihre Mitgliedschaft eigentlich verloren. Die Satzungsänderung ist aber seinerzeit hinsichtlich des Ausschlusses von Mitgliedsvereinen vom Registergericht aus Gründen des Bestandsschutzes nicht eingetragen worden. Einige Mitgliedsvereine sind danach im Lauf der Zeit wegen ihrer Auflösung zwangsläufig aus dem HVT ausgeschieden; deren Nachfolgevereine konnten nicht mehr Mitglied werden.“¹⁵⁹

¹⁵⁷ Bergmann/Bloch/Rülcker 1991, S. 145.

¹⁵⁸ Stadler, Max (2007): Offener Brief an Herrn Jürgen Hunke – Vorsitzender des HTZ e.V. [online] <https://www.yumpu.com/de/document/read/27177260/download-trabrennsportde>, 21.12.2020.

¹⁵⁹ Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) (2016): Fakten im Nachgang zur HVT-Mitgliederversammlung. [online] <https://www.mein-trabrennsport.de/Info/NEWS/Fakten-im-Nachgang-zur-HVT-Mitgliederversammlung>, 21.12.2020.

Vergleicht man die vorherige Mitgliedsstruktur mit der aktuellen, dann fällt auf, dass eine Vielzahl der damaligen Vereine nicht mehr dabei ist. So waren 1990 noch drei regionale Aufsichtsorganisationen, 15 Rennvereine, 11 Züchter- und Besitzervereine, der deutsche Trabrennamateurfahrerverband und der Trainerverein Mitglieder im HVT. Heute gibt es zwar die Möglichkeit persönliches Mitglied zu werden (wenn man die Auflagen aus § 8 Absatz 1 Satzung und Ordnung des HVT erfüllt), jedoch stehen in der Satzung nur noch 16 Vereine,¹⁶⁰ die eine Mitgliedschaft haben, diese jedoch nur bei einer Mindestanzahl von 40 Mitgliedern wahrnehmen können,¹⁶¹ welche meist nicht erfüllt wird. So kam es zur heutigen Mitgliederverteilung, die im Kapitel 3.3 noch genauer betrachtet wird.

Eine ganz entscheidende Entwicklung, die aus der Strukturreform entstanden war, war der ausgeschriebene Posten des zentralen Vermarkters. Dabei spielen zwei Unternehmen eine Rolle, einmal die Win Race Pferderennen Vermarktungs GmbH und German Tote Service und Beteiligungs GmbH, die nach außen hin als „Wettstar“ auftritt. Die Aufgabe des alleinigen Vermarkters des deutschen Trabrennsports übernahm Win Race von 2006 bis Ende 2014. Deren Ausstiegsgründe werden in Kapitel 3.4 genauer beleuchtet. Die Aufgabe von Win Race lag bis 2014 darin, den Trabrennsport als Ganzes sowie die Wette und die Veranstaltungen zu vermarkten. Win Race hat die Rennbahnen in Gelsenkirchen und Hamburg übernommen und wollte diese als attraktive Eventflächen gestalten, außerdem hat Win Race die Züchter mit zusätzlichen Prämien gefördert, eine Rennzeitung erstellt und ein allumfassendes zentrales Vermarktungskonzept angewandt.¹⁶² Ein Konzept, das unter anderem die Bildung von vier Säulen des Trabrennsports beinhaltet hat. Es sollten nur die vier großen Rennbahnen (Berlin-Mariendorf, München-Daglfing, Gelsenkirchen und Hamburg-Bahrenfeld) gefördert werden.¹⁶³ Das gefiel den kleineren Rennbahnen, bzw. den Rennvereinen nicht, woraufhin man mit der Traberliga gegensteuern wollte. Ein neuer Zuchtverband gründete sich mit den Trabrennvereinen Karlshorst, Pfaffenhofen und Hamburg.¹⁶⁴ Dieser neue Verband bekam eine Anerkennung für drei Jahre, konnte aber aufgrund von starkem Widerstand von der HVT-Seite nicht bestehen und ruht seitdem als Verein. Man hatte sich später mit Win Race arrangiert und bis 2014 eine gute Zusammenarbeit gefunden.

¹⁶⁰ vgl. § 8 Abs. 2 Satzung und Ordnung des HVT.

¹⁶¹ vgl. § 11 Abs. 2 Punkt 2) Satzung und Ordnung des HVT.

¹⁶² vgl. Telefoninterview mit Sascha Multerer, Anlage F, S. LXXXVIII.

¹⁶³ vgl. Interview mit Heinz Wewering, Anlage B, S. XXXV.

¹⁶⁴ vgl. Telefoninterview mit Dimitrios Vergos, Anlage E, S. L.

2003 wurde von Deutscher Galopp, dem Dachverband des deutschen Galopprennsports, das Unternehmen German Tote gegründet. German Tote fungiert auf Basis eines Exklusivvertrags als Hauptvermittler für Wetten aus dem Aus- und Inland auf französische Pferderennen in den französischen Totalisator, der von der Pari Mutuel Urbain (PMU) betrieben wird. Die PMU ist der größte Wettanbieter in Europa. Sie steht zu jeweils 50 Prozent im Besitz der französischen Traber- und Galoppverbände.¹⁶⁵ 2013 unterbreitete die PMU German Tote ein Angebot, welches im August 2015 zu einer 51 prozentigen Beteiligung der PMU am Unternehmen German Tote, später Wettstar, führte. 2006 hatte German Tote Win Race aber bereits ein Angebot unterbreitet, an den Erträgen aus der Kooperation mit der PMU beteiligt zu sein, welches Win Race ablehnte und einen eigenen Vertrag mit der PMU abschloss. Als Win Race Ende 2014 kurzfristig den Betrieb einstellte, wurde damit auch der Vertrag mit der PMU gekündigt.¹⁶⁶

Der Trabrennsport stand nun ohne Vermarkter und ohne Verträge da. Diesen Platz übernahm Wettstar im Jahr 2015. Jedoch trat German Tote nicht in alle Fußstapfen von Win Race. German Tote hat mit den Rennvereinen diverse Verträge geschlossen, einerseits über ein kostenlos zur Verfügung gestelltes Totalisator-System, über die Vermarktung der Wette mit anderen Vertriebspartnern wie Buchmachern, Wettannahmestellen oder ausländischen Totalisator-Anbietern, die ihre Wetten über German Tote in den Totalisator des jeweiligen Rennvereins vermitteln und über die Produktion der TV-Bilder sowie den Vertrieb dieser Bilder. Außerdem hat German Tote den operativen Betrieb der Trabrennbahn Gelsenkirchen übernommen.¹⁶⁷ „Damit entstand [jedoch] plötzlich ein Vakuum, weil in der Vermarktung des Sports eigentlich eine Instanz wie Win Race gefehlt hat, Wettstar übernahm die Position nicht und der HVT wollte sie nicht mehr oder konnte sie auch nicht mehr übernehmen – und das ist der Zustand, den wir bis heute haben.“¹⁶⁸ Lediglich den Vertrag mit der PMU schloss der HVT ab, nachdem dieser mit Win Race 2014 nichtig geworden war.¹⁶⁹

¹⁶⁵ vgl. Telefoninterview mit Sascha Multerer, Anlage F, S. XCIV.

¹⁶⁶ vgl. Telefoninterview mit Riko Luiking, Anlage G, S. CII.

¹⁶⁷ vgl. Telefoninterview mit Riko Luiking, Anlage G, S. C.

¹⁶⁸ Telefoninterview mit Sascha Multerer, Anlage F, S. LXXXVIII.

¹⁶⁹ vgl. Schindler, Heinz (2019): Trabrennsport in der Krise. Pferdefreunde dringend gesucht, [online] https://www.deutschlandfunkkultur.de/trabrennsport-in-der-krise-pferdefreunde-dringend-gesucht.966.de.html?dram:article_id=465889, 23.12.2020.

Die Entwicklung von einem florierenden Trabrennsport in den achtziger Jahren bis hin zur Insolvenz des Hauptverbandes und zahlreicher Rennvereine zeigen die Zahlen sehr deutlich auf:

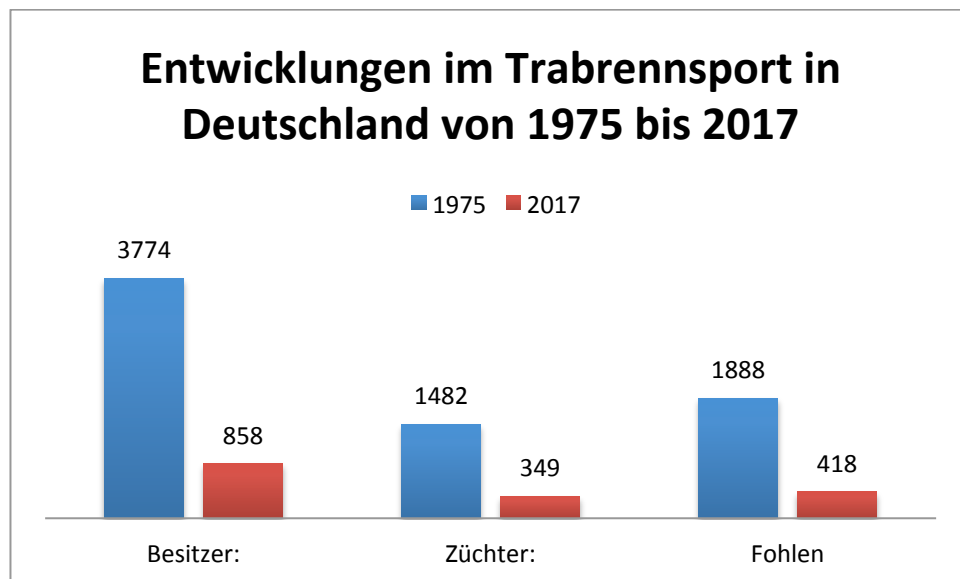


Abbildung 17: Entwicklung der Anzahl von Besitzern, Züchtern und Fohlen von 1975¹⁷⁰ bis 2017¹⁷¹ (eigene Darstellung)

Die Grafik zeigt deutlich, dass die wichtigsten Bereiche des Sportes, die Basis auf der alles aufbaut, enorm zurückgegangen sind: Den Rückgang der Besitzer um 77 Prozent, der Züchter um 76 Prozent und der Fohleugeburten um 78 Prozent. Diese Entwicklungen konnte man wohl schon in den frühen achtziger Jahren sehen, so berichtete Heinz Wewering im Interview,¹⁷² als man der Meinung war, dass, wenn einer aufhört, jemand Neues nachkommen würde. Dem war jedoch nicht so, und so ging es Stück für Stück immer weiter bergab. Wewering sieht die Schuld dafür bei den Rennvereinen, die, anstatt sich Gedanken darüber zu machen, dass die gezahlten Einsätze der Besitzer zurückgegangen sind, lediglich die Dotation der Rennen ebenfalls gedrosselt haben, was den Besitzerrückgang noch beflügelt hat.¹⁷³

¹⁷⁰ Zahlen aus 1975: vgl. Furler, Adolf/Klein, Fritz (1976): In Sattel und Sulky. Alles über den Pferderennsport, Hamburg, S. 49.

¹⁷¹ Zahlen aus 2017: mündliche Auskunft HVT

¹⁷² vgl. Interview mit Heinz Wewering, Anlage B, S. XXXI.

¹⁷³ vgl. a.a.O., S. XXIX.

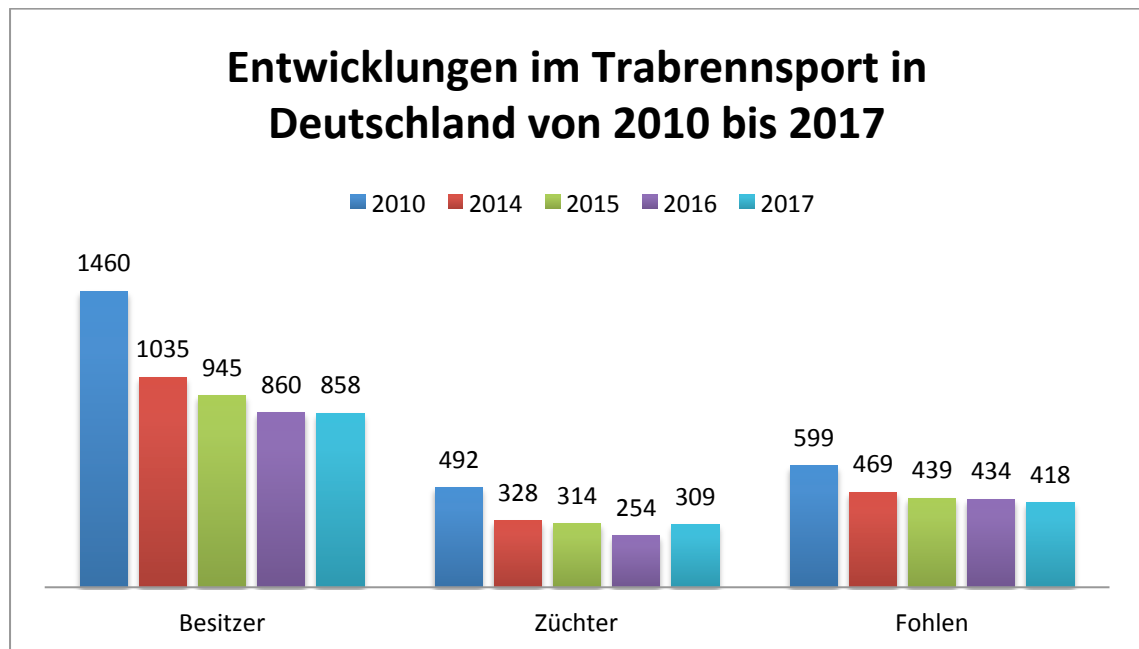


Abbildung 18: Entwicklung der Anzahl von Besitzern, Züchtern und Fohlen von 2010 bis 2017¹⁷⁴
(eigene Darstellung)

Selbst in dieser kurzen Zeitspanne wird der stetige Rückgang deutlich. Was ebenfalls auffällig ist, ist die fehlende Transparenz des HVT. Aktuelle Zahlen gibt es nicht, außer die Anzahl der gestarteten Pferde (s. Abbildung 18). Seit dem 3. Quartal 2018 sind im Trabrennkalendar keine Statistiken mehr über die Höhe der Totoumsätze, die Anzahl der Renntage, die Anzahl der Rennen und die Höhe der Rennpreise veröffentlicht worden. Auf Nachfrage beim HVT wurden ebenfalls keine Zahlen übermittelt.

¹⁷⁴ vgl. Informationssammlung Bernhard Rosengarten, Anlage J.

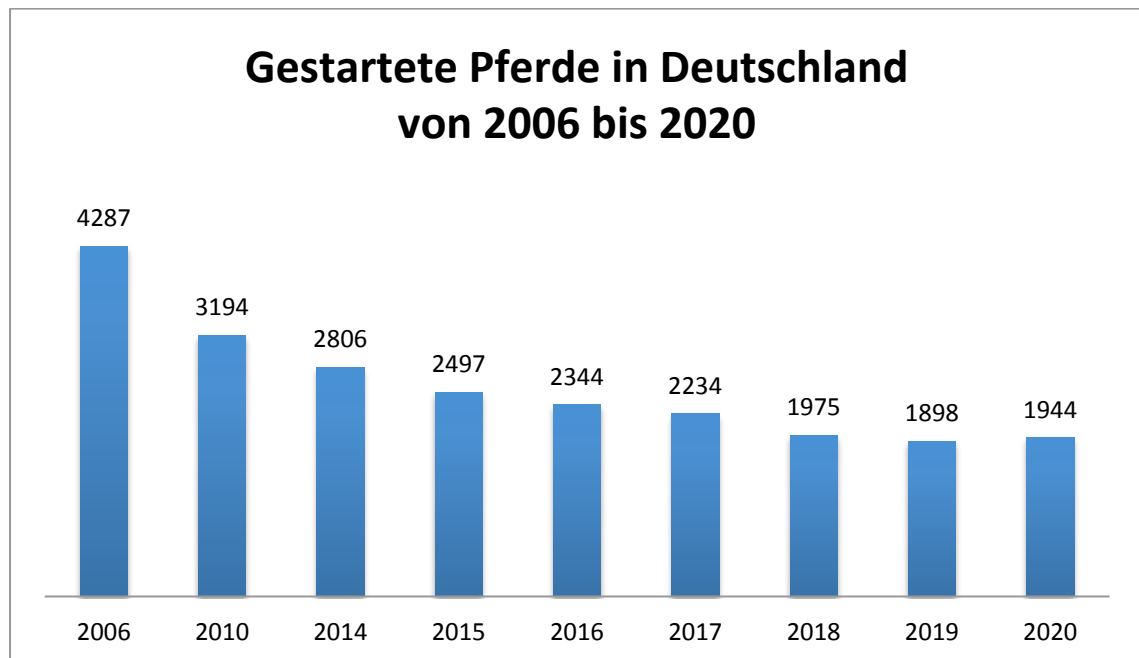


Abbildung 19: Gestartete Pferde 2006-2020¹⁷⁵ (eigene Darstellung)

Die Anzahl der gestarteten Pferde ist von 2006 bis 2020 auf weniger als die Hälfte gesunken, um 55 Prozent. Dementsprechend ist auch die Anzahl der Renntage gesunken. 2014 wurden noch 229 Rennveranstaltungen abgehalten¹⁷⁶, dieses Jahr waren 217 Renntage geplant, wovon 75 ausgefallen sind (35 davon aufgrund der coronabedingten Einstellung des Rennbetriebes 15. März bis 12. Mai 2020, wofür im Nachgang aber auch zusätzliche Termine vergeben wurden), also schlussendlich 142 Renntage. 2021 sind bis dato nur 154 Renntermine angesetzt.¹⁷⁷

Diese Entwicklung zeigt deutlich, dass von der einstigen Volkssportart der achtziger Jahre nicht mehr viel übrig ist.

¹⁷⁵ Anzahl der gestarteten Pferde: vgl. Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.): Trabrennkalendar für die Bundesrepublik Deutschland. Jeweils die letzte Ausgabe der Jahre 2006-2020

¹⁷⁶ vgl. Hauptverband für Traberzucht e.V. (2015): Trabrennkalendar für die Bundesrepublik Deutschland 53/15.

¹⁷⁷ vgl. Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) (2020): Renntermine 2021. [online] <https://www.hvtonline.de/monatstermine/202012>, 21.12.2020.

Mit der Zahl der Besitzer und Pferde ist auch die Besucherzahl auf den Rennbahnen stetig gesunken¹⁷⁸, ebenso wie die Anzahl der Renntage und abgehaltenen Rennen:

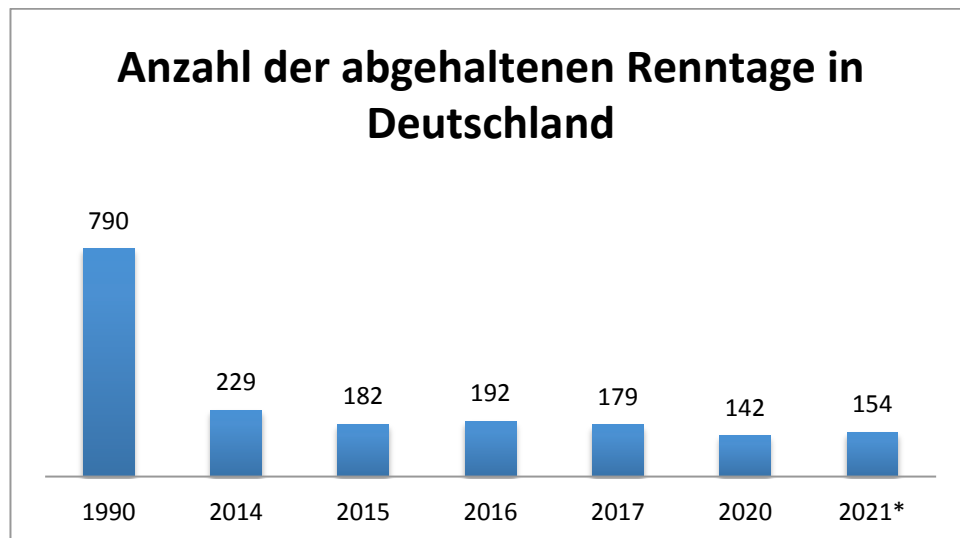


Abbildung 20: Trabrenntage in Deutschland im Vergleich (eigene Darstellung)¹⁷⁹
*geplante Renntage

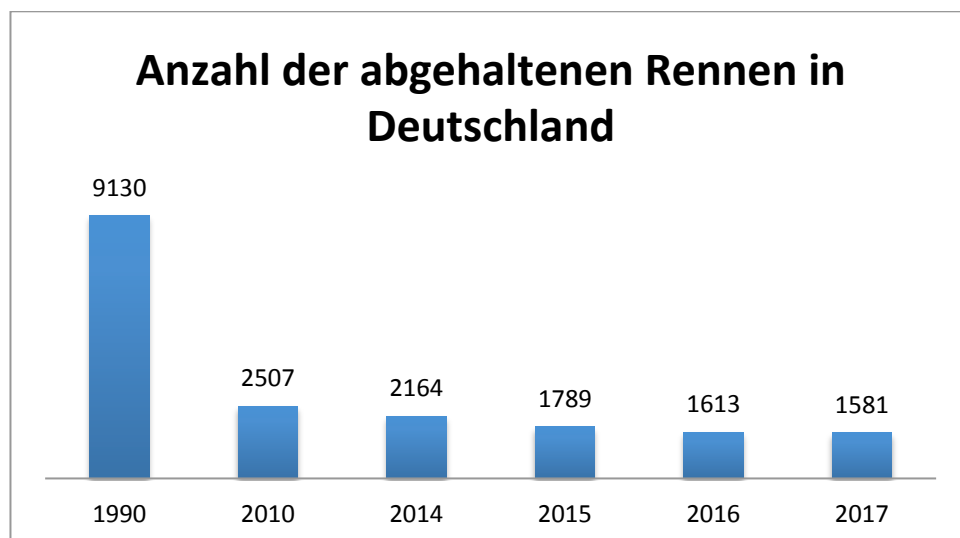


Abbildung 21: Trabrennen in Deutschland im Vergleich (eigene Darstellung)¹⁸⁰

¹⁷⁸ augenscheinliche Schätzung, auf Nachfrage gab es keine aktuellen Daten zu Zuschauerzahlen.

¹⁷⁹ 1990: vgl. Bergmann/Bloch/Rülcker 1991, S. 147.

2014-2017: vgl. Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.): Trabrennkalendar für die Bundesrepublik Deutschland. Jeweils die letzte Ausgabe der Jahre 2014-2017.

Diese beiden Statistiken zeigen die gnadenlosen Auswirkungen des Pferde- und Besitzerrückgangs. Um Renntage und Rennen zu bestücken, braucht es eine gewisse Anzahl von Pferden, die der deutsche Trabrennsport nicht mehr vorweisen kann. Innerhalb der letzten dreißig Jahren ist die Anzahl von Renntagen um 82 Prozent gesunken. Eine exakte Anzahl der abgehaltenen Rennen in 2020 ist nicht bekannt, nimmt man einen Durchschnittswert von 8 Rennen pro Tag¹⁸¹, dann waren es nur 1136 und damit sogar ein Rückgang von 88 Prozent.

Die Auswirkungen dieses Rückgangs zeigen sich dementsprechend im generierten Wettumsatz. Jedoch täuschen die Werte auf den ersten Blick. Zum Einen gab es den Wechsel von der Deutschen Mark auf den Euro, zum Anderen verfälscht die Anzahl der Rennen den Eindruck. 1990 lag der Gesamtumsatz des Totalisators bei 374.331.229 DM¹⁸², das sind umgerechnet 187.165.614 Euro. 2017 waren es nur noch 16.187.254 Euro¹⁸³, somit ergibt sich ein Rückgang um 91 Prozent. Erschreckend, wenn man sich aber den durchschnittlichen Umsatz pro Rennen ansieht, wird dieser Eindruck etwas entkräftet. Der durchschnittliche Umsatz pro Rennen lag 1990 bei 41.000 DM¹⁸⁴, entsprechend 20.500 Euro, und 2017 bei 10.239 Euro¹⁸⁵, was einen tatsächlichen Rückgang von nur noch ca. 50 Prozent ausmacht. Immer noch ein schmerzhaftes Minus in den Büchern der Rennvereine, aber das ist aufgrund der geringen Anzahl von Rennen und den aufgrund der fehlenden Diversität häufig gleich und uninteressant besetzten Rennen, verständlich. Die Bedeutung der Pferdewette für den Trabrennsport, das Wettsystem und die aktuelle Situation am Wettmarkt werden im Kapitel 3.4 beschrieben.

¹⁸⁰ 1990: vgl. Bergmann/Bloch/Rülcker 1991, S. 147.

2010: vgl. gesammelte Daten Bernhard Rosengarten

2014-2017: vgl. Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.): Trabrennkalendar für die Bundesrepublik Deutschland. Jeweils die letzte Ausgabe der Jahre 2014-2017.

¹⁸¹ errechnet aus der Anzahl der Rennen geteilt durch die Anzahl der Renntage in 2017.

¹⁸² vgl. Bergmann/Bloch/Rülcker 1991, S. 147.

¹⁸³ vgl. Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) (2017): Trabrennkalendar für die Bundesrepublik Deutschland 49/17.

¹⁸⁴ vgl. Bergmann/Bloch/Rülcker 1991, S. 147.

¹⁸⁵ errechnet aus dem Gesamttotalisatorumsatz geteilt durch die Anzahl der Rennen.

Ein ganz wichtiger Punkt ist neben dem Nachwuchs an Pferden, Besitzern und Züchtern natürlich noch der Nachwuchs an Trainern, sprich Lehrlinge, die den Beruf des Trabertrainers erlernen wollen. „Pferdewirt/in der Fachrichtung Pferderennen ist ein 3-jähriger anerkannter Ausbildungsberuf in der Landwirtschaft.“¹⁸⁶ Das Halten und Trainieren von Rennpferden sowie die Teilnahme an Rennen bilden das Tätigkeitsfeld.¹⁸⁷ Heinz Wewering hat in seinem Interview ganz klar gesagt, dass der Sport nicht wachsen kann, aufgrund des fehlenden Nachwuchses. Die Trainer dürfen kaum noch ausbilden, da niemand mehr die Meisterprüfung ablegt.¹⁸⁸ Das wurde durch den HVT mit dem qualifizierten Berufsfahrerausweis, dem Berufsfahrer-Ausweis Q eingeführt, mit welchem der Inhaber dazu berechtigt ist als Trainer zu zeichnen, sprich Trabrennpferde gegen Entgelt zu trainieren und offiziell als Trainer dieser Pferde beim HVT eingetragen zu sein.¹⁸⁹ Um den Berufsfahrer-Ausweis Q zu beantragen, muss man mindestens 24 Monate als Pferdewirt, Fachrichtung Pferderennen, Einsatzgebiet Trabrennfahren, tätig gewesen sein und 50 Siege in Trabrennen vorweisen können.¹⁹⁰

Diese Regelung wurde eingeführt, da vermehrt Berufsfahrer Pferde trainiert haben, jedoch ohne Abschluss der Meisterprüfung und damit nicht berechtigt waren, offiziell als Trainer eingetragen zu werden. Deswegen zeichneten anerkannte Trainer für diese Pferde, die sie jedoch nie trainiert hatten. Im Falle zum einer Dopingstrafe hätte dies aber rechtlich nur den offiziell eingetragenen Trainer betroffen, woraufhin man die Verantwortung zu den trainierenden Berufsfahrern legen wollte. Das hat zwar dazu geführt, dass die jeweiligen Berufsfahrer, die diese Pferde trainiert haben auch offiziell anerkannt waren, jedoch wurde damit die Meisterprüfung im Grund nutzlos. Den Zeitaufwand von 440 Stunden in der Theorie (bei einem acht Stunden Tag wären das 55 Tage) und einem praktischen Teil sowie dazugehörigen Prüfungen und die anfallenden Weiterbildungskosten,¹⁹¹ wollte keiner mehr auf sich nehmen.

¹⁸⁶ Bundesagentur für Arbeit (Hrsg.) (o.J.): Pferdewirt/in – Pferderennen. Duale Ausbildung, [online] https://berufenet.arbeitsagentur.de/berufenet/faces/index;BERUFENETJSESSIONID=6mqJPV1-8k24eMhvd2xH5k5Z_M427MmlYbr7Ieme4Ptz1K04e3NI!329116517?path=null/kurzbeschreibung&dkz=77694, 22.12.2020.

¹⁸⁷ vgl. Ebd.

¹⁸⁸ vgl. Interview mit Heinz Wewering, Anlage B, S. XXXIXf.

¹⁸⁹ vgl. § 21A Abs. 2.2 Satzung und Ordnung des HVT.

¹⁹⁰ vgl. §21 A Abs. 2.1 Satzung und Ordnung des HVT.

¹⁹¹ vgl. Bundesagentur für Arbeit (Hrsg.) (2015): Pferdewirtschaftsmeister/in – Trabertraining. [online] <https://berufenet.arbeitsagentur.de/berufenet/archiv/58568.pdf>, 22.12.2020, S. 1ff.

Außerdem sah schon 1990 die Aussicht für die Lehrlinge nicht sehr vielversprechend aus, gab Heinz Kuhsträter, seit 1956 selbstständiger Trabertrainer, in einem Interview wieder:

„Es gibt viele Fahrer, die talentiert sind. Außer Talent, gehört aber noch eine ganze Portion Glück dazu, Fahrten zu bekommen. Das ist allerdings so schwer geworden, weil kein Trainer einem noch nicht ausgereiften Fahrer seine Pferde geben kann. Es spielt immer der Gedanke mit, wenn der Junge das verbockt, kommt das Pferd in einen anderen Stall. Die Nachwuchsfahrer bekommen kaum reelle Chancen.“¹⁹²

Er hat es zwar nie bereut Trabertrainer geworden zu sein, würde es aber auch niemandem mehr raten¹⁹³ und das war 1990, in einer Zeit in dem es dem Trabrennsport, verglichen mit den heutigen Umständen, noch blendend ging.

Eine genaue Anzahl von Lehrlingen in 1990 ist nicht bekannt, jedoch waren 1979 etwa 70 Lehrlinge im deutschen Trabrennsport tätig,¹⁹⁴ dieses Jahr sind es drei.¹⁹⁵ Ein Rückgang von 96 Prozent, da wundert es nicht, dass der Nachwuchs an Trabrennfahrern und –Fahrerinnen ausbleibt.

Insbesondere Frauen haben es als Profifahrer schwer. Marisa Bock ist als beste Berufsfahrerin, mit bis dato acht Jahressiegen bei 102 Starts, auf Platz 19 im deutschen Championat, im Vergleich dazu hat der Führende, Michael Nimczyk, 127 Siege bei 410 Starts. Unter den 25 besten Trainern ist 2020 gar keine Frau. Bei den Amateuren sieht das jedoch anders aus, von den besten Zehn sind Platz drei, vier und sieben im Jahr 2020 jeweils von Amateurfahrerin besetzt. Das Trabreiten ist eine ausschließlich weiblich dominierte Disziplin.¹⁹⁶ Das Berufsfeld des Pferdewirt, Fachrichtung Pferderennen, Einsatzgebiet Trabrennen wirkt aber angesichts der Aufstiegs- und Erfolgsaussichten für keines der beiden Geschlechter attraktiv.

¹⁹² Bergmann/Bloch/Rülcker 1991, S. 127.

¹⁹³ vgl. Ebd.

¹⁹⁴ vgl. Gestüt Lauenburg (Hrsg.) (2002): Berufsbild Pferdewirt Schwerpunkt "Trabrennfahrer". [online] <http://www.lauenburg.de/trabrennfahrer.htm>, 22.12.2020.

¹⁹⁵ vgl. Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) (2020): Trabrennkalendar für die Bundesrepublik Deutschland 50/20.

¹⁹⁶ vgl. Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) (o.J.-b): HVT-Championate. [online] <https://www.hvtonline.de/championate/>, 22.12.2020.

Zusammenfassend kann man sagen, dass der Trabrennsport ‚in die Jahre‘ gekommen ist. Es gab einen drastischen Rückgang in allen Bereichen. Der Pferdebestand ist rückläufig, Besitzer, Züchter sowie Fohleugeburten minimieren sich ständig. Dem zur Folge hat sich die Anzahl der Renntage und der abgehaltenen Rennen ebenfalls drastisch minimiert, was einen Rückgang an Totalisatorumsätzen und damit an Einnahmen für die Trabrennvereine zur Folge hat. Dazu kommt noch der fehlende Nachwuchs im Profisport, was die kritische Lage des Trabrennsports abrundet. Für diesen mit der Zeit immer größer gewordenen Abstieg des Trabrennsports gibt es verschiedene Gründe, die in der Analysephase in Kapitel 4.1 näher betrachtet werden. Eines kann man sich jedoch einfach erschließen: Nimmt dieser Rückgang weiter zu, wird es irgendwann keinen Trabrennsport mehr in Deutschland geben.

3.3 Der Hauptverband für Traberzucht e.V.

Der Hauptverband für Traberzucht e.V. ist die Dachorganisation und damit oberste Verwaltungsstelle für die Traberzucht mit Sitz in Berlin.

„Der sachliche Tätigkeitsbereich erstreckt sich auf die Tierart Pferd, Rasse Deutscher Traber. Der Zuständigkeitsbereich erstreckt sich auf die Führung des Zuchtbuches sowie die Aufsicht über die nach [dem] TierZG durch den HVT mit der Durchführung der Leistungsprüfungen beauftragten Rennveranstalter.“¹⁹⁷

Im Tierzuchtgesetz ist die staatliche Aufgabe geregelt, die Tierzucht und damit auch die Pferdezücht zu fördern.¹⁹⁸ Der Staat hat im Rahmen des Rennwett- und Lotteriegengesetzes festgelegt, dass er neben der Finanzierung auch die Aufsicht über den Rennbetrieb abgibt und dies einer Aufsichtsorganisation zuspricht, diese ist der HVT.¹⁹⁹ Um das sicherzustellen erlässt der HVT die Trabrennordnung, das Regelwerk für den Rennbetrieb und Teil der Satzung und Ordnung des HVT.²⁰⁰

3.3.1 Die Satzung und Ordnung des HVT

Die Satzung und Ordnung des HVT setzt sich aus der Satzung des HVT, der Zuchtbuchordnung (ZBO) und der Trabrennordnung (TRO), Teil A, B und C, zusammen sowie der zentralen Verrechnungsstellenordnung (ZVSO), der Schiedsgerichtsordnung (SchGO) und der Gebührenordnung (GBO). Außerdem enthält sie diverse Durchführungsbestimmungen.

In der Satzung ist klar festgehalten, dass der HVT die Traberzucht und deren Leistungsprüfungen fördert und beaufsichtigt.²⁰¹ Weitere Aufgaben des HVT sind, Interessensvertretung der deutschen Traberzucht in internationalen Dachverbänden, Darstellung des deutschen Trabrennsports und der deutschen Traberzucht im In- und Ausland, internationale Zusammenarbeit, Dopingverhinderung und –Bekämpfung und die Bestellung und Abberufung von Mitgliedern.²⁰²

¹⁹⁷ Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) (o.J.-c): Wir über uns. [online] https://www.hvtonline.de/ueber_uns, 18.12.2020.

¹⁹⁸ vgl. TierZG § 1.

¹⁹⁹ vgl. Telefoninterview mit Sascha Multerer, Anlage F, S. XCII.

²⁰⁰ vgl. Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) o.J.-c, [online] 18.12.2020.

²⁰¹ vgl. § 4 Satzung und Ordnung des HVT.

²⁰² vgl. § 6 Satzung und Ordnung des HVT.

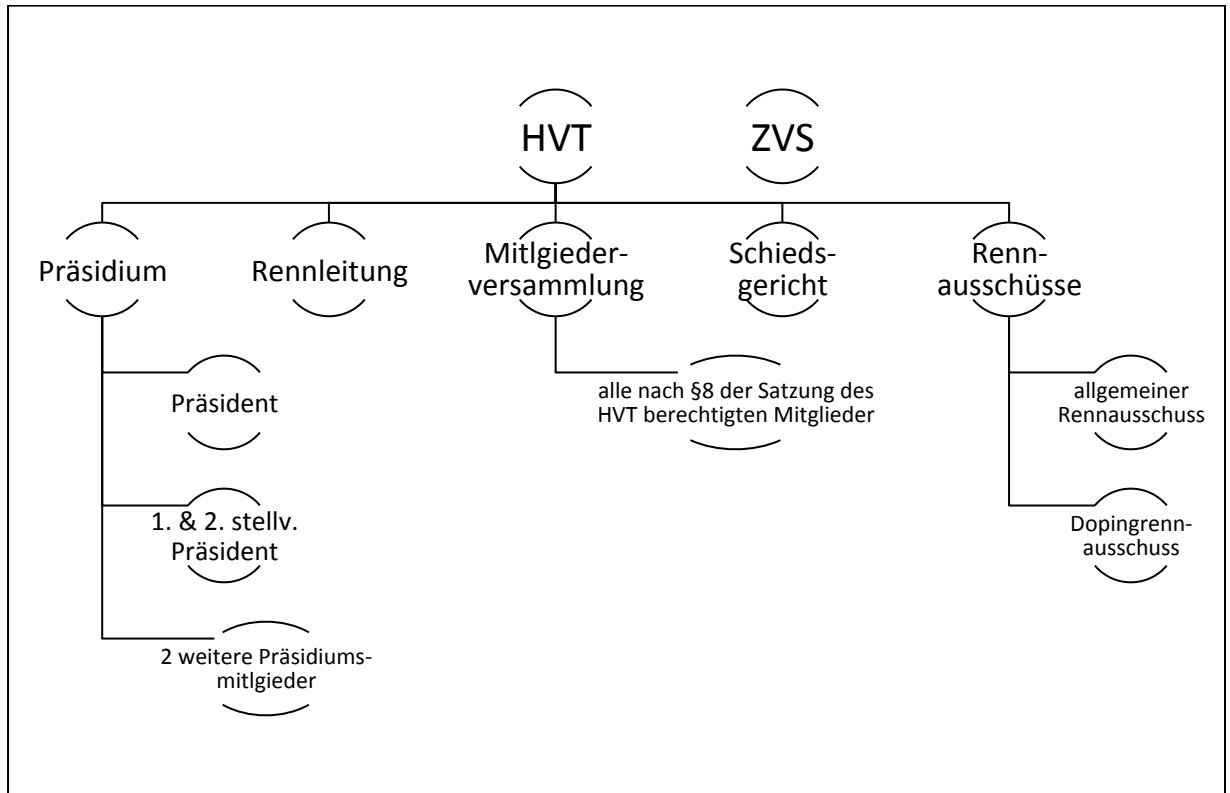


Abbildung 22: Organigramm HVT (eigene Darstellung)²⁰³

Die Mitgliederversammlung ist das oberste Organ. Die Mitglieder werden in § 8 Satzung und Ordnung des HVT festgelegt: zum Einen Züchter, die „im Züchterregister des HVT eingetragen [sind] und in den letzten fünf Jahren vor dem Jahr der beantragten Mitgliedschaft [...] Züchter von mindestens einem Pferd [...]“²⁰⁴ waren, und zum Anderen verschiedene Vereine und Organisationen, die in Absatz 2 Punkt 1-22 festgehalten wurden. Viele dieser Vereine existieren nicht mehr oder erfüllen nicht mehr die laut § 11 Satzung und Ordnung des HVT gesetzte Mindestanzahl von 40 eingetragenen Mitgliedern, die im Züchter- oder Besitzerregister des HVT registriert sind.²⁰⁵

Mit § 8 Abs. 6 legt die Satzung jedoch fest, dass ausschließlich Züchter als neue Mitglieder aufgenommen werden, weiteren Vereinen wird die Aufnahme untersagt.²⁰⁶

²⁰³ Es gibt kein offizielles Organigramm daher, vgl. § 12 Abs. 1 Satzung und Ordnung des HVT und vgl. Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) o.J.-c, [online] 18.12.2020.

²⁰⁴ § 8 Satzung und Ordnung des HVT.

²⁰⁵ § 11 Satzung und Ordnung des HVT.

²⁰⁶ vgl. Telefoninterview mit Dimitrios Vergos, Anlage D, S. LI.

Die aktuelle Anzahl der Mitglieder beträgt laut mündlicher Aussage von HVT Geschäftsführer Heinz Tell bei ca. 80, eine konkrete Zahl gab es nicht und ist auch öffentlich niemandem bekannt.²⁰⁷

In der Mitgliederversammlung werden alle berechtigten Mitglieder durch einen Delegierten vertreten, dieser muss bei Züchtern jedoch zum engen Familienkreis gehören.²⁰⁸ Die Mitgliederversammlung hat zahlreiche Aufgaben, die in § 15 der Satzung festgehalten sind. Darunter ist unter anderem:²⁰⁹

- Wahl des Präsidiums inklusive des Präsidenten (alle vier Jahre) und des Schiedsgerichts (alle drei Jahre)
- Genehmigung des Jahresabschlusses und des Haushaltsplans
- Beschlussfassung über die Satzung, die Trabrennordnung Teil A, die Zuchtbuchordnung, die Gründung von wirtschaftlichen Geschäftsbetrieben, die Auflösung des HVT und die ‚Ethischen Grundsätze des Pferdefreundes‘ sowie über die ‚Grundlagen des Verhaltens im Trabrennsport‘
- Festsetzung der Höhe der Aufwandsentschädigung des Präsidenten und der stellvertretenden Präsidenten

Somit werden nahezu alle wichtigen Entscheidungen, welche die Zucht, aber auch die Rennen betreffen, von der Mitgliederversammlung getroffen. Das Präsidium übernimmt alle im Interesse des Trabrennsports liegenden Aufgaben, die nicht im Aufgabenbereich der Mitgliederversammlung liegen.²¹⁰ Unter anderem:

- Beschlussfassung über die Trabrennordnung Teil B und C, die ZVS-Ordnung, die Schiedsgerichtsordnung, die Gebührenordnung, die Geschäftsordnungen und die notwendigen Durchführungsbestimmungen
- Genehmigung der Rennen sowie deren Termine
- Bestellung der Mitglieder der Rennleitung

²⁰⁷ vgl. Telefoninterview Bernhard Rosengarten, Anlage C, S. XLVI.

²⁰⁸ vgl. § 8 Abs. 7 Satzung und Ordnung des HVT.

²⁰⁹ vgl. § 15 Satzung und Ordnung des HVT.

²¹⁰ vgl. § 18 Satzung und Ordnung des HVT.

Die Rennausschüsse bestehen jeweils aus einem Vorsitzenden und einem Stellvertreter, die beide die Befähigung zum Richteramt haben müssen und nicht Teil des HVT-Präsidiums sein dürfen sowie vier Beisitzern, von denen zu den Tagungen jeweils nur zwei gewählt werden.²¹¹ Der allgemeine Rennausschuss entscheidet in Ordnungsverfahren, als Berufungsinstanz und über Beschwerden.²¹² Der Doping-Rennausschuss entscheidet über alle Ordnungsverfahren im Zusammenhang mit Doping.²¹³

Das Schiedsgericht überprüft unter anderem die Entscheidungen der Rennausschüsse.²¹⁴ „Die Schiedsgerichtsordnung (SchGO) und die Vorschriften der Zivilprozessordnung (ZPO) regeln das Verfahren vor dem Schiedsgericht. Deren Zusammensetzung und Zuständigkeit ergeben sich aus §§ 23 und 24 der Satzung des HVT in Verbindung mit §§ 102 und 121 TRO.“²¹⁵

Die Gemeinnützigkeit des Vereins wird in § 7 Satzung und Ordnung des HVT festgehalten:

- „1. Der HVT verfolgt ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke [...].*
- 5. Der Verein ist selbstlos tätig, er verfolgt nicht in erster Linie eigenwirtschaftliche Zwecke.*
- 6. Mittel des Vereins dürfen nur für die satzungsmäßigen Zwecke verwendet werden. Die Mitglieder erhalten keine Zuwendungen aus Mitteln des Vereins.*
- 7. Es darf keine Person durch Ausgaben, die dem Zwecke des Vereins fremd sind, oder durch unverhältnismäßig hohe Vergütungen begünstigt werden.“²¹⁶*

Es gibt jedoch einige Unklarheiten über den aktuellen gemeinnützigen Status des HVT, aufgrund eines Steuerbescheids vom Jahr 2012. Im Internet kursieren Online-Artikel, die behaupten, der HVT wäre nicht mehr gemeinnützig, aufgrund von wirtschaftlichem Gewinnstrebens.²¹⁷ Im Mai 2016 äußerte sich der HVT dazu wie folgt:

²¹¹ vgl. § 99 TRO.

²¹² vgl. § 100 Abs. 1 TRO.

²¹³ vgl., § 100 Abs. 2 TRO.

²¹⁴ vgl. § 102 TRO.

²¹⁵ § 1 SchGO.

²¹⁶ § 7 Satzung und Ordnung des HVT.

²¹⁷ vgl. Gaßner, Jürgen (2018): Traberverband nicht mehr gemeinnützig. In: Traber-News, [online] <http://www.ludwigs-pferdewelten.de/index.php/magazin/9022-2018-10-11-10-08-26>, 18.12.2020.

„Es ist vom zuständigen Finanzamt am 28. September 2015 ein Umsatzsteuerbescheid für 2012 erlassen worden. Hierbei treten unterschiedliche Auffassungen darüber auf, welche Einnahmen des HVT als Umsatzerlöse dem Steuersatz von 7 % (Zweckbetrieb) bzw. dem Steuersatz von 19 % (wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb) unterliegen.“²¹⁸

Daraufhin hat der HVT Einspruch eingelegt, wie die aktuelle Situation aussieht ist nicht bekannt, nach mündlichen Aussagen der HVT-Präsidentin Maren Hoever bestünde die Gemeinnützigkeit wohl.

Die Einnahmen des HVT gliedern sich in verschiedene Bereiche, die man in § 25 der Satzung nachlesen kann: „Abgaben der Rennveranstalter vom Totalisatorumsatz [diese liegt momentan bei 1,865%]²¹⁹, Jahresbeiträge der Mitglieder, Gebühren, Spenden und sonstige Erträge.“²²⁰ Unter § 6 Abs. 4 wird die ZVS erwähnt, die der HVT betreibt, eine zentrale Verrechnungsstelle, geregelt in der ZVS-Ordnung, die einen zentralen Zahlungsverkehr bieten soll.²²¹ Die ZVSO schreibt jedem Teilnehmer am Zucht- und Rennbetrieb vor, den Zahlungsverkehr ausschließlich über die ZVS zu vollziehen.²²² Dieser beinhaltet Forderungen des HVT, für seine Dienstleistungen und Aufwendungen einschließlich der Dienstleistungen und Aufwendungen der HVT-Treuhandgesellschaft mbH im Rahmen dieser ZVSO, zuzüglich der anfälligen Mehrwertsteuer.²²³ Die genannte Gesellschaft scheint nicht mehr aktuell zu sein, da weder im Handelsregister, noch auf der HVT-Internetseite dieser Firmenname auftaucht, genannt wird jedoch die Förder- und Betreibergesellschaft Trabrennsport mbH.²²⁴ Ebenso zum Zahlungsverkehr mit der ZVS verpflichtet sind die Rennveranstalter,²²⁵ die einerseits über ihre Konten vom HVT belastet werden, aber auch über die ZVS ihre Forderungen geltend machen können, zum Beispiel Einsätze, Startgelder, Geldbußen, Sonder-Reugelder oder Verfahrenskosten.²²⁶ Die Gebühren, die der HVT aufruft sind in der GBO festgehalten, so auch die Gebühren für die ZVS.²²⁷

²¹⁸ Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) 2016, [online], 21.12.2020.

²¹⁹ vgl. Interview mit Heinz Tell, Anlage E, S. LXXI.

²²⁰ § 25 Satzung und Ordnung des HVT.

²²¹ vgl. § 6 Abs. 4 Satzung und Ordnung des HVT.

²²² vgl. § 1 Abs. 2 ZVSO.

²²³ vgl. § 1 Abs. 7 ZVSO.

²²⁴ vgl. Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) (o.J.-d): Zentrale Verrechnungsstelle. [online] <https://www.hvtonline.de/hvtzvs/>, 19.12.2020.

²²⁵ vgl. § 2 ZVSO.

²²⁶ vgl. § 4 Abs. 2 ZVSO.

²²⁷ vgl. § 1 Abs. 4 GBO.

Ein weiterer Teil der Satzung und Ordnung des HVT ist die Zuchtbuchordnung. In § 1 Abs. 1 ZBO steht:

„Die Zuchtbuchordnung (ZBO) regelt die ordnungsgemäße Durchführung der Zuchtarbeit, insbesondere die ordnungs- und satzungsgemäße Durchführung des Zuchtprogramms, die korrekte und vollständige Aufzeichnung von Abstammungs- und Leistungsdaten, die ordnungsgemäße Durchführung der Zuchtbuchführung, der Zuchtwertschätzung sowie die rechtskonforme Identifizierung der in den Zuchtbüchern des HVT eingetragenen Pferde.“²²⁸

Im Rahmen der Zucht werden Leistungsprüfungen abgehalten, deren Ergebnisse mittels Zuchtwertschätzung nach anerkannten und wissenschaftlich gesicherten Methoden ausgewertet werden. Die Leistungsprüfungen sind die nach der TRO abgehaltenen Rennen.²²⁹

„Die Trabrennordnung regelt die ordnungsgemäße Durchführung des Rennbetriebes im Zuständigkeitsbereich. Der Rennbetrieb dient der Förderung der Traberzucht im Rahmen der dafür geltenden gesetzlichen Bestimmungen und erfolgt gem. § 7 Nr. 1 TierZG.“²³⁰ Die wichtigsten Elemente der TRO wurden in Kapitel 3.1 beleuchtet.

Am Ende der Satzung und Ordnung des HVT stehen von Seite 75 bis Seite 99 diverse Durchführungsbestimmungen für zum Beispiel unter Anderem, die Aufgaben des HVT gemäß § 3 TRO, für das Trabreiten gem. § 30 TRO oder für die zulässigen Ausrüstungsgegenstände gem. § 76 Abs. 4 TRO.²³¹

Zusammenfassend kann man sagen, dass der Hauptverband für Traberzucht e.V. ein staatlich anerkannter Zuchtverband ist. Er ist die Aufsichtsorganisation über die deutsche Traberzucht und die damit verbundenen Leistungsprüfungen. Um dies sicher zu stellen, erlässt er die Zuchtbuch- und die Trabrennordnung, in denen alle wichtigen Vorschriften im Bereich Zucht- und Rennbetrieb dargelegt sind. Der HVT besteht aus einem sechsköpfigen Präsidium sowie einer geschätzten, nicht offiziellen, Anzahl von rund 80 Mitgliedern, die sich hauptsächlich aus Züchtern zusammensetzen. Der HVT bestellt die Rennleitung sowie die Rennausschüsse und das Schiedsgericht.

²²⁸ § 1 Abs. 1 ZBO.

²²⁹ vgl. § 2 Abs. 5-6 ZBO.

²³⁰ § 1 Abs. 1 TRO.

²³¹ vgl. Satzung und Ordnung des HVT – Inhaltsverzeichnis.

3.3.2 Kritik

„Die müssen jetzt aber mal endlich was verändern!“ – ein Satz, den man in den Reihen der Aktiven im Trabrennsport häufig hört. ‚Die‘, damit ist der HVT gemeint, der für viele Rückstände im Sport in Generalhaftung genommen wird. Die Vorgänger haben es dahin kommen lassen, wo es jetzt ist, und die jetzige Riege hat es bis dato versäumt, etwas für eine grundlegende Veränderung in Angriff zu nehmen. Die Skepsis und die Unzufriedenheit gegen einige Vorgänge und vor allem gegen die Rückstände, für die sich der HVT als Zuchtorganisation nicht verantwortlich sieht, wachsen. Der Bereich der Vermarktung des Trabrennsports ist ein zentrales Problem, dass insbesondere im Laufe der technischen Entwicklung immer mehr in den Fokus gerückt ist, von dem sich der HVT jedoch komplett los sagt.²³² In der 27. Ausgabe des Trabrennkaltenders im Jahr 2007 schrieb Max Stadler, damaliger HVT-Präsident, dass die Vermarktung des Produkts Trabrennen künftig das oberste Ziel des HVT sei, jedoch läge dies nicht im direkten Zuständigkeitsbereich des HVT und müsse daher professionell erfolgen.²³³

Sascha Multerer hat es im Experteninterview auf den Punkt gebracht:

„Wie die Wette vermarktet wird, wissen wir. Das Rennen an sich müssen die Rennvereine vermarkten. Das Entscheidende ist aber und das ist das, was fehlt, und das ist das, was der HVT immer außer Acht lässt, dass er eigentlich für die Vermarktung des Trabers als Rasse zuständig wäre, das tut er aber nicht.“²³⁴

Das ist ein Aspekt, dem der HVT schlichtweg nicht nachkommt. Auf der Internet-Seite meintrabrennsport.de wird zwar versucht für den Sport zu werben, die Informationen sind jedoch nur oberflächlich und unvollständig. Dabei liegt es auf der Hand, dass es zur Förderung und zum Erhalt der Zucht dazu gehört diese nach außen hin zu vermarkten und attraktiv darzustellen.

²³² vgl. Interview mit Heinz Tell, Anlage E, S. LXXIf.

²³³ vgl. Hauptverband für Traberzucht e.V.: Trabrennkaltender 27/07, S. 3.

²³⁴ Telefoninterview mit Sascha Multerer, Anlage F, S. XCIII.

Im Interview, welches im Rahmen dieser Bachelorarbeit geführt wurde, äußerte sich der Geschäftsführer des HVT, Heinz Tell, zum Thema Vermarktung des Trabrennsports wie folgt:

„Jetzt bin ich mal gespannt, machen Sie mal einen Vorschlag: Was könnte der HVT denn machen? Sie kennen jetzt mittlerweile die Struktur. Der HVT hat weder eine Rennbahn, noch hat er Geld. Er lebt von 1,865 Prozent des Umsatzes der Rennwette, den also die einzelnen Veranstalter auf den Bahnen machen. Klar, der HVT ist immer in der Generalhaftung. Was bitte soll er denn jetzt machen? Wir haben eine attraktive Website, wir sorgen dafür, dass wir die wichtigen internationalen Verträge haben, die Geld nach Deutschland bringen.“²³⁵

Es macht den Anschein, dass man von Verbandsseite aus der aktuellen Problematik gegenüber ratlos ist. Und der Grund für das Nicht-Handeln liegt immer wieder in der Finanzierung. Die Finanzierung des HVT jedoch in der Satzung nicht eindeutig dargelegt ist, und der HVT auch nicht transparent mit seinen Vorgängen umgeht, wächst die Unsicherheit über den Verbleib einiger Gelder. Der HVT finanziert sich aus den von Herrn Tell angesprochenen 1,865 Prozent, die der HVT von den Rennvereinen in Form der Totalisatorumsatzabgabe bekommt. Des Weiteren steht in § 25 Absatz 3 der Satzung geschrieben, dass der HVT durch Mitgliedsbeiträge, Gebühren, Spenden und sonstige Erträge finanziert wird.²³⁶ Was beinhalten diese sonstigen Kosten und wo wird die Beteiligung an den Erträgen der ZVS dargelegt?

Die ZVS, das Tochterunternehmen, welches die Gelder des HVT treuhänderisch verwaltet erzielt durch Kontoführungs-, Mahn-, Abhebungs-, und weitere Gebühren Gewinne.²³⁷ Inwieweit der HVT an diesen Gewinnen beteiligt ist wird in der Satzung nicht dargelegt und in welchem Umfang sich diese Gewinne befinden wird ebenfalls nicht offengelegt. Ein weitere unklarer Punkt sind die bezahlten Strafen, die die Rennleitung gegen die Fahrer verhängt. Früher sollen diese Strafen in einen Topf zur Unterstützung der pensionierten Trainer geflossen sein, der jedoch irgendwann aufgelöst wurde.²³⁸ Der nächste Punkt ist der Zuchtfond. Dieser beinhaltet vom Rennverein bezahlte Züchterprämien, die nach einem Todesfall keinen Erben zugesprochen werden konnten, von Züchtern deren Aufenthaltsort man drei Monate lang nicht nachweisen konnte und Züchtern, die eine Kapitalgesellschaft waren, die aufgelöst wurde.

²³⁵ Interview mit Heinz Tell, Anlage E, S. LXXI.

²³⁶ vgl. § 25 Abs. 3 Satzung und Ordnung des HVT.

²³⁷ vgl. § 1 Abs. 44 GBO.

²³⁸ mündliche Aussage Sascha Multerer.

Den Hauptteil des Zuchtfonds machen jedoch die Züchterprämien aus, die an ausländisch gezogene Pferde gehen. Diese bekommt der Züchter im Ausland nämlich nicht.²³⁹ Das heißt, die Prämien aller ausländisch gezogenen Pferde gehen mit in den Zuchtfonds, dessen Größe sich in 2020 auf ca. 105.000 Euro beläuft.²⁴⁰ 2016 kam schon einmal eine Frage nach der Verwendung der Gelder aus dem Zuchtfond auf, die der HVT wie folgt beantwortete:

„Gelder aus dem Zuchtfonds – der in erheblichem Maße durch die Züchterprämien im Ausland gezogener und in Deutschland erfolgreicher Pferde gespeist wird – werden zur Förderung der Traberzucht verwendet. Dazu zählt auch die Durchführung von Dopingproben, die erhebliche Kosten verursacht.“²⁴¹

Leider werden auch in diesem Punkt keine Zahlen veröffentlicht. Laut Dr. vet. Mark Theo Zengerling von der Tierärztlichen Klinik für Pferde in Wolfesing, kann man ca. 250 Euro Laborkosten für eine Dopingkontrolle berechnen.²⁴² In den Durchführungsbestimmungen zur Feststellung und Verhinderung von Doping gem. § 93 TRO steht:

„Die Bestimmung der zu kontrollierenden Pferde erfolgt durch den HVT oder die Rennleitung. In Rennen mit einer Mindestdotierung von 25.000.- € sind mindestens von den drei erstplatzierten Pferden Dopingproben zu entnehmen. In Rennen mit einer Mindestdotierung von 7.000.- € ist mindestens vom Sieger eine Dopingprobe zu entnehmen. Bei PMU-Rennen wird mindestens eine Dopingprobe entnommen.“²⁴³

Damit würde die Kostenrechnung insoweit aufgehen, dass die ungefähre Anzahl von Dopingproben bei 142 Renntagen mit den Erträgen im Zuchtfond übereinstimmen müsste. Die Frage, die man sich dann stellt ist aber, warum es von Seiten des HVT nicht einfach offen gelegt wird, um etwaige Vermutungen aus dem Weg zu räumen.

²³⁹ § 21 Abs. 4 ZBO.

²⁴⁰ vgl. Züchterprämien der Trabrennkalendar 01/20 bis einschließlich 52/20 (vom 16.3. bis 11.5. wurden aufgrund des Corona-Lockdowns keine Rennen abgehalten und somit auch keine Züchterprämien ausgeschüttet).

²⁴¹ Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) 2016, [online], 21.12.2020.

²⁴² Zengerling, Dr. vet. Mark Theo (2007): Doping-Screening beim Pferdekauf – Plädoyer für eine klare Sache. In: Bayerns Pferde Zucht und Sport Ausgabe 09/2007.

²⁴³ Durchführungsbestimmungen zur Feststellung und Verhinderung von Doping gem. § 93 TRO. II. Anordnung und Analyse von Dopingproben, Abs. 5, Satzung und Ordnung des HVT.

Als letzten Finanzierungspunkt steht der Vertrag mit der PMU im Raum. Dieser beteiligt den HVT mit drei Prozent an den in Frankreich generierten Umsätzen, auf die in Deutschland abgehaltenen PMU-Rennen.²⁴⁴ Rechtlich gesehen ist der HVT dazu aber nicht berechtigt, da er keine Bildrechte hat. Die haben die Rennvereine (ausgenommen der Berliner Rennverein) nämlich Wettstar vertraglich zugesprochen. Wettstar produziert diese Bilder mit exklusiven Produktionsrechten und ist demnach auch Rechteinhaber.²⁴⁵ Heinz Tell sagt wiederum, dass solche Verträge nur über die Verbände zu schließen sind, in dem Fall Le Trot, der französische Trabrennverband, und der HVT.²⁴⁶ Neben dieser rechtlichen Frage, ob der HVT diesen Vertrag überhaupt unterhalten darf oder nicht, stellt sich noch eine weitere Frage und zwar, was mit den aus Frankreich generierten Geldern passiert.

Es wird keine genaue Summe offen gelegt, die aus den französischen Umsätzen nach Deutschland kommt. Rein rechnerisch kann man überschlagen, dass jeder PMU-Renntag ca. eine Millionen Euro Umsatz macht. Der HVT ist daran mit 3 Prozent beteiligt, ergibt 30.000 Euro pro Renntag Ertrag für den HVT, bei 50 Renntagen also 1,5 Millionen Euro. Davon zahlt der HVT die Dotierung der PMU-Rennen von je 3.500 Euro sowie die Züchterprämien und zusätzlich noch eine Technikgebühr an Wettstar, in Höhe von ca. 3.000 bis 4.000 Euro.²⁴⁷ Der HVT gibt also pro PMU-Renntag 14.000 Euro Rennpreise aus, plus 1.400 Euro Züchterprämien (10 Prozent vom Rennpreis) sowie ca. 3 bis 4 Tausend Euro an Wettstar. Das macht eine Ausgabe von ca. 18.000 Euro, also insgesamt 900.000 Euro. Zusätzlich zahlt er die Rennpreise der TF-Rennen, die abgehalten werden müssen, also 1.500 Euro á 50 Rennen sind 75.000 Euro und eine unbekannte Anzahl an gehobenen Rennen, ca. drei mit je 10.000 Euro dotiert. Das macht also nochmal eine Ausgabe von ca. 105.000 Euro, womit man bei einem Gesamtkostenbetrag von überschlagenen 1.005.000 Euro wäre. Dann würden von den pauschal gerechneten 1,5 Millionen Umsatzbeteiligung ungefähr 500.000 Euro übrig bleiben. Man kann sogar annehmen, dass es noch mehr sein könnte, da die Kosten pro Renntag für den HVT gleichbleibend sind, sprich bei höherem Umsatz hat der HVT keine höheren Kosten, sondern lediglich eine höhere Einnahme.

²⁴⁴ vgl. Schindler 2019, [online] 23.12.2020.

²⁴⁵ vgl. § 7 UrhG.

²⁴⁶ vgl. Interview mit Heinz Tell, Anlage E, S. LXIX.

²⁴⁷ vgl. Telefoninterview mit Sascha Multerer, Anlage F, S. XCVIIf. und vgl. Telefoninterview mit Riko Luing, Anlage G, S. CI.

Laut Sascha Multerer gab es letztes Jahr drei bis vier PMU-Veranstaltungen, bei denen mehr als eine Millionen Euro Umsatz generiert wurde, bis zu 1,4 Millionen sogar.²⁴⁸ Da kann der HVT dann sogar 42.000 Euro an die PMU abrechnen – bei gleichbleibenden Kosten. Zusätzlich dazu besteht wohl noch eine Beteiligung am deutsch-französischen Gemeinschaftstoto, wenn also von Deutschland aus in den französischen Toto gewettet wird.²⁴⁹ Was also aus dieser Überschlagsrechnung ersichtlich ist, ist, dass es Ungeheimheiten gibt, was die Finanzierung des HVT angeht. Etwaige Gedanken, das Geld könne im Haushalt oder in privaten Händen versickern, könnten direkt ausgemerzt werden, indem man transparent zeigt, wo die Gelder hin gehen und was damit passiert.

Heinz Wewering hat im Experteninterview gesagt:

„[...] dies ist ja ein gemeinnütziger Sport, den viele betreiben. Viele beteiligen sich daran, viele geben viel Geld dafür aus und sie haben natürlich auch das Recht zu erfahren, was mit den übrigen Geldern passiert. [...] wenn ich ein gemeinnütziger Verein bin, dann kann ich das gar nicht alleine entscheiden, das ist einfach nicht möglich.“²⁵⁰

Die Zahlen sprechen für sich, dass der HVT hohe Einnahmen generiert. Er müsste nun darlegen, wofür diese Gelder ausgegeben werden, damit man der ständigen Feststellung, der HVT hätte kein Geld, auch Glauben schenken kann und keine anderweitigen Vermutungen mehr kursieren. In einer Trendumfrage wurden Menschen aus dem Trabrennsport befragt, unter anderem auch über den HVT:²⁵¹

²⁴⁸ vgl. Telefoninterview mit Sascha Multerer, Anlage F, S. XCVIIf.

²⁴⁹ Ebd.

²⁵⁰ Interview mit Heinz Wewering, Anlage B, S. XXXIII.

²⁵¹ vgl. Meinungsumfrage Trabrennsport, Anlage I.

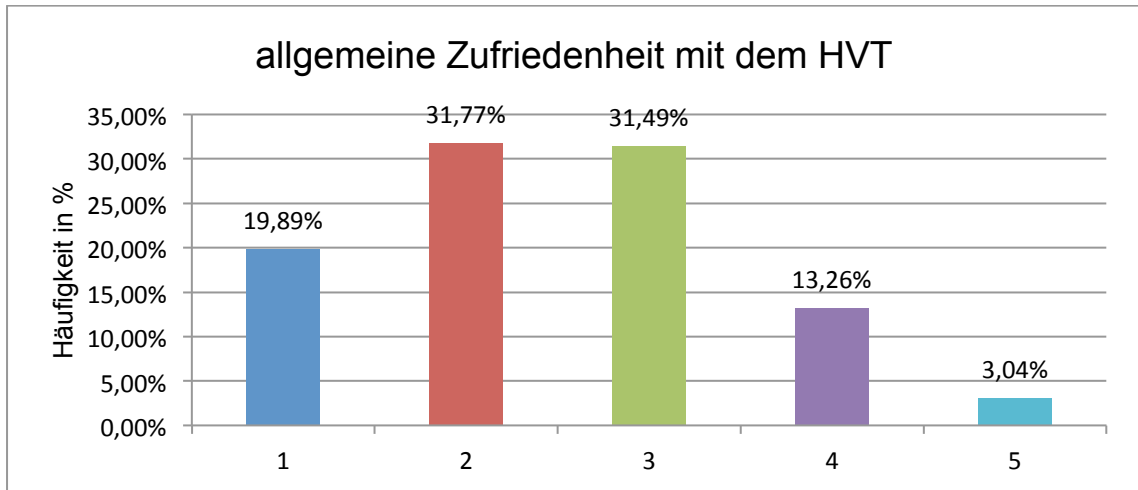


Abbildung 23: Meinungsumfrage zur allgemeinen Zufriedenheit mit dem HVT (eigen Darstellung)

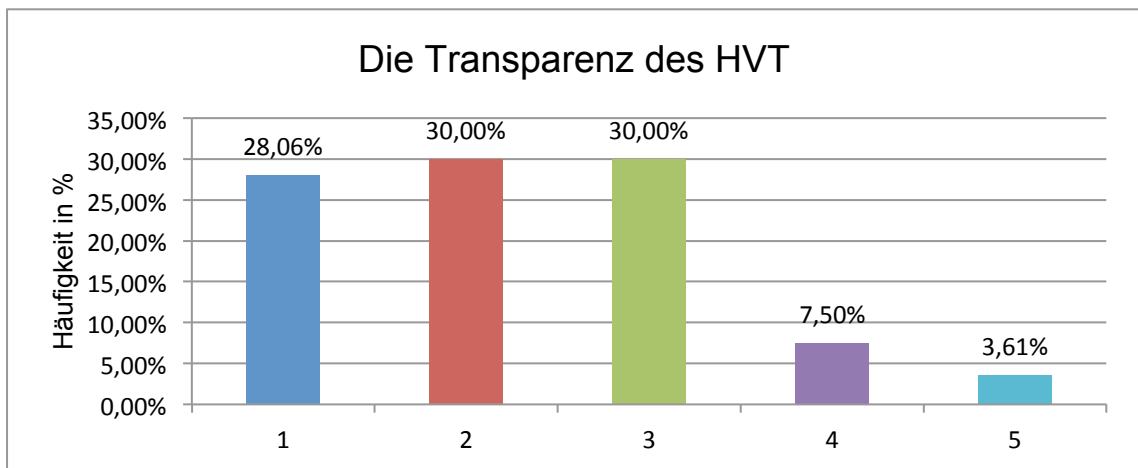


Abbildung 24: Meinungsumfrage zur Transparenz des HVT (eigene Darstellung)

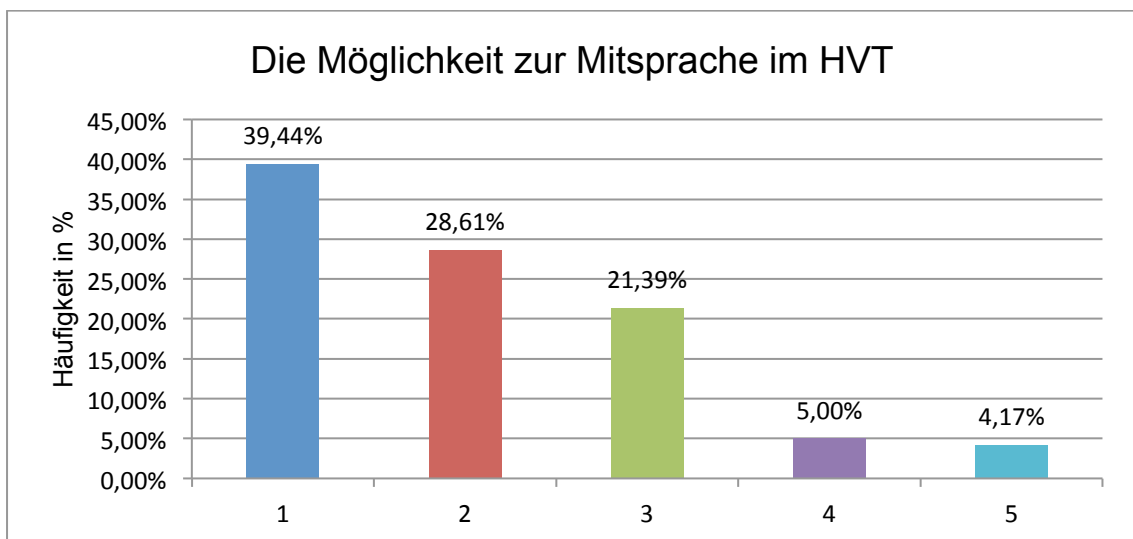


Abbildung 25: Meinungsumfrage über die Möglichkeit zur Mitsprache im HVT (eigene Darstellung)

An der Trendumfrage haben sich insgesamt 350 Personen aus verschiedenen Bereichen des Trabrennsports beteiligt und sollten ihr Empfinden in einem fünf Punkte System darstellen. Ein Punkt bedeutet Unzufriedenheit, fünf Punkte bedeuten Zufriedenheit. Es fällt auf, dass nahezu keiner fünf Punkte abgegeben hat. Insbesondere die Möglichkeit zur Mitsprache bewerten 68 Prozent nur mit einem oder zwei Punkten, was auf die Mitgliederstruktur (vgl. Kapitel 3.2 S. 33f.) nach der Strukturreform im Jahr 2006 zurückzuführen ist, die im Grunde niemandem im HVT eine Stimme einräumt, außer den Züchtern. Das begründet der HVT immer damit:

„Die Zucht, die Züchterorganisation und damit die einzelnen Züchter - die ja Zugang zur Züchterorganisation besitzen - haben [...] ein gesetzlich und behördlich normiertes Alleinstellungsmerkmal, das nicht verwässert werden sollte, indem der Zugang zur Züchtervereinigung anderen als Züchtern geöffnet wird. Jeder Besitzer hat die Möglichkeit, in seiner Region einem Besitzerverein beizutreten, sich dort einzubringen und seine Positionen da mehrheitsfähig zu machen, um sportpolitische Veränderungen anzustoßen. Ausnahmslos alle Besitzervereine haben Sitz und Stimme im HVT, sodass sichergestellt ist, dass die Besitzer hier für ihre Angelegenheiten nicht nur Gehör finden, sondern auch jederzeit Anträge vor die Mitgliederversammlung des HVT bringen und dort bescheiden lassen können. Diese Regelung entspricht im Übrigen der in Deutschland aus guten Gründen geübten repräsentativen und nicht einer plebiszitären Demokratie. Die Rennveranstalter sind ebenso [...] bestens ins System eingebunden. Die Mitgliedschaft von Personen, die nicht in der Traberzucht aktiv sind, ist mithin nach der Satzung des HVT nicht vorgesehen. Ein auf die Änderung dieser Satzungsregelung gerichteter Antrag wurde von den Mitgliedern einstimmig abgelehnt.“²⁵²

Dazu kann man nun sagen, dass diese Argumente theoretisch nachvollziehbar sind, praktisch jedoch nicht. Die genannten Besitzervereine, die in der Satzung noch eine Mitgliedschaft haben, sind zum Großteil nicht mehr existent, bzw. laut Satzung nicht mehr mitgliedsberechtigt, da sie die Mindestanzahl von 40 Mitgliedern nicht mehr erfüllen. Neue Vereine werden nicht zugelassen, außerdem hat ein Verein auch nur eine Stimme. Ein Züchter hat auch eine Stimme, somit würde eine sportpolitische Änderung, wie sie der HVT in seiner Stellungnahme betitelt, mit einer Stimme nichts bewirken können. Die Rennveranstalter sind ebenfalls nicht „bestens in das System eingebunden“, da neu gegründete Vereine, wie zum Beispiel der Pferdesportpark Berlin-Karlshorst e.V., nicht mehr in die Satzung aufgenommen werden und damit keine Mitgliedsberechtigung haben.²⁵³

²⁵² Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) 2016, [online] 21.12.2020.

²⁵³ vgl. Telefoninterview mit Dimitrios Vergos, Anlage D, S. LI.

Die Mitgliederversammlung lehnt also zuchtfremde Mitglieder mit der Begründung ab, dass dadurch das Alleinstellungsmerkmal der Zuchtorganisation verwässern würde. Dabei gibt es keinen Paragraphen im Tierzuchtgesetz, der zuchtfremde Mitglieder ausschließen würde, das tut lediglich die Satzung des HVT. Man sieht es bei anderen Zuchtverbänden, dass es die Möglichkeit gibt allumfassende Mitgliederstrukturen zu haben, wie zum Beispiel bei Deutscher Galopp:

„Deutscher Galopp e. V., die oberste Verwaltungsstelle für die Zucht von Vollblutpferden und für die Galopprennen in Deutschland [...]. Ihr gehören jedoch nicht alle Züchter und Besitzer als Mitglieder an, sondern vielmehr deren Interessengruppen. Diese nominieren Delegierte. Die Mitgliedschaft haben insbesondere die Besitzer- (und Züchter-)vereinigung, die Rennvereine, der Deutsche Trainer- und Jockey-Verband und der Verband Deutscher Amateurrennreiter.“²⁵⁴

Es wird deutlich, dass eine strukturelle Veränderung dementsprechend nur an den Entscheidungsbefugten scheitert. Obwohl sie von der breiten Masse der Aktiven gefordert wird, hält der HVT an dieser engen Mitgliederstruktur fest. Das ist nicht nur für die allgemeine Integration und das Gemeinschaftsgefühl problematisch, da sich viele schlichtweg nicht gehört fühlen, sondern auch, da es gewisse Kompetenzen gibt, die ein reiner Pferdezüchter nicht erfüllen kann. Insbesondere die TRO beinhaltet viele Stellschrauben und Regeln, die von aktiven Teilnehmern im sportlichen Geschehen besser betrachtet werden könnten. Ein sportübergreifender Austausch kann so nicht stattfinden, und insbesondere der Ausschluss einiger Rennvereine vertritt keinen Gemeinsamkeitsgedanken. Wie will man die Rennvereine in eine einheitliche Richtung bringen, wenn der Dachverband sie schon von vorneherein aufteilt?

2015 bildete sich eine Bewegung namens GoTrabGo, die Bernhard Rosengarten, Traberzüchter, mit einigen Verbündeten ins Leben gerufen hat, um nachhaltig etwas im Sport zu verändern. Der Anlage C kann man das gesamte Experteninterview entnehmen. Die Ziele und Ideen waren vielseitig, insbesondere die Strukturreform im Rahmen der entworfenen „Deutschen Trabrennsport Gesellschaft (DTG)“ sah vielversprechend aus:

²⁵⁴ Deutscher Galopp e.V. (Hrsg.) (o.J.-b): Wir über uns. [online] <https://www.deutscher-galopp.de/gr/galopprennsport/wir-ueber-uns/verein.php>, 30.12.2020.

Deutscher Trabrennsport – Zusammenfassung für Entscheidungsträger



Abbildung 26: Organigramm der Deutschen Trabrennsport Gesellschaft (DTG)²⁵⁵

Die Ausgangssituation wurde von den Verantwortlichen sehr treffend formuliert:

„Der deutsche Trabrennsport (das Produkt) ist offenbar nicht attraktiv genug und befindet sich zudem in einer tiefen Vertrauenskrise (Stichwort: Intransparenz). Das Hauptproblem ist wohl die insgesamt amateurhafte Handhabung des deutschen Trabrennsports. Es wird verwaltet statt gestaltet. Es fehlt die Professionalität um die Attraktivität deutlich zu verbessern und das Vertrauen ins Produkt zu stärken.“²⁵⁶

Und daraufhin haben sich Bernhard Rosengarten und Wilhelm Bruns mit Arbeitsgruppen im Hintergrund Gedanken dazu gemacht, wie man einen Weg aus der Krise finden kann und haben eben unter anderem das Modell der DTG vorgestellt.

²⁵⁵ GoTrabGo – Deutsche Trabrennsport Gesellschaft, Anlage K

²⁵⁶ Ebd.

Es wird deutlich gekennzeichnet, dass das vorgeschlagene Organigramm nur beispielhaft ist und im Grunde folgende Funktionen erfüllen soll: Die von interessierten Beteiligten zu gründende Gesellschaft soll den Trabrennsport wirtschaftlich vermarkten, das eigene Produkt der deutschen Trabrennen. Die daraus erzielten Gewinne sollten zur (Re-)Finanzierung in den Sport fließen. Die DTG sollte eine zentrale Führung bzw. Steuerung haben. Es sollte einen Aufsichtsrat geben, der dementsprechend die Tätigkeiten der verschiedenen Ressorts überwacht. Außerdem sollte die DTG durch Experten für die Bereiche Steuern, Recht und Marketing sowie Lobbyisten beraten werden. Die aufgeteilten Ressorts setzen sich aus dem Bereich der Zucht (HVT), dem Bereich der Aktiven (Veranstalter und Trainer), der Wettvermittlung bzw. –Vermarktung und dem Bereich Marketing des Trabrennsports zusammen.²⁵⁷

Soweit der Plan – die Umsetzung scheiterte jedoch. Die Gründe dafür sind nicht eindeutig. Die Initiatoren sagen, dass es an fehlender Unterstützung der Entscheidungsträger mangelte und an der Bereitschaft der davon Begeisterten, auch aktiv etwas zur Veränderung beizutragen.²⁵⁸ Heinz Tell war da anderer Auffassung, er sagte die Initiative wäre an fehlenden finanziellen Mitteln gescheitert und daran, dass die Initiatoren von der falschen Annahme ausgegangen seien, dem HVT könne eine Gesellschaft übergelagert sein. Das würde nicht gehen, der HVT müsse immer das oberste Organ darstellen, nur aus dem Grund gäbe es die Totalisatorgenehmigung und nur aus dem Grund gäbe es die Rennwettsteuerrückerstattung.²⁵⁹ Ein Argument, dass den Initiatoren, nach eigenen Angaben, bis dato nicht bekannt war und welches auch nicht gesetzlich belegt ist. Das Tierzuchtgesetz erteilt den Rennvereinen ein Recht auf den Betrieb eines Totalisators, der HVT ist die Aufsichtsorganisation der Leistungsprüfungen, die im Rahmen der Zucht abgehalten werden. Diesen Auftrag würde der HVT im Rahmen der DTG auch nicht verlieren. Nichts desto trotz ist die Initiative GoTrabGo mittlerweile im Sand verlaufen, und die Initiatoren haben sich größtenteils zurückgezogen.

Zusammenfassend kann man sagen, dass der HVT in einer Vertrauenskrise steckt, die einerseits aufgrund der fehlenden Transparenz, aber auch aufgrund der strikten Ablehnung von Strukturerneuerungen entstanden ist. Die breite Masse des Sports fühlt sich nicht ausreichend repräsentiert, die Pferderasse Trabrennpferd wird nicht aktiv positioniert und der HVT flüchtet sich stets in Ausreden, bzw. verweist auf Paragraphen in der Satzung, die er jedoch anpassen könnte (im Bereich der Mitglieder zum Beispiel).

²⁵⁷ vgl. Info-Material zur GoTrabGo-Initiative von Bernhard Rosengarten.

²⁵⁸ vgl. Telefoninterview mit Bernhard Rosengarten, Anlage C, S. XLV und XLVII.

²⁵⁹ vgl. Interview mit Heinz Tell, Anlage E, S. LXXIIf. und LXXXIII.

3.4 Die Pferdewette im Trabrennsport

Die Pferdewette ist für den Pferderennsport von zentraler Bedeutung, wie diese für den Trabrennsport aussieht wird in diesem Kapitel beleuchtet, des Weiteren werden die zwei Wettsysteme der Buchmacher- und der Totalisatorwette erklärt, dabei wird kurz auf die geschichtliche Entwicklung sowie die rechtlichen Grundlagen dafür eingegangen. Abschließend werden die verschiedenen Wettarten im deutschen Trabrennsport erklärt.

3.4.1 Bedeutung der Pferdewette für den Trabrennsport

Der berühmte Ausspruch von Ex-Regierungssprecher der Regierung Helmut Kohl, Ex-Präsident der Rennbahn Hoppegarten und Ex-„Bild“-Chef Peter Boenisch: „Pferde wetten heißt Pferde retten.“ beschreibt wörtlich, welchen Stand die Wette für den Pferderennsport hat. „Der Pferdewette kommt [...] eine fundamentale Bedeutung zu, denn in letzter Konsequenz ist sie allein der Träger der Rennpferdezucht.“²⁶⁰

Betrachtet man die Einnahmequellen der Rennveranstalter, dann fällt schnell auf, dass der Überschuss des Totalisatorumsatzes mit 76 Prozent den größten Anteil ausmacht.²⁶¹ Dieser Wert stammt zwar aus 1990, jedoch hat sich an der Einnahmestruktur bis heute wenig geändert, zusätzliche Einnahmequellen, wie Eintrittsgelder, sind sogar noch weggefallen. Der Rennverein behält natürlich nicht den gesamten Totalisatorumsatz, sondern 75 Prozent davon gehen an den Wetter in Form von Gewinnausschüttung zurück, 24 Prozent gehen an den Verein und 1 Prozent Steuern gehen an den Staat.²⁶² Im Interview sagte Sascha Multerer, dass die Rennvereine sogar nach dem Abzug der Vermittlungsprovisionen an die Buchmacher und Wettvermittler nur noch 18 Prozent einbehalten würden.²⁶³ Es muss dementsprechend viel Umsatz auf die Rennen gemacht werden, dass der Rennverein ausreichend viel Umsatz hat. Das geschieht aber nicht, und somit entwickelt sich ein Teufelskreis:

²⁶⁰ Furler/Klein 1976, S. 73.

²⁶¹ vgl. Bergman/Bloch/Rülcker 1991, S. 148.

²⁶² vgl. a.a.O., S. 147.

²⁶³ vgl. Telefoninterview mit Sascha Multerer, Anlage F, S. XCVIII.

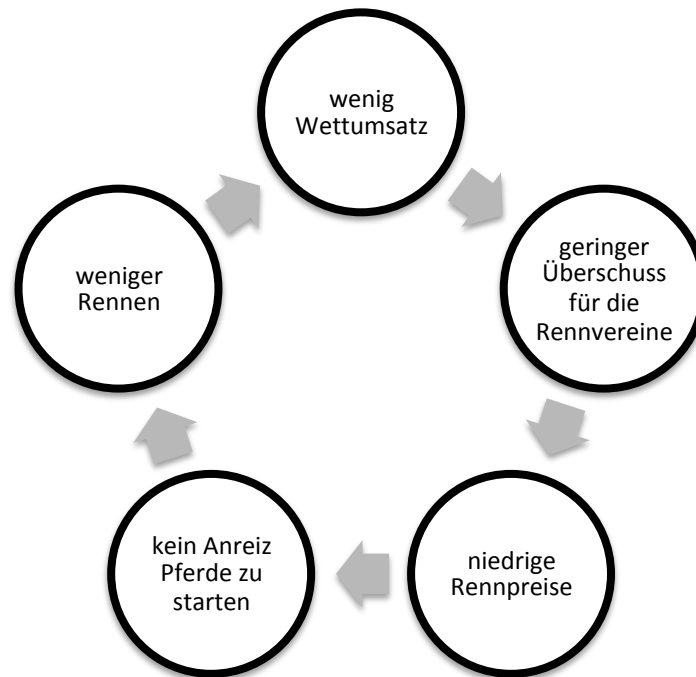


Abbildung 27: Teufelskreis Wettumsatz – Anzahl der Rennen (eigene Darstellung)

Von daher ist das Wetten auf Pferderennen existenziell wichtig für den Pferderennsport. „Ohne Wetten, keine Rennen. Ohne Rennen, keine Zucht. Ohne Zucht jedoch würden sich die heutigen Kinder die Rudimente der Pferderasse nur noch in den zoologischen Gärten ansehen können.“²⁶⁴

3.4.2 Das Wettsystem in Deutschland – Buchmacher- und Totalisatorwette

„Die rechtliche Grundlage für das Wetten auf deutschen Trabrennbahnen ist das Rennwett- und Lotteriegesetz vom 8.4.1922. Die wichtigste Bestimmung dieses Gesetzes [...] besagt, dass Rennwetten verbindlich sind, wenn sie mit konzessionierten Buchmachern oder am Totalisator abgeschlossen werden.“²⁶⁵ Das Rennwett- und Lotteriegesetz wurde verabschiedet, um den Staat von seiner Pflicht, die Pferdezüchtung zu fördern,²⁶⁶ zu entbinden. Die Rennvereine hatten aufgrund der Totalisatorgenehmigung die Möglichkeit, Wetten auf ihre Rennen anzunehmen und sich damit zu finanzieren.

²⁶⁴ Furler/Klein 1976, S. 73.

²⁶⁵ Schütt, Heinz-Lothar/Barm, Peter (1970): eins zwei ...ab!. Trabrennsport in aller Welt, Berlin, S. 89.

²⁶⁶ vgl. § 1 TierZG.

Das war aber nicht immer so, ursprünglich entstand die Pferdewette ganz simpel zwischen zwei überzeugten Pferdebesitzern, die jeweils einen Einsatz zahlten und der Besitzer des Siegers erhielt das Geld. Aus diesen privaten Abmachungen entstand das Wettgeschäft, in das dann dritte Personen einstiegen. „Es entstand der Beruf der Buchmacher, als dessen erster gewerbsmäßige Vertreter im Jahre 1790 der Engländer Ogden gilt.“²⁶⁷ „Das Wort kommt aus dem Englischen („Bookmaker“) und hat seinen Ursprung darin, dass der Buchmacher früher per Hand die bei ihm abgegebenen Werten ins Wettbuch eintrug.“²⁶⁸ Der Buchmacher benötigt eine staatliche Lizenz, man muss dafür keinen Beruf erlernen, ein guter Buchmacher will dennoch gekannt sein, denn neben Geld braucht es vor allem Nerven und Instinkt.²⁶⁹ Heutzutage laufen die lizenzierten Buchmacher nicht mehr auf den Rennbahnen mit ihrem Buch umher, sondern das Wettgeschäft wird über Wettannahmestellen und Internetportale abgewickelt. Der Unterschied zwischen der Totalisator- und der Buchmacherwette ist sehr entscheidend und prägt den Trabrennsport:

1870 wurde in Deutschland der Totalisator eingeführt, was den Rennvereinen erstmals die Möglichkeit gab, im Wettgeschäft tätig zu sein.²⁷⁰ Beim Totalisator wetten die Welter gegeneinander. Es werden Einsätze auf die jeweiligen Pferde getätigt und anhand dieses Topfes wird die jeweiligen Quoten durch den Totalisator, kurz Toto, ermittelt und angezeigt. Anhand der Quote kann man sehen, wie die Mehrheit die Gewinnchancen der einzelnen Pferde momentan beurteilt und wie hoch die jeweiligen Gewinnmöglichkeiten sind.²⁷¹ Die Quoten werden durch die getätigten Einsätze verändert, sie stehen erst beim Start des Rennens fest, daher nennt man diese vorher angezeigten Quoten auch Eventualquoten.²⁷² Ist im Gesamtopf („Pool“) jedoch nicht all zu viel Geld eingesetzt worden, können schon mittelgroße Einsätze die Quote verändern. Hat man beispielsweise Lust ein Pferd zu wetten, das eine Eventualquote von 5:1 hat und man setzt 100 Euro auf Sieg, dann ist die Wahrscheinlichkeit sehr groß, dass dadurch die Quote sinkt und man nur noch 3:1 bekommt.

²⁶⁷ Schütt/Barm 1970, S. 88.

²⁶⁸ Fa. Marlis Hartmann Handelsvertretungen (Hrsg.) im Auftrag der Buchmacher-Service GmbH (o.J.): Schnupperkurs Pferdewette. vom Anfänger zum Wettprofi, Gehrden, S. 4.

²⁶⁹ vgl. Furler/Klein 1976, S. 80.

²⁷⁰ vgl. Schütt/Barm 1970, S. 88.

²⁷¹ vgl. Deutscher Galopp e.V. (Hrsg.) (2019): Korrektur der Gesetzgebung aus dem Jahr 2012. Bundesrat beschließt Rennwettsteuer-Rückerstattung, [online] <https://www.deutscher-galopp.de/gr/aktuelles/meldungen/20191129-291119-rennwettsteuer-rueckverguetung.php>, 22.12.2020.

²⁷² vgl. Ebd.

Da der Umsatz auf Trabrennen am Totalisator nicht mehr so hoch ist wie früher,²⁷³ wurde das Wetten auf den Totalisator für Großwetter nach und nach uninteressanter, da die Quoten zu instabil wurden und das führt dazu, dass immer mehr beim Buchmacher oder besser gegen den Buchmacher gewettet wurde.²⁷⁴

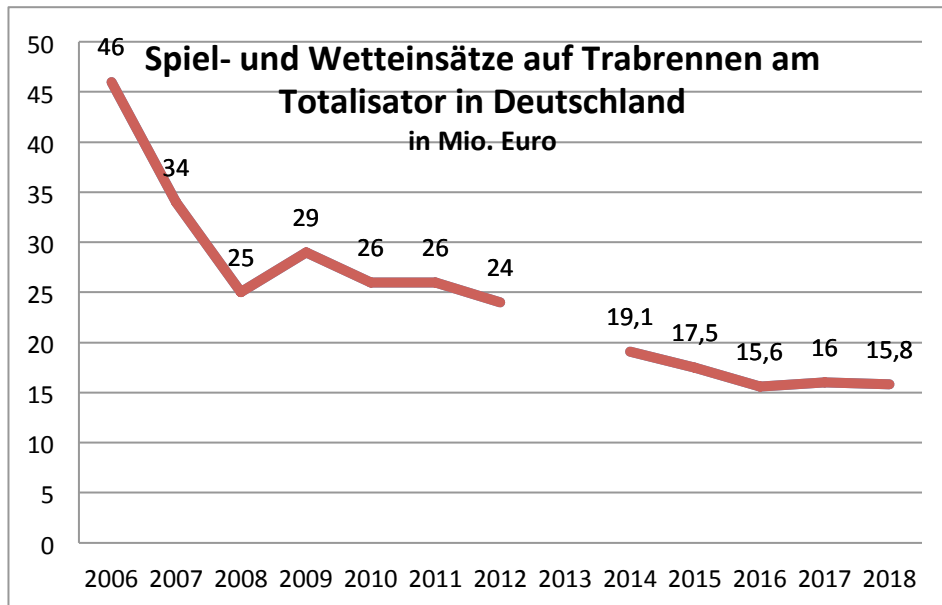


Abbildung 28: Spiel- und Wetteinsätze auf Trabrennen am Totalisator in Deutschland (eigene Darstellung)²⁷⁵

Diese Grafik zeigt einen deutlichen Abstieg des Totalisatorumsatzes auf deutsche Trabrennen, was dem Sport dementsprechend die Finanzierungsgrundlage genommen hat, die ihm über das Rennwett- und Lotteriegesezt vom Staat gegeben wurde. Was man dabei ja nicht vergessen darf ist, dass wie bereits geschrieben von diesem generierten Umsatz nur ein Bruchteil an die Rennvereine geht. 75 Prozent gehen zurück an den Wetter und ca. 25 Prozent gehen an den Rennverein, wovon dieser dann noch die Vermittlungsprovisionen an den Buchmacher²⁷⁶ und die Totalisatorsteuer an den Staat abführen muss.

²⁷³ 1990 lag der Umsatz bei 374.331.229 DM, 2017 nur noch bei 16.187.254 Euro

²⁷⁴ vgl. Interview mit Heinz Wewering, Anlage B, S. XXXV und Interview mit Heinz Tell, Anlage E, S. LIX.

²⁷⁵ vgl. Glücksspiel Uni Hohenheim (Hrsg.) (2019): Spiel- und Wetteinsätze der regulierten Glücksspiele und Sportwetten in Deutschland. [online] https://gluecksspiel.uni-hohenheim.de/fileadmin/einrichtungen/gluecksspiel/Oekonomie/Marktdaten_Deutschland.pdf, 23.12.2020. (Daten für 2013 fehlen)

²⁷⁶ ca. 10,5 Prozent (mündliche Auskunft von Sascha Multerer)

Die Rennvereine müssen fünf Prozent des Totalisatorumsatzes in Form der Totalisatorsteuer an den Staat zahlen,²⁷⁷ dasselbe gilt für die Buchmacher, die ebenfalls fünf Prozent in Form der Buchmachersteuer zahlen müssen.²⁷⁸ Da der Staat zur Unterstützung der Pferdezucht verpflichtet ist, schüttet er die Steuern zu 96 Prozent wieder an die Rennvereine aus („Rennwettsteuerrückerstattung“):

„Die Rennvereine, die einen Totalisator betreiben, erhalten vorbehaltlich des Absatzes 2 eine Zuweisung in Höhe von bis zu 96 vom Hundert des Aufkommens der Totalisatorsteuer nach § 10 und der Buchmachersteuer nach § 11. Sie haben die Beträge zu Zwecken der öffentlichen Leistungsprüfungen für Pferde zu verwenden.“²⁷⁹

Die Buchmacher zahlen also den vollen Steuersatz, bekommen aber von den Rennvereinen eben auch besagte Provision für die Vermittlung von Wetten in den Totalisator des Rennvereins, was als Außenumsatz deklariert wird. Die Buchmacher bieten nämlich zum Einen die klassischen Buchmacherwetten an (s. 3.4.3), zum Anderen vermitteln sie aber auch Wetten in den Totalisator der Rennvereine.²⁸⁰ Die Buchmacherwette halten sie jedoch auf ihr eigenes Risiko, diese wird nicht in den Totalisator vermittelt, sondern der Buchmacher „[...] setzt eine Quote fest, die er dem Wetter im Siegfalle des von ihm gespielten Pferdes ausbezahlt.“²⁸¹ Man nennt sie daher feste Quoten, jedoch sind sie nur fest für denjenigen, der zu dieser angebotenen Quote gewettet hat, für die Nachfolgenden kann der Buchmacher die Quoten senken, wenn er merkt, dass auf ein Pferd besonders stark und hoch gewettet wird.²⁸²

Einer der großen Vorteile beim Buchmacher liegt darin, dass man bei ihm auf viele verschiedene Pferderennen auf der ganzen Welt oder auch auf andere Sportarten wetten kann und das in vielen verteilten Buchmacherläden oder direkt im Internet von zuhause aus. Die Buchmacher wurden mit der Zeit der Totalisatorwette vorgezogen:

²⁷⁷ vgl. § 10 RennwLottG.

²⁷⁸ vgl. § 11 RennwLottG.

²⁷⁹ § 16 RennwLottG.

²⁸⁰ vgl. Fa. Marlis Hartmann Handelsvertretungen (Hrsg.) o.J., S. 5.

²⁸¹ Furler/Klein 1976, S. 80.

²⁸² vgl. Ebd.

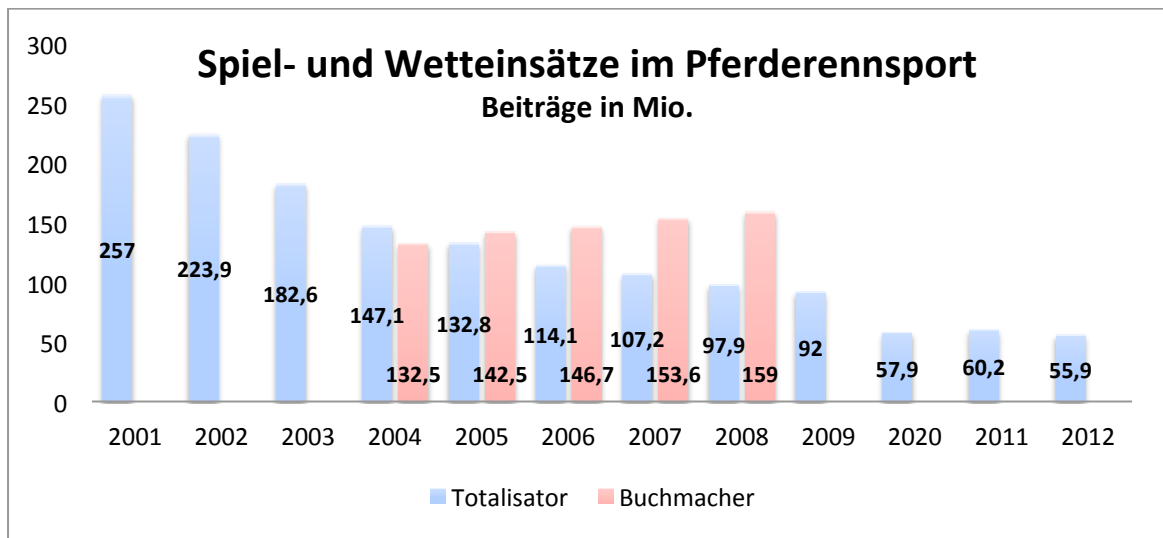


Abbildung 29: Einsätze auf Pferderennen in Deutschland (eigene Darstellung)²⁸³

Die aufsteigende Tendenz des Buchmachergeschäfts wird mit der steigenden Internetnutzung noch beflügelt:²⁸⁴

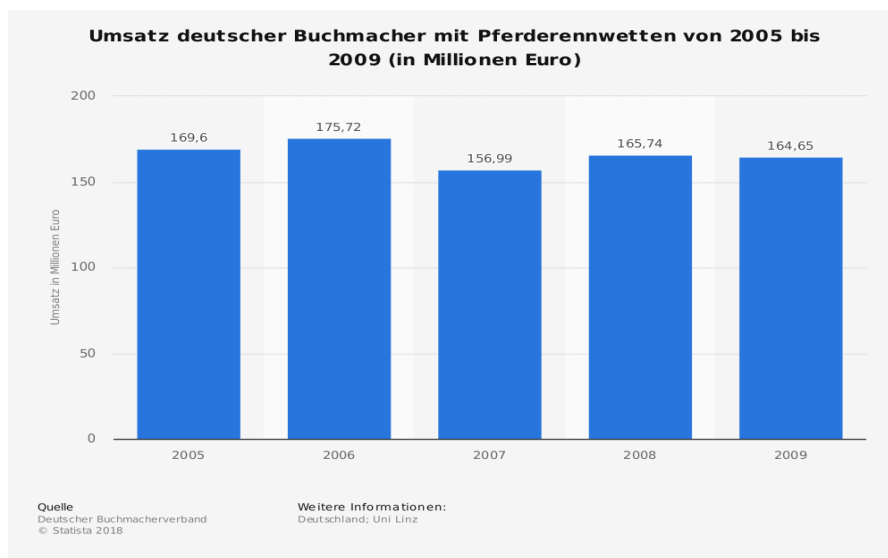


Abbildung 30: Umsatz deutscher Buchmacher mit Pferderennwetten von 2005 bis 2009²⁸⁵

²⁸³ vgl. Barth, Dietmar (o.J.): Der deutsche Glücksspiel- und Wettmarkt. Staatliche Einnahmen aus Steuern und Abgaben und deren Verwendung, [online] https://gluecksspiel.uni-hohenheim.de/fileadmin/einrichtungen/gluecksspiel/Oekonomie/Gluecksspielmarkt2001_2012.pdf, S. 13, 23.12.2020.

²⁸⁴ ARD, ZDF (2020): Anzahl der Internetnutzer in Deutschland in den Jahren 1997 bis 2020 (in Millionen). In: Statista, [online] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/36146/umfrage/anzahl-der-internetnutzer-in-deutschland-seit-1997/>, 23.12.2020.

Die Buchmacher, die anfangs nicht als Konkurrenz gesehen wurden,²⁸⁶ machten den Rennvereinen also zunehmend den Umsatz streitig, woraufhin man versucht hat über den ersten Glücksspieländerungsstaatsvertrag im Jahr 2011, die, von den Rennvereinen über den Totalisator errechnete Quote mit einem Urheberschutz zu schützen. Das Vorhaben scheiterte jedoch.²⁸⁷

Der erste Glücksspielstaatsvertrag trat am 1. Januar 2008 in Kraft²⁸⁸ und verfolgte diese Ziele:

- „1. das Entstehen von Glücksspielsucht und Wertsucht zu verhindern und die Voraussetzungen für eine wirksame Suchtbekämpfung zu schaffen,
2. das Glücksspielangebot zu begrenzen und den natürlichen Spieltrieb der Bevölkerung in geordnete und überwachte Bahnen zu lenken, insbesondere ein Ausweichen auf nicht erlaubte Glücksspiele zu verhindern,
3. den Jugend- und den Spielerschutz zu gewährleisten,
4. sicherzustellen, dass Glücksspiele ordnungsgemäß durchgeführt, die Spieler vor betrügerischen Machenschaften geschützt und die mit Glücksspielen verbundene Folge- und Begleitkriminalität abgewehrt werden.“²⁸⁹

Damit wurde das Glücksspielmonopol für den staatlichen Sportwettenanbieter Oddset gesichert, was jedoch bei der Konkurrenz für Aufruhe sorgte und aufgrund der Vorwürfe, Oddset würde nicht zur Spielsuchtprävention beitragen, wurde der Glücksspielstaatsvertrag vom Europäischen Gerichtshof geprüft.²⁹⁰ Und entsprechend dem Urteil vom 8. September 2010 der Glücksspielstaatsvertrag aufgrund von Art. 49 EG, dem freien Dienstleistungsverkehr, für rechtswidrig erkannt.²⁹¹

²⁸⁵ Deutscher Buchmacherverband (Hrsg.) (2010): Umsatz deutscher Buchmacher mit Pferderennenwetten von 2005 bis 2009 (in Millionen Euro). In: Statista, [online] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/166791/umfrage/umsatz-der-buchmacher-mit-pferderennenwetten-seit-2005/>, 23.12.2020.

²⁸⁶ vgl. Telefoninterview mit Sascha Multerer, Anlage F, S. LXXXVI.

²⁸⁷ vgl. Interview mit Heinz Tell, Anlage B, S. LIXII.

²⁸⁸ vgl. Verband der Deutschen Automatenindustrie e.V. (Hrsg.) (o.J.-a): Glücksspielstaatsvertrag / länderspezifische Spielhallenregelungen, [online] <https://www.vdai.de/glstv.htm>, 23.12.2020.

²⁸⁹ § 1 GlüStV.

²⁹⁰ vgl. Oddset, der Wettverlierer (2009). in: ZEIT Online, https://www.zeit.de/sport/2009-12/oddset-wettskandal-gluecksspiel?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com, 23.12.2020.

²⁹¹ vgl. EuGH (Hrsg.) (2011): EuGH, Urteil v. 08.09.2010. Az. C-46/08, in: Kanzlei Flick: EuGH: Lottomonopol europarechtswidrig https://www.kanzlei-flick.de/EuGH_Lotto_Gluecksspiel.html, 23.12.2020.

„Von einer vollständigen Neuregelung wird abgesehen, weil an den Zielen der Regulierung der Glücksspiele - mit einer neuen Akzentuierung - und den wichtigsten Instrumenten zu ihrer Durchsetzung grundsätzlich festgehalten werden soll.“²⁹² Somit kam es lediglich zu einigen Umformulierungen und einem wichtigen Punkt, der Experimentierklausel:

Sie verfolgt das Ziel, „[...] die Gelegenheit zum Spiel zu vermindern, als auch das Ziel, dadurch Straftaten vorzubeugen, dass die im Glücksspielsektor tätigen Wirtschaftsteilnehmer einer Kontrolle unterworfen und Glücksspieltätigkeiten in Bahnen gelenkt werden, die diesen Kontrollen unterliegen. [...] Nach § 10a GlüStV soll für einen Zeitraum von sieben Jahren anstelle des Wettmonopols ein Konzessionssystem mit länderübergreifend 20 Sportwettkonzessionen erprobt werden, die nach Durchführung eines unionsweiten Auswahlverfahrens erteilt werden.“²⁹³

Das Problem an § 10a GlüStV war, dass das genannte Auswahlverfahren nicht klar festgelegt war und auf nicht nachvollziehbaren Kriterien basierte, ebenso wie die willkürlich gegriffene Zahl von 20 Konzessionen. Dieses veranlasste die privaten Sportwettenanbieter, die keine Konzession bekamen, dazu, Klage einzureichen, die sie dementsprechend auch gewannen und woraufhin das Vergabeverfahren gestoppt wurde,²⁹⁴ was auch drastische Folgen für den Trabrennsport haben sollte. Die Sportwettenanbieter befanden sich damit in einer Grauzone, sie waren nicht legal, aber geduldet.²⁹⁵ Das bezeichnet man als nicht-regulierten Glücksspielmarkt, im Gegensatz zum regulierten Glücksspielmarkt, sind das „[...] Glücksspielangebote, die nicht über eine deutsche Glücksspielkonzession, wohl aber über eine Konzession aus einem anderen EU-Mitgliedsstaat verfügen. Nach deutschem Recht sind sie illegal. Ein Großteil dieser Angebote wird allerdings de facto geduldet und öffentlich beworben.“²⁹⁶

²⁹² Verband der Deutschen Automatenindustrie e.V. (Hrsg.) (2011): Erläuterungen zum Glücksspieländerungsstaatsvertrag, [online] https://www.vdai.de/regelwerke/GlueStV/GlueAendStV_Erlaeuterungen.pdf, 23.12.2020.

²⁹³ Ebd.

²⁹⁴ vgl. Pressestelle VGH Kassel (2015): Vergabe von Konzessionen zur Veranstaltung von Sportwetten gestoppt. [online] <https://verwaltungsgerichtsbarkeit.hessen.de/pressemitteilungen/vergabe-von-konzessionen-zur-veranstaltung-von-sportwetten-gestoppt>, 23.12.2020.

²⁹⁵ vgl. Telefoninterview mit Sascha Multerer, Anlage F, S. XCf.

²⁹⁶ Kleibrink, Jan/Köster, Bernhard (2017): Der Glücksspielmarkt in Deutschland. Eine volkswirtschaftliche Betrachtung, HANDELSBLATT RESEARCH INSTITUTE (Hrsg.), o.A., S. 23.

Nachdem die Ratifizierung eines zweiten Glücksspieländerungsstaatsvertrages vom 28. Oktober 2016, aufgrund des Widerstands aus Schleswig-Holstein und Nordrhein-Westfalen,²⁹⁷ gescheitert ist,²⁹⁸ wurde mit dem dritten Glücksspieländerungsstaatsvertrag eine schnelle Übergangslösung gesucht, da die in § 10a geregelte Experimentierklausel 2019 auslaufen sollte. Dieser trat am 1. Januar 2020 in Kraft.²⁹⁹

Dabei wurde die Anzahl der vergebenen Konzessionen nicht mehr beschränkt und die Experimentierklausel wurde bis zum 30. Juni 2021 verlängert und, sollte bis dahin immer noch keine Einigung erfolgt sein, sogar um weitere drei Jahre.³⁰⁰

Der Staatsvertrag zur Neuregulierung des Glücksspielwesens soll am 1. Juli 2021 in Kraft treten, wenn „[...] bis zum 31. März 2021 [...] mindestens 13 Ratifikationsurkunden bei der Staatskanzlei der oder des Vorsitzenden der Ministerpräsidentenkonferenz hinterlegt [...]“³⁰¹ sind.

Für den Trabrennsport war insbesondere der erste Glücksspieländerungsstaatsvertrag von Bedeutung. Zwar hat man die Quote nicht schützen können und der Urheberrechtsschutz wurde nicht Teil des Glücksspielstaatsvertrages, da die Quote nicht urheberrechtlich schutzbar ist³⁰², aber man hat versucht, den nicht-regulierten Markt durch das Konzessionsvergabeverfahren zu kontrollieren. Dieses Vorhaben scheiterte schlussendlich am Konzessionsvergabestopp, was großen Einfluss auf den nun nahezu komplett offenen Wettmarkt hatte. Des Weiteren hatte die mit dem ersten Glücksspieländerungsstaatsvertrags verbundene Änderung des Rennwett- und Lotterieggesetzes und damit die Senkung der Rennwettsteuer großen Einfluss auf die finanziellen staatlichen Mittel, die in den Sport zurückgeflossen sind.

²⁹⁷ vgl. Proll, Uwe R. (Hrsg.) (2017): Zurück auf Null – 2. Glücksspielstaatsvertrag tritt nicht in Kraft. In: Beiträge zum Glücksspielwesen, [online] <https://www.gluecksspielwesen.de/2017/08/28/zurueck-auf-null-2-gluecksspielaenderungsstaatsvertrag-tritt-nicht-in-kraft/>, 23.12.2020.

²⁹⁸ Art 2. GlüÄndStV schreibt vor, dass alle Bundesländer den Staatsvertrag bis Ende 2017 notifizieren müssen.

²⁹⁹ vgl. Verband der Deutschen Automatenindustrie e.V. (o.J.-b): Dritter Staatsvertrag zur Änderung des Staatsvertrages zum Glücksspielwesen in Deutschland. Art 2: Inkrafttreten, [online] https://www.vdai.de/regelwerke/GlueStV/Dritter_GlueAendStV.pdf, 23.12.2020.

³⁰⁰ vgl. a.a.O., Art. 1: Änderungen des Glücksspielstaatsvertrags Punkt 1 c) und Punkt 5 a).

³⁰¹ vgl. § 35 GlüStV 2021.

³⁰² vgl. Telefoninterview mit Sascha Multerer, Anlage F, S. XCVI und Telefoninterview mit Riko Luiking, Anlage G, S. CIII.

Der Konzessionsvergabestopp und das damit gescheiterte Vorhaben den Glücksspielmarkt in Deutschland wieder zu legalisieren und den illegalen Anbietern einen Riegel vor zu schieben, führte schlussendlich dazu, dass der zentrale Vermarkter der Trabrennsports, Win Race, seinen Betrieb Ende 2014 einstellte. „Wir sind vor Jahren mit der Zielsetzung angetreten, eine Basis für professionellen, seriösen Rennsport und dessen Vermarktung anzubieten.“³⁰³ sagte Hubertus Kappen, Geschäftsführer der RSM Rennsport Management GmbH in einer Pressemitteilung. „Wir mussten erkennen, dass nur derjenige, der bei der Vermarktung in der Grauzone oder rechtswidrig handelt, eine Chance auf Erfolg hat. Wir sind nicht bereit, uns an illegalen Machenschaften zu beteiligen. Daher gibt es zum Ausstieg leider keine Alternative.“³⁰⁴

Die Devise von Win Race war es, den geschätzten Umsatz auf Pferderennen in Deutschland von 500 Millionen Euro teilweise wieder zurück in den Totalisator der Rennvereine zu bringen. Andreas Tiedtke, Präsident des Dortmunder Rennvereins sieht den Rückgang des Totalisatorumsatzes nicht nur bei den Buchmachern selbst, denn die gab es schon immer in Deutschland.³⁰⁵ Der Buchmacher ist als anerkannter Berufsstand im Rennwett- und Lotteriegesezt festgehalten und kann schon rechtlich überhaupt nicht verdrängt oder abgeschafft werden.³⁰⁶ Was sich jedoch seit dem 30. Juni 2012 mit dem Glückspieländerungsstaatsvertrag verändert hat, war die Steuer-schuld der Buchmacher. Die Rennwettsteuer wurde im Rahmen des Rennwett- und Lotteriegeseztzes von 16,66 Prozent auf 5 Prozent gesenkt.³⁰⁷

In einer Stellungnahme der Bundesregierung zu der Gesetzesänderung heißt es: „Ein Nachteil für die Pferderennvereine resultiert nach Auffassung der Bundesregierung aus der geplanten Absenkung der Steuer für Sportwetten auf 5 Prozent nicht.“³⁰⁸ Weiter heißt es:

³⁰³ RSM Rennsport Management GmbH (Hrsg.) (2014): Untätigkeit der Behörden zwingt RSM-Gruppe zum Ausstieg aus allen Aktivitäten im Pferderennsport. [online] <https://www.isa-guide.de/isa-gaming/articles/119750.html>, 23.12.2020.

³⁰⁴ Ebd.

³⁰⁵ vgl. GaloppOnline.de (Hrsg.) (2011): Interview/Jockey Talks. Mit A. Tiedtke, [online] <https://galopponline.de/interview/mit-tiedtke-0>, 23.12.2020.

³⁰⁶ vgl. Telefoninterview mit Sascha Multerer, Anlage F, S. XCVII.

³⁰⁷ vgl. GaloppOnline.de (Hrsg.) 2011, [online] 23.12.2020.

³⁰⁸ Bundesregierung (Hrsg.) (2012): Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Dr. Barbara Höll, Frank Tempel, Eva Bulling-Schröter, weiterer Abgeordneter und der Fraktion DIE LINKE. in: Drucksache 17/9358, Köln, S. 7.

„[Es] ist zu beachten, dass die geplante Reduzierung des Steuersatzes von 16,66 Prozent auf 5 Prozent dazu führen würde, dass sich die Steuerlast der Rennvereine von vorherher ein um 11,66 Prozentpunkte verringert und der entsprechende Betrag direkt, d.h. ohne den bisherigen Weg über die Rückvergütung, bei den Rennvereinen zur Finanzierung ihrer laufenden Ausgaben verbleibt.“³⁰⁹

Damit hat die Bundesregierung insofern Recht, dass die effektive Steuerschuld der Rennvereine von vorherigen 0,66 Prozent (4 Prozent von 16,66 Prozent) somit auf 0,2 Prozent gesunken ist und den Rennvereinen demnach eine geringere Steuerlast haben. Geschadet hat es dem Pferderennsport aber, dass die Buchmacher, die keine 96 prozentige Rückerstattung vom Staat bekommen, die 16,66 Prozent auf ihre Kunden umgelegt haben und damit die Wette beim Buchmacher deutlich teurer war, als beim Rennverein. Mit der Steuersenkung auf fünf Prozent wurde demnach die Buchmacher preiswerter und damit attraktiver.

Was man jedoch als kleinen politischen Erfolg für den Pferderennsport betrachten kann, ist der Beschluss, dass eine nun auch das Steueraufkommen der ausländischen Wettanbieter zur Rennwettsteuererklärung einfließt. Das bedeutet, dass Buchmacher, die Wetten aus Deutschland auf deutsche Pferderennen annehmen, diese Umsätze ebenfalls mit 5 Prozent versteuern müssen, wovon 96 Prozent an die Rennvereine zurückfließen.³¹⁰ Diese Regelung ist noch nicht gültig, sie liegt in Brüssel zur Notifizierung vor und soll Ende des Jahres 2020 in Kraft treten. Laut Interviewausgabe von Verbandspräsident Dr. Vesper, Deutscher Galopp, am 27.12.2020 anlässlich der Championsfeier in Dortmund, ist die Ratifizierung nunmehr erfolgt und in 2021 rechtswirksam.³¹¹ Das gibt eine weitere kleine Zusatzfinanzierung für die Rennvereine, jedoch wird diese Zahlung keine großen Ausmaße annehmen.³¹²

³⁰⁹ Ebd.

³¹⁰ vgl. Deutscher Galopp e.V. (Hrsg.) (2019): Bundesrat beschließt Rennwettsteuer-Rückerstattung. [online] <https://www.deutscher-galopp.de/gr/aktuelles/meldungen/20191129-291119-rennwettsteuer-rueckverguetung.php>, 22.12.2020.

³¹¹ vgl. GaloppOnline.de (Hrsg.) (2020a): „Wenn wir zusammenstehen, können wir viel erreichen“. [online] <https://galopponline.de/news/galopp-news/vesper-zusammenstehen-koennen-viel-erreichen>, 18.1.2021.

³¹² vgl. Telefoninterview mit Riko Luiking, Anlage G, S. CVIf.

3.4.3 Die verschiedenen Wettarten im deutschen Trabrennsport

Die Siegwette und die Platzwette

Die Siegwette wird in jedem Rennen angeboten und ist die einfachste Wette, denn wie der Name schon sagt, muss man den Sieger vorher sagen.³¹³

Die Platzwette wird ebenfalls in jedem Rennen angeboten und das gewettete Pferd muss unter den ersten drei Pferden sein. Bei weniger als sieben Pferden im Feld gelten nur die ersten beiden Pferde. Die Platzwette ist zwar einfach zu treffen, dafür sind die Quoten bei einer Siegwette auch attraktiver.³¹⁴

Die Einlaufwetten – Die Zweier-, Dreier-, oder Viererwette

Hier wird es schon etwas komplizierter, da es verschiedene Möglichkeiten gibt den Wettschein auszufüllen. In allen drei Wettarten muss man am Ende aber die jeweils ersten beiden, ersten drei oder ersten vier Pferde auf dem Schein haben. Die Zweier- und die Dreierwette werden in fast jedem Rennen angeboten, die Viererwette meist nur in einem Rennen pro Tag, wo bestenfalls mehr als neun Pferde laufen.³¹⁵

Besonders die Dreier- und die Viererwette sind häufig schwer auf den Kopf, also mit einem Pferd pro Rang, vorherzusagen. Daher kann man mehrere Pferde angeben, die jeweils den ersten, zweiten, dritten oder vierten Rang belegen können. Dementsprechend wird auch der zu zahlende Einsatz höher.

In der Kombinationszeile kann man Pferde angeben, die auf alle der gesuchten Ränge laufen können. Man sucht sich meist ein oder zwei Pferde raus, die einen bestimmten Rang erreichen müssen, diese nennt man Stellpferde, und wählt eine unbegrenzte Anzahl an Pferden in der Kombinationszeile um die Wette zu komplettieren.³¹⁶

³¹³ vgl. Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) (o.J.-e): Wetten. <https://www.mein-trabrennsport.de/Die-Gewinnchance/Wetten>, 26.12.2020.

³¹⁴ vgl. Ebd.

³¹⁵ vgl. Ebd.

³¹⁶ vgl. Fa. Marlis Hartmann Handelsvertretungen (Hrsg.) o.J., S. 9ff.

Die V-Wetten

Die V-Wetten kommen aus Schweden, „Vinnare“ ist das schwedische Wort für „Sieger“ und darum geht es in dieser Wettart. In Deutschland heißen sie Verbunswette, da man auf nacheinander folgende Rennen jeweils den Sieger des Rennens vorher sagen muss. Am häufigsten sieht man die V2-Wette, auch „Daily-Double“ genannt, die V5-, V6- oder die V7+-Wette.³¹⁷

Die festen Wetten beim Buchmacher

Im Grunde kann der Buchmacher jede Wette anbieten und dafür eine feste Quote festlegen, die er im Falle eines Treffers an den Wetter auszahlt. Die gängigsten Buchmacherwetten sind zum Einen die Festkurswette, die es auf Sieg gibt, und zum Anderen die ‚Head-to-Head‘-Wette, also der Direktvergleich, wer gewinnt vor wem? Hier gibt der Buchmacher zwei Pferde vor, gibt diesen feste Quoten im Falle eines Sieges und der Wetter wettet darauf, welches der beiden Pferde vor dem Anderem im Ziel ist.³¹⁸

Problematik

Das Problem bei dieser Vielzahl an Wettangeboten ist einerseits, dass der durchschnittliche Umsatz pro Rennen bei ca. 10.000 Euro liegt und sich dieser auf alle Wettarten aufteilt (die V-Wetten ausgenommen, die haben ihren eigenen Topf). Von den 10.000 Euro gehen 75 Prozent an die Wetter, somit kann man in allen Wettarten zusammen nur ca. 7500 Euro gewinnen. Heinz Tell hat es im Interview schonungslos auf den Punkt gebracht: es ist unattraktiv in den Totalisator zu wetten, da man einerseits die Quote mit höheren Einsätzen sofort zum Sinken bringt und man andererseits einen hohen Einsatz auch teilweise gar nicht zurück bekommen kann.³¹⁹ Das andere Problem liegt dann natürlich noch in der Unübersichtlichkeit, die durch eine Vielzahl an Wettmöglichkeiten entsteht. Des Weiteren ist es ein sehr kontroverses Produkt, das Image der Pferdewette wird divers diskutiert und im Rahmen der Analysephase genauer betrachtet.

³¹⁷ vgl. Rennbahn Berlin (Hrsg.) (o.J.): Pferdewetten in Mariendorf. [online] <https://rennbahn-berlin.de/trab/pferde-wetten>, 26.12.2020.

³¹⁸ vgl. pferdewetten.de (Hrsg.) (o.J.): Wettarten. [online] <https://www.pferdewetten.de/info/terms>, 26.12.2020.

³¹⁹ vgl. Interview mit Heinz Tell, Anlage E, S. LXVII.

4 Marketing: Anwendung am Beispiel Trabrennsport

In diesem Kapitel werden die in Kapitel 2 beschriebenen Marketing Grundlagen auf den Trabrennsport in Deutschland angewandt. Um der gegebenen Problematik zu begegnen, werden nachfolgend einige theoretische Analysen und Überlegungen vorgenommen sowie Strategien und Maßnahmen entwickelt. Dazu wird der Ablaufplan des Marketingmanagements nach Freyer (Tabelle 1) durchgeführt, lediglich die Durchführungs- und Kontrollphase wird ausgelassen, da es sich hierbei um eine theoretische Planung handelt und die beschriebenen Maßnahmen in ihrer Umsetzung nicht angewendet und somit nicht kontrolliert werden konnten. In der Analysephase wird die aktuelle Situation dargelegt und durch Benchmarking mit erfolgreichen Maßnahmen verwandter Sportarten und ausländischen Trabrennsportregionen verglichen. In der Ziel- und Strategiephase werden anhand dessen Marketingziele formuliert und zur Erreichung dieser Ziele Strategien entwickelt. In der Gestaltungsphase werden in einem Marketing-Mix gezielt Maßnahmen definiert, die gegebenenfalls in der Praxis umgesetzt werden könnten. Es werden Chancen und Herausforderungen für das herausgearbeitete Marketing-Konzept betrachtet, die in einem theoretischen Zukunftsmodell zusammengeführt werden. Einen Finanzplan beinhaltet dieses Modell nicht, da das den Rahmen dieser Arbeit sprengen würde, es wird dennoch im Rahmen dieses Kapitels auf Finanzierungsmöglichkeiten hingewiesen. Der Ziel des Marketingkonzepts ist es, ein Portfolio an Überlegungen zu erstellen, diese müssten vor einer möglichen Umsetzung zunächst einer Finanzplanung unterzogen werden.

4.1 Wo stehen wir?

Diese Leitfrage muss man sich in der Analysephase stellen.³²⁰ Die Analysephase splittet sich, wie in Kapitel 2.2.1 beschrieben in „Marketing-Umfeld-Analyse, Markt-Analyse und Betriebsanalyse.“³²¹

³²⁰ vgl. Freyer 2004, S. 32.

³²¹ a.a.O., S. 36.

4.1.1 Marketing-Umfeld-Analyse – STEP-Analyse

In der nachfolgenden Tabelle werden die vier Bereiche der STEP-Analyse für den Trabrennsport in Deutschland betrachtet:

<p>SOCIAL</p> <p>Sozio-kulturelle Einflussfaktoren</p>	<ul style="list-style-type: none"> • viele Vorurteile gegenüber dem Trabrennsport • Fankultur • gewachsenes Freizeitangebot • anspruchsvollere Bedürfnisse
<p>TECHNOLOGICAL</p> <p>Technische Einflussfaktoren</p>	<ul style="list-style-type: none"> • technischer Fortschritt im Internet bzw. Social Media Bereich • technischer Fortschritt in der Sportbildübertragung • technischer Fortschritt in der Regelkontrolle (z.B. Videoschiedsrichter)
<p>ECONOMIC</p> <p>Ökonomische Einflussfaktoren</p>	<ul style="list-style-type: none"> • niedriges Rennpreisniveau (keine ausreichende Einnahmequelle mehr für Besitzer) • gestiegene Pferdepreise • viel Konkurrenz auf dem Wettmarkt – Buchmacher
<p>POLITICAL</p> <p>Politische Einflussfaktoren</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Rennwett- und Lotteriegesezt • Glücksspielstaatsvertrag • Tierzuchtgesetz • politische Lobby

Tabelle 3: STEP-Analyse für den Trabrennsport (eigene Darstellung)

Sozio-kulturell hat der Trabrennsport einen Wandel erlebt, ist diesen aber nicht mitgegangen. Die Sportart hat immer wieder mit Vorurteilen zu kämpfen, die aufgrund fehlender Aufklärungsarbeit nicht richtig gestellt werden. Im Stern wird am 7. Mai 1997 diese Schlagzeile veröffentlicht: „Verprügelt, verschnürt, verheizt. Auf deutschen Trabrennbahnen haben Tierschinder freie Hand. Sie stecken den Pferden scharfkantige Metallgebisse ins Maul, zurren die Zunge fest und drücken ihnen Gummistöpsel in die Ohren. Ziel der Tortur: das große Geld.“³²² Ein harter Vorwurf, der jedoch immer wieder aufkommt. Die diversen Ausrüstungsgegenstände im Trabrennsport werden dem ‚Ahnungslosen‘ nicht näher gebracht, sondern das Halbwissen bleibt bestehen und jeder bildet sich seine eigene Meinung dazu. Der Tierschutz steht nicht nur bei den Tierschützern im Vordergrund, sondern ist ein generelles Thema. Horsemanship begleitet den Pferdesport in allen Bereichen und auch im Reitsport wird das Thema Tierschutz immer größer. „Nach Jasper Nissen versteht man unter dem Horsemanship eine umfassende Pferdekennntnis, die zugleich eine faire, gewissermaßen ritterliche Grundhaltung gegenüber dem Pferd einschließt.“³²³ Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft hat 2020 die seit 1992 bestehenden Leitlinie zum Tierschutz im Pferdesport aktualisiert,³²⁴ was aufzeigt, wie wichtig dieses Thema ist und dass eine sensiblere Grundhaltung zu diesem Thema notwendig ist. Der Trabrennsport sollte sich tierfreundlicher positionieren um die Sportart attraktiver zu machen, aber vor allem, um zu zeigen, dass die negativen Beispiele nicht die Regel sind und dass den Aktiven im Trabrennsport etwas an ihren Pferden liegt.

Ein weiterer sozio-kultureller Einflussfaktor ist die Fankultur, die im Trabrennsport nahezu gar nicht zu erleben ist. ‚Fan sein‘ ist wichtig, da Fans eine soziale Beziehung zum Fanobjekt haben, ein überdurchschnittliches Maß an Leidenschaft verspüren und große Investitionen ins Fanobjekt tätigen, das kann Zeit oder auch Geld sein.³²⁵ All das hat der Trabrennsport verloren und nicht ausgearbeitet. Schafft man Vorbilder, bekommt der Sport ein positives Bild und die Leute kommen, um ihr Vorbild zu sehen und anzufeuern. Sobald man sich mit etwas identifizieren kann, begeistert man sich eher dafür. Die Trabrennfahrer und Pferde müssen nahbar gemacht werden, damit man sich mit ihnen identifizieren kann und eine Verbindung aufbaut.

³²² Morawski, Thomas/Weiss, Martin (2007): Trainingsbuch Fernsehreportage. Reportergrüß und wie man es macht – Regeln Tipps und Tricks, Wiesbaden, S. 130, zit. n. Spiegel (1997): Das Ascot der kleinen Leute.

³²³ Pick, Maximilian (o.J.): Pferdesport und Tierschutz. o.A., S. 6.

³²⁴ vgl. Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (2020): Tierschutz im Pferdesport. Leitlinien zu Umgang mit und Nutzung von Pferden unter Tierschutzgesichtspunkten, Berlin, S. 1.

³²⁵ vgl. Dacqué, Jennifer (2019): Fans. [online] <https://www.planetwissen.de/gesellschaft/psychologie/fans/index.html>, 27.12.2020.

Ein sehr gutes Beispiel dafür ist der Fußball. Fußball begeistert viele, aber jeder ist davon begeistert wenn eine Europa- oder Weltmeisterschaft ausgetragen wird. Man feuert sein Land an, seine Nationalmannschaft. Damit können sich die Leute einfach identifizieren. Lukas Breit schreibt in seinem Artikel: „Zur Fußball-WM ist die Fanmeile immer mehr als voll. Vom Olympiastadion kann man das bei Hertha-Spielen nicht gerade behaupten.“³²⁶ Ähnliches im kleineren Maßstab erlebt der Trabrennsport zum deutschen Traberderby in Berlin-Mariendorf. Heinz Tell sagte im Interview, als es darum ging, Leute auf die Bahn zu bringen:

„Wir sprechen jetzt nicht über die Derby Woche, da ist es leicht. Da ist eine Klasse Moderation, da ist es kurzweilig, da werden die Leute interviewt und da geht es Schlag auf Schlag. Wir sprechen über den grauslichen, verhangenen November-Dienstag, an dem Rennen stattfinden sollen, wo Sie wirklich niemandem motivieren können, auf eine Rennbahn zu gehen.“³²⁷

Die Problematik scheint also bekannt zu sein. Zum Traber-Derby kommen einmal im Jahr zwischen 5.000 und 10.000 Menschen³²⁸ auf die Trabrennbahn Mariendorf, so viele wie an keinem anderen Tag. Das Derby ist aber auch ein Event. Eine Veranstaltung, die Abseits des Trabrennsports noch einiges mehr zu bieten hat. Eine Veranstaltung, die in dieser Form gerade noch mit den heutigen Freizeitangeboten mithalten kann und das gestiegene Bedürfnis nach Unterhaltung stillt. Aber auch nur einmal im Jahr. Trabrennen sind als Sache an sich einfach nicht mehr massentauglich, das gewachsene Freizeitangebot und vor allem die anspruchsvolleren Bedürfnisse der Menschen geben Anlass zur Nachbesserung. Im Rahmen der Produktpolitik in Kapitel 4.3.3 werden dazu Vorschläge erarbeitet, das Produkt Trabrennen an heutige Ansprüche anzupassen.

Technisch gab es über die Jahre einen riesigen Wandel, den der Trabrennsport versäumt hat mit zu gehen. Keine übersichtliche Internetpräsenz, keinen attraktiven Facebook-Auftritt, an andere Social Media Kanäle nicht zu denken. Der Trabrennsport hat die Digitalisierung und technische Modernisierung verpasst, was auf junges Publikum schlichtweg unattraktiv wirkt.

³²⁶ Breit, Lukas (2016): Wo sind all die Fußball-Fans, wenn mal nicht EM ist? [online] <https://www.spreewild.de/zwischenueber/2016/06/wo-sind-all-die-fussball-fans-wenn-mal-nicht-em-ist/>, 27.12.2020.

³²⁷ Interview mit Heinz Tell, Anlage E, S. LXXVII.

³²⁸ mündliche Auskunft Trabrennbahn-Mariendorf.

Die Seite meintrabrennsport.de, vom HVT 2014 ins Leben gerufen, versucht einen jungen Internetauftritt zu erzeugen, ein richtiger und wichtiger Schritt, jedoch sind viele Informationen unvollständig, gute Anfänge wurden gemacht, aber nicht weiter geführt.³²⁹ Es müsste sich viel mehr den aktuellen technischen Standards angepasst werden, in allen Bereichen. Neben Social Media ist die Bildübertragung im Sport eine wichtige Messgröße für Qualität. Die Technik auf den Rennbahnen ist veraltet, die Produktion von German Tote produziert auf Mindestanforderungen.³³⁰ Technische Weiterentwicklung gilt heutzutage als Messgröße für Qualität. Man könnte kein Trabrennen im Fernsehen übertragen, da die Bildschärfe, der Ton und die Übersichtlichkeit einfach nicht gegeben ist.

Aufgrund dessen leidet der Trabrennsport natürlich auch wirtschaftlich gesehen. Da es den Vereinen an Geldern fehlt und liquidere Sportvereine oder Unternehmen einfach einen großen Wettbewerbsvorteil haben. Da mit der Zeit die Fohlengeburten von 1975 bis 2017 um ganze 78 Prozent gesunken sind (vgl. Abbildung 16), liegt es auf der Hand, dass es damit auch weniger Trabrennpferde gibt. Geringeres Angebot bedeutet dementsprechend höheren Preis. Traber kosten aber nicht nur in der Anschaffung Geld, sondern auch im monatlichen Unterhalt. Wie in jedem Pferdesport, ist es ein teures Hobby, Pferde zu halten, mit dem Unterschied, dass sich die Rennpferde früher selbst finanzieren konnten. Das Rennpreinsniveau ist heute so niedrig, dass ein Pferd in einem normalen Rennen in Karlshorst zwei mal im Monat laufen könnte (öfter als alle zwei Wochen sollte ein Trabrennpferd eigentlich nicht starten) und selbst bei einer hundertprozentigen Sieg-Ausbeute immer noch nicht seine monatlichen Kosten gedeckt hätte. Der Sieger bekommt in Karlshorst durchschnittlich 420 Euro,³³¹ somit hätte es bei zwei Siegen im Monat 840 Euro verdient, abzüglich zehn Prozent Trainerprozent und Transportgeld. Dann kommen noch die monatlichen Kosten von ca. 800 bis 1.000 Euro dazu. Ein Trabrennpferd zu besitzen ist ein reines Hobby geworden, dass sich wirtschaftlich nicht jeder leisten kann.

Ein weiterer wirtschaftlicher Einflussfaktor ist vor allem für die Rennvereine und ihren Totalisatorbetrieb die starke Konkurrenz am Wettmarkt. Wer heutzutage wetten will, braucht lediglich den Computer anschalten und kann auf alles und überall wetten.

³²⁹ vgl. Hauptverband für Traberzucht e.V. (2015): In eigener Sache: ein Jahr meintrabrennsport.de. [online] <https://www.mein-trabrennsport.de/Info/NEWS/In-eigener-Sache-Ein-Jahr-mein-trabrennsport.de>, 27.12.2020.

³³⁰ vgl. Telefoninterview mit Riko Luiking, Anlage G, S. CVI.

³³¹ vgl. Pferdesportpark Karlshorst (Hrsg.) (2020): Ausschreibung für den Renntag am 31. Januar 2021. [online] http://www.psp-sportpark.de/31_01_21_as.pdf, 27.12.2020.

Die Sportwette ist nicht reguliert, die Buchmacher zahlen weniger Steuern, die Rennvereine verzeichnen einen ständig sinkenden Wettumsatz.³³² Das ist jedoch die einzige nennenswerte Einnahmequelle für den Trabrennverein. Die anderen Anbieter haben ein attraktiveres und meist telegeneres sowie massentauglicheres Produkt, was in der Marktanalyse noch genauer betrachtet wird. Fakt ist jedoch, dass die Totalisatoreinnahmen und die Rennwettsteuerrückerstattung für den Rennverein existenziell wichtig sind und ihm diese Finanzierungsmöglichkeiten durch den Staat gegeben wurden, auf Grundlage der Tierzuchtförderung.

Da kommt man zu den politischen Einflussfaktoren, die sich rund um das Tierzuchtgesetz, den Glücksspielstaatsvertrag sowie das Rennwett- und Lotteriegesezt drehen. Der Staat hat nach dem Tierzuchtgesetz die Verpflichtung die Tierzucht zu fördern³³³ und hat im Rahmen dessen über das Rennwett- und Lotteriegesezt den Rennvereinen die Möglichkeit gegeben einen Totalisator zu betreiben und dadurch den Sport zu finanzieren.³³⁴ Nun ist die Situation am Wettmarkt jedoch durch den gescheiterten ersten Glücksspieländerungsstaatsvertrag nicht reguliert worden, was dem Pferderennsport eine gigantische Konkurrenz zur Seite gestellt hat und die Finanzierungsgrundlage nicht nur gefährdet, sondern drastisch minimiert hat (vgl. Abbildung 23). Dazu kommt noch die Steuersenkung der Totalisator- und Buchmachersteuer von 16,66 auf 5 Prozent,³³⁵ was die Buchmacherwette wieder attraktiver für den Wetter macht. Die Politik hat demnach versagt, das Produkt der Pferdewette für die Rennvereine zu schützen, womit der Staat im Grunde seiner Aufgabe der Zuchtunterstützung für Trabrennpferde nicht mehr nachkommt.

Auch auf regionaler Ebene erfährt der Trabrennsport wenig Unterstützung. Die Trabrennbahnen Mönchengladbach, Dinslaken und München-Daglfing haben befristete Verträge und stehen damit vor der Schließung. Der Beschluss, die Trabrennbahn in Dinslaken Ende des Jahres 2022 zu schließen ist bereits offiziell, unter der Begründung, dass die Bedeutung des Trabrennsports nachgelassen habe.³³⁶

³³² vgl. Kapitel 3.4.2.

³³³ vgl. § 1 TierZG.

³³⁴ vgl. § 1 RennwLottG.

³³⁵ vgl. GaloppOnline.de (Hrsg.) 2011, [online] 23.12.2020.

³³⁶ vgl. DIN FLEG mbH (Hrsg.) (o.J.): Zukunft der Trabrennbahn. gemeinsam leben, innovativ wohnen, grün denken, [online] <https://www.zukunft-trabrennbahn.de/startseite.html>, 24.11.2020.

Für Mönchengladbach sollen sogar schon Ende 2021 die Tore geschlossen werden, da das Gelände zum Ausbau des Flughafens genutzt werden soll.³³⁷ Für München-Daglfing soll spätestens 2026 Schluss sein, und ein neuer Standort ist noch ungewiss.³³⁸ Damit steht der Trabrennsport vor dem weiteren Verlust wichtiger Veranstaltungsorte. Die politische Lobby ist im Trabrennsport nicht die beste, jedoch profitiert der Sport durch die Arbeit der Galopper in Verbindung mit German Tote, die nämlich ganzheitliche politische Arbeit leisten, also für Trab und Galopp zusammen.³³⁹ Die im November 2019 beschlossene Rennwettsteuerrückerstattung auch für im Ausland ansässige Buchmacher kann zwar als politischen Erfolg gewertet werden, jedoch werden die Rückflüsse nur einen Tropfen auf den heißen Stein sein.³⁴⁰ Von politischer Seite muss zwangsläufig aufgrund der Entwicklungen am Wettmarkt eine neue Unterstützungsgrundlage kommen. Die Deutsche Reiterliche Vereinigung bekommt zum Beispiel jährlich zwischen 2,3 und 3,2 Millionen Euro Bundesmittel.³⁴¹

Zusammenfassend kann man aus der Marketing-Umfeld-Analyse ableiten, dass es starke sozio-kulturelle Einflussfaktoren bezüglich des Tierschutzgedankens gibt, denen sich jedoch jeder Pferdesport stellen muss, der Trabrennsport hat es jedoch versäumt sich gegen das schlechte Image zu stellen. Technologisch ist die Außendarstellung des Trabrennsports nicht auf dem Niveau anderer Sportarten, was insbesondere kein junges Publikum anzieht. Wirtschaftlich gesehen ist der Trabrennsport für viele nicht mehr finanzierbar, das Rennpreisniveau ist so gering, dass der Trabrennsport ein reines Hobby geworden ist. Der Sport, der einst aus der bürgerlichen Mitte heraus entstanden ist, kann sich von eben der nicht mehr so einfach geleistet werden. Politisch vermisst der Trabrennsport, bzw. der Pferderennsport generell die nötige Unterstützung, die den aktuellen Umständen angepasst sein müsste. Die Pferdewette wurde staatlich nicht ausreichend geschützt und somit haben die Rennvereine ihre durch den Staat gegebene Finanzierungsgrundlage weites gehend verloren, was nicht mehr den Grundsätzen des Tierzuchtgesetzes entspricht.

³³⁷ vgl. Peters 2019, [online], 18.12.2020.

³³⁸ vgl. Kinadeter, Hanni (2019): Ungewisse Zukunft: Traber müssen Rennbahn verlassen – bis 2026. [online] <https://www.hallo-muenchen.de/muenchen/suedost/muenchendamgling-ungewisse-zukunft-traber-muessen-rennbahn-verlassen-2026-12760795.html>, 27.12.2020.

³³⁹ vgl. Telefoninterview mit Riko Luiking, Anlage G, S. CVIII.

³⁴⁰ vgl. a.a.O. S. CVII.

³⁴¹ Deutsche Reiterliche Vereinigung (Hrsg.) (2019): Erträge der Deutschen Reiterlichen Vereinigung nach Segmenten von 2016 bis 2018. In: Statista. [online] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/959227/umfrage/deutsche-reiterliche-vereinigung-ertraege/>, 27.12.2020.

4.1.2 Marktanalyse

Der Trabrennsport befindet sich als Randsportart in einem Nischenmarkt.



Abbildung 31: Markteinteilung Trabrennen (eigene Darstellung)

Den Sportmarkt muss man generell zweigeteilt betrachten, als Sportler- und als Zuschauermarkt.³⁴² Die Besonderheit ist, dass sich die Nachfrage nach Sport aktiv und passiv gestalten kann: zum Einen der Wunsch nach einer aktiven Ausübung der Sportart und zum Anderen das Interesse Dritten passiv bei der Ausübung vor Ort oder via medialer Übertragung zuzusehen.³⁴³ Eine Besonderheit im Pferderennsport und damit auch im Trabrennsport ist die große Rolle des Wettmarktes. Peter Boenisch sagte einst wie bereits zuvor zitiert: „Pferde wetten heißt Pferde retten“³⁴⁴, da der Pferderennsport durch die generierten Wettumsätze weitest gehend finanziert wird.

Im Trabrennsport gibt es also auch eine Zweiteilung des Zuschauermarktes, da sich dieser in wettendes Publikum und nicht-wettendes Publikum aufteilt. Diese zwei verschiedenen Zielgruppen müssen auch getrennt berücksichtigt und befriedigt werden.

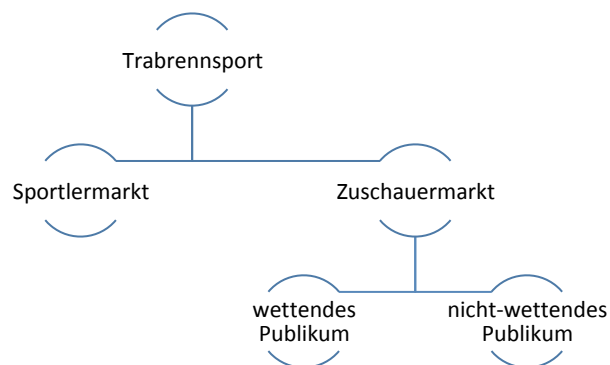


Abbildung 32: Zielgruppen Trabrennsport (eigene Darstellung)

³⁴² vgl. Hermanns, Arnold/Riedmüller, Florian (2011): Management-Handbuch Sport-Marketing. 2. Auflage, München, S. 42.

³⁴³ Ebd.

³⁴⁴ Thielke, Thilo (2001): Pferde wetten, Pferde retten. In: DER SPIEGEL 32/2001, [online] <https://www.spiegel.de/spiegel/print/d-19966198.html>, 30.11.2020.

Betrachtet man zunächst den Sportlermarkt fällt auf, dass dieser über die Jahre stark dezimiert wurde (vgl. Abbildungen 16 und 17). 2017 waren noch 858 Besitzer beim HVT registriert,³⁴⁵ aktuellere Zahlen gibt es nicht, anhand der abnehmenden Tendenz kann man jedoch davon ausgehen, dass die Zahl heute noch geringer ist. Auch der Rückgang an Trabertrainern und Auszubildenden im Berufsfeld Pferdewirt Schwerpunkt Trabrennen ist enorm rückläufig. 1979 waren es 70 Lehrlinge,³⁴⁶ 2020 nur noch drei,³⁴⁷ das ist und sollte alarmierend wirken. Insbesondere stellt sich die Frage des ‚Warums?‘ – und die ist ziemlich leicht zu beantworten. Mit dem gesamten Rückgang des Trabrennsports, der ausführlich in Kapitel 3.2 beschrieben wird, wurde dem Berufsfeld natürlich die Grundlage genommen. Weniger Pferde und weniger Besitzer bedeutet zwangsläufig auch einen Rückgang an Trainern, da ihr Job schlichtweg nicht mehr gefragt war. Die Besitzer haben nach und nach den Sport verlassen, da einerseits die Finanzierung aufgrund der gesunkenen Rennpreise schwieriger wurde, aber auch, weil der Trabrennsport generell an Attraktivität verloren hat. Heinz Wewering rekapituliert: „Viele, viele Leute sind aus dem Sport ausgeschieden, die finanziell in der Lage waren, den Sport weiterzuführen, aber das waren die Ersten, die ausgestiegen sind, komischerweise.“³⁴⁸ Ein gutes Beispiel dafür ist der Fernsehmoderator Frederic Meisner:

„Ich kehre nach über 33 erfolgreichen Jahren dem Trabrennsport den Rücken. Als Besitzer und Züchter von Trabrennpferden gewann ich über 200 Rennen, darunter den Großen Preis von Deutschland und das Stuten-Derby in Berlin. Der Trabrennsport hat es in den letzten Jahren versäumt, auf die Menschen zuzugehen und die Öffentlichkeit zu suchen. Es sind zu viele Fehler begangen worden, die nach wie vor an der Tagesordnung stehen. Der deutsche Trabrennsport hat für mich einfach an Glanz verloren. Diese Entwicklung hat mich darin bekräftigt, dem Trabrennsport für immer Adieu zu sagen.“³⁴⁹

Schonungslose Worte eines Mannes, der viel im Trabrennsport bewirkt hat und dennoch den Rückzug angetreten hat. So geht es vielen. Einerseits aufgrund der Entwicklung, die der Trabrennsport genommen hat, aber auch, weil viele Regularien nicht sonderlich Aktiven freundlich sind.

³⁴⁵ mündliche Auskunft HVT.

³⁴⁶ vgl. Gestüt Lauenburg (Hrsg.) 2002, [online], 22.12.2020.

³⁴⁷ vgl. Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) (2020): Trabrennkalendar für die Bundesrepublik Deutschland 50/20.

³⁴⁸ Interview mit Heinz Wewering, Anlage B, S. XXXIX.

³⁴⁹ Meisner, Frederic (o.J.): Mein Engagement für den Trabrennsport. [online] <http://www.fredericmeisner.de/trabrennsport.php>, 27.12.2020.

So zwingt zum Beispiel das gegenwärtige Ausschreibungssystem viele Besitzer, ihre Pferde entweder aus dem Sport zu nehmen oder mit ihnen ins Ausland zu gehen. Die Rennen werden nach Leistungsgruppen, meistens eingeteilt nach der Gewinnsumme, ausgeschrieben.³⁵⁰ Eine einmal erreichte Gewinnsumme wird das gesamte Leben des Pferdes angerechnet.

Pferde die in höher dotierten Jahrgangs-Rennen (nur für Pferde eines gewissen Alters) zum Beispiel viel Geld gewonnen haben, müssen dann in normalen Rennen gegen viel ältere und erfahrenere Pferde mit dieser Gewinnsumme antreten und können in dieser Klasse zumeist nicht mithalten. Ebenso mit Pferden, die den Höhepunkt ihrer Karriere schon überschritten haben und nicht mehr an alte Leistungen anknüpfen können, oder aus einer Verletzungspause kommen und nicht mehr schonend aufgebaut werden können. Diese Pferde fallen dem System zum Opfer und angesichts dessen, dass die Fohlengeburt bei knapp über 400 liegen (vgl. Abbildung 17), sollte das Anlass genug sein, die vorhandenen Startpferde auch so lange es Pferd und Besitzer möglich ist im Rennsport zu halten. Es werden zwar sogenannte Handicap-Rennen ausgeschrieben, bei denen die Ausschreibung so formuliert wird, dass z.B. nur sieglose Pferde einer gewissen Gewinnsumme teilnehmen können oder, dass das Rennen nur „Frei für Pferde bis 4.000 Euro ohne Sieg bei den letzten 4 Starts und frei für Pferde bis 5.000 Euro ohne Sieg bei den letzten 8 Starts“³⁵¹ ist. Jedoch fangen diese Rennen nicht genügend Pferde auf.

Der Ruf nach strukturellen Veränderungen bei den Aktiven ist groß, wird aber an offizieller Stelle nicht wirklich gehört, bzw. nicht umgesetzt. Gründe dafür sind vielseitig und werden in der Betriebsanalyse genauer betrachtet.

Der Sportlermarkt, in dem sich der Trabrennsport befindet, steht keinesfalls konkurrenzlos da. Andere Pferdesportarten, insbesondere der Reitsport, stellen eine große Konkurrenz dar, so zeigt eine Studie des Marktforschungsunternehmens IPSOS aus dem Jahr 2019:

³⁵⁰ § 32 TRO.

³⁵¹ Verein zur Förderung des Rheinischen Trabrennsports e.V. (Hrsg.) (2020): Ausschreibung zum Rennntag am 3. Januar 2021 auf der Trabrennbahn Mönchengladbach. [online] <https://www.hvtonline.de/tracks/mg>, 27.12.2020.

„[...] rund 11,2 Millionen Befragte [gaben] an, Interesse an Pferd und Pferdesport zu haben. Dabei wurden jedoch nur über 14-Jährige befragt. Die Studie ermittelte auch die Zahl der Pferdesportler in Deutschland: 2,32 Millionen Menschen bezeichnen sich selbst als Reiter (Der Begriff Reiter umfasst immer auch Fahrer, Voltigierer und alle Personen, die sich in irgendeiner Weise aktiv mit dem Pferd beschäftigen, z.B. in Form von Bodenarbeit.), darunter 840.000 regelmäßig aktive Reiter und 1,48 Millionen Gelegenheitsreiter. 700.000 Menschen würden gerne reiten oder wieder in den Sport einsteigen. Außerdem gibt es etwa 600.000 Haushalte mit Pferdebesitz in Deutschland sowie 920.000 Haushalte mit einer Reitbeteiligung. Laut Hochrechnung beträgt die Anzahl der Pferde im Privatbesitz rund 1,25 Millionen.“³⁵²

Betrachtet man nun auch noch die Zahlen der im sportlichen Wettkampf aktiven Teilnehmer, fällt auf, dass der Pferdesport nicht nur als Freizeitaktivität genutzt wird, sondern viele Menschen in Deutschland mit ihrem Pferd Sport betreiben: „Im Jahr 2019 wurden 3.567 Turnierveranstaltungen (Vorjahr: 3.575) mit 66.281 Prüfungen (Vorjahr 68.001) und 1.377.474 Starts (Vorjahr 1.389.244) ausgetragen. Die Geldpreise erreichten 2019 eine Höhe von 32.639.473 Euro (Vorjahr: 32.701.454).“³⁵³

Einerseits zeigt das die Macht- und Größenverhältnisse des Pferdesports gegenüber dem Pferderennsport, insbesondere dem Trabrennsport in Deutschland, es zeigt aber auch, dass es dementsprechend viele Menschen gibt, die sich für Pferde interessieren und insbesondere auch mit ihnen an sportlichen Wettkämpfen teilnehmen. Es sind also genug Pferdebegeisterte da, die man auch an den Trabrennsport heranführen könnte. Da kommt man jedoch wieder an den Punkt, dass der Trabrennsport kein gutes Image hat, weder bei Menschen, die selbst im Pferdesport aktiv sind, da ist es teilweise noch schlimmer, noch bei Menschen ohne Pferdebezug.

Um dem Sportlermarkt attraktiv zu begegnen bedarf es einer Strukturreform, die schon an der Wurzel beginnt, nämlich dem Nachwuchs. Dass es dem Trabrennsport an Nachwuchs mangelt, ist allseits bekannt. Heinz Tell, Geschäftsführer des HVT sieht das Problem darin, dass die Arbeit mit Pferden generell hart ist und sich wenig Leute bereit erklären eine sechs Tage Woche mit langen Arbeitszeiten auf sich zu nehmen.³⁵⁴ Die Zahlen zeigen jedoch etwas Anderes:

³⁵² Deutsche Reiterliche Vereinigung (Hrsg.) (2020a): Zahlen und Fakten aus Pferdesport und Pferdezucht. [online] <https://www.pferd-aktuell.de/deutsche-reiterliche-vereinigung/zahlen--fakten>, 27.12.2020.

³⁵³ Ebd.

³⁵⁴ vgl. Interview mit Heinz Tell, Anlage E, S. LXXIV.

Berufe	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013
Pferdewirt/in, FR Pferdehaltung und Pferdeservice	804	792	810	792	765	753	768
Pferdewirt/in, FR Klassische Reitausbildung	468	444	516	459	513	516	474
Pferdewirt/in, FR Pferdezucht	150	144	159	153	168	162	195
Pferdewirt/in, FR Spezialreitwesen	468	72	69	63	72	72	78
Pferdewirt/in (Monoberuf)	-	69	-	51	66	69	90
Pferdewirt/in, FR Pferderennen	33	33	33	33	42	39	45
Fachpraktiker/in in der Pferdewirtschaft (§66 BBiG)	15	21	24	27	30	33	-
Helfer/in in der Pferdewirtschaft (§ 66 BBiG)	12	9	6	6	12	12	9

Abbildung 33: Anzahl der Auszubildenden in der Pferdewirtschaft in Deutschland nach Ausbildungsberufen in den Jahren 2012 bis 2019³⁵⁵

Somit gibt es sehr wohl ein Interesse an dem Beruf Pferdewirt, der Trabrennsport gehört nur nicht dazu. Wenn man bedenkt, dass dieses Jahr drei Auszubildende für den Schwerpunkt Trabrennfahrer gemeldet sind, sieht man im direkten Vergleich zum Galopprennsport, der das Zehnfache an Auszubildenden vorweisen kann.

³⁵⁵ Statistisches Bundesamt (2020): Anzahl der Auszubildenden in der Pferdewirtschaft in Deutschland nach Ausbildungsberufen in den Jahren 2012 bis 2019. In: Statista. [online] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/323793/umfrage/auszubildende-in-der-pferdewirtschaft-in-deutschland-nach-berufen/>, 27.12.2020.

Ein großer Faktor ist, dass Kinder von klein auf in Reitschulen den Pferden nahegebracht werden und somit dieses Hobby für sich entdecken und es später vielleicht zum Beruf machen. Im Trabrennsport gibt es so etwas nicht. Es gibt kein Konzept, um Kinder an den Sport heran zu führen, da, wieder mal, der Trabrennsport kein gutes Image hat und alles andere als kinderfreundlich und einladend wirkt. Es gibt zwar Mini-Pony-Rennen für Kinder, jedoch braucht es dafür ein Pony plus Ausrüstung, daher sind die Teilnehmer meist ausschließlich aus Traberfamilien.³⁵⁶

Es bedarf einer Umstrukturierung des Ausschreibungs- und Leistungsklassen-Systems sowie einer Nachwuchsförderung. Berufseinstiegs- und Aufstiegschancen müssen attraktiv sein, außerdem müssen Kinder schon früh an den Sport herangeführt werden. Der Sport muss sein Image aufbessern, in dem man Aufklärungsarbeit betreibt und noch härter gegen Tierschutzwidrigkeiten vorgeht. Man muss die Pferdebegeisterung, die in Deutschland nachweislich besteht, für den Trabrennsport nutzen. In Kapitel 4.3 werden dazu Ideen entworfen. Der Trabrennsport muss sich auch auf den Sportlermarkt konzentrieren und nicht ausschließlich auf den Zuschauermarkt, denn nur wenn auch Sport betrieben wird, gibt es auch was zum Zuschauen und wetten.

Der Zuschauermarkt teilt sich in wettendes und nicht-wettendes Publikum auf. Der Trabrennsport dreht sich seither eigentlich ausschließlich um das wettende Publikum, da die Wetter durch den Umsatz am Totalisator die Rennvereine und damit auch die Rennpreise finanzieren. Diese Annahme besteht seither, die Situation hat sich jedoch stark geändert.

Der Wettmarkt in Deutschland ist nicht mehr das, was er mal war. Von 2008 bis Mitte 2012 war der Wettmarkt durch den Glücksspielstaatsvertrag reguliert.³⁵⁷ Mit dem ersten Glücksspieländerungsstaatsvertrag und dem darauf folgenden Konzessionsverga bestopp befand sich der Glücksspielmarkt in einer Art Vakuum, das bis heute besteht. Der Glücksspielmarkt teilt sich nämlich nun in drei Bereiche auf, den regulierten, den nicht-regulierten und den Schwarzmarkt.

³⁵⁶ Pferdesportpark Berlin-Karlshorst (Hrsg.) (o.J.): Minitraber. [online] <http://pferdesportpark-berlin-karlshorst.de/index.php?id=628>, 27.12.2020.

³⁵⁷ vgl. Verband der Deutschen Automatenindustrie e.V. (Hrsg.) o.J.-a, [online] 23.12.2020.

„Zum regulierten Markt in Deutschland gehören alle Angebote, die eine deutsche Glücksspiellizenz besitzen und nach deutschem Recht legal sind. Dazu zählen [unter Anderem] [...] Totalisatoren und staatlich konzessionierte Buchmachen mit einem Angebot von Pferdewetten.“³⁵⁸ Dieser staatlich kontrollierte Markt hat allerdings aufgrund der europäischen Dienstleistungsfreiheit³⁵⁹ Mitbewerber mit Sitz in anderen europäischen Staaten bekommen. Das Vorhaben sie mit den 20 vergebenen Konzessionen zu limitieren scheiterte und der bis heute bestehende Graubereich des nicht-regulierten Glücksspielmarktes entstand.³⁶⁰

„Zum nicht-regulierten Markt zählen Glücksspielangebote, die nicht über eine deutsche Glücksspielkonzession, wohl aber über eine Konzession aus einem anderen EU-Mitgliedsstaat verfügen. Nach deutschem Recht sind sie illegal. Ein Großteil dieser Angebote wird allerdings de facto geduldet und öffentlich beworben. [...] [Dazu] zählen private Sportwettangebote, Zweitlotterien, Online-Casinos sowie Online-Poker.“³⁶¹

Der Marktanteil von Pferdewetten schrumpft damit immer weiter. Dazu kommt dann auch noch der sanktionierte Schwarzmarkt, der „aus Angeboten (besteht), die weder eine deutsche Konzession, noch eine Konzession in einem anderen EU-Mitgliedsstaat besitzen und somit auch nach gesamteuropäischem Rechtsverständnis illegal sind.“³⁶²

Wie in Kapitel 3.4.2 ausführlich dargelegt, sieht der regulierte Wettmarkt für Pferdewetten alles andere als lukrativ aus. Es kursiert zwar ein inoffizieller Betrag von 400.000 bis 800.000 Euro, der angeblich jedes Jahr in Deutschland auf Pferde gewettet wird, sei es am regulierten, am nicht-regulierten oder am Schwarzmarkt, jedoch ist diese nirgends offiziell belegt.³⁶³ Was jedoch auf Tatsachen beruht, ist der Fakt, dass sich kein Rennverein mehr durch seine Totalisatoreinnahmen finanzieren kann, was ursprünglich jedoch, nicht nur das Ziel war, sondern früher auch mehr als funktioniert hat. Die Zeiten haben sich jedoch geändert, das Internet und die Globalisierung haben die Wettkundschaft, die eben nach diesen inoffiziellen Zahlen noch da sein soll, lediglich nun nicht mehr am Totalisator wettet, sondern bei legalen oder illegalen Buchmachern.

³⁵⁸ Kleibrink/Köster 2017, S. 23.

³⁵⁹ vgl. Art. 56 AEUV.

³⁶⁰ vgl. Pressestelle VGH Kassel 2015, [online] 23.12.2020.

³⁶¹ Kleibrink/Köster 2017, S. 23f.

³⁶² a.a.O. S. 25.

³⁶³ mündliche Aussage von Andreas Gruber, trotto.de.

An dieser Stelle hat es der Sport versäumt sein Produkt zu schützen, genau wie aber auch der Staat (Glücksspieländerungsstaatsvertrag). Betrachtet man nun den aktuellen Wettmarkt für Pferdewetten, fällt auf, dass der Marktanteil marginal ist:

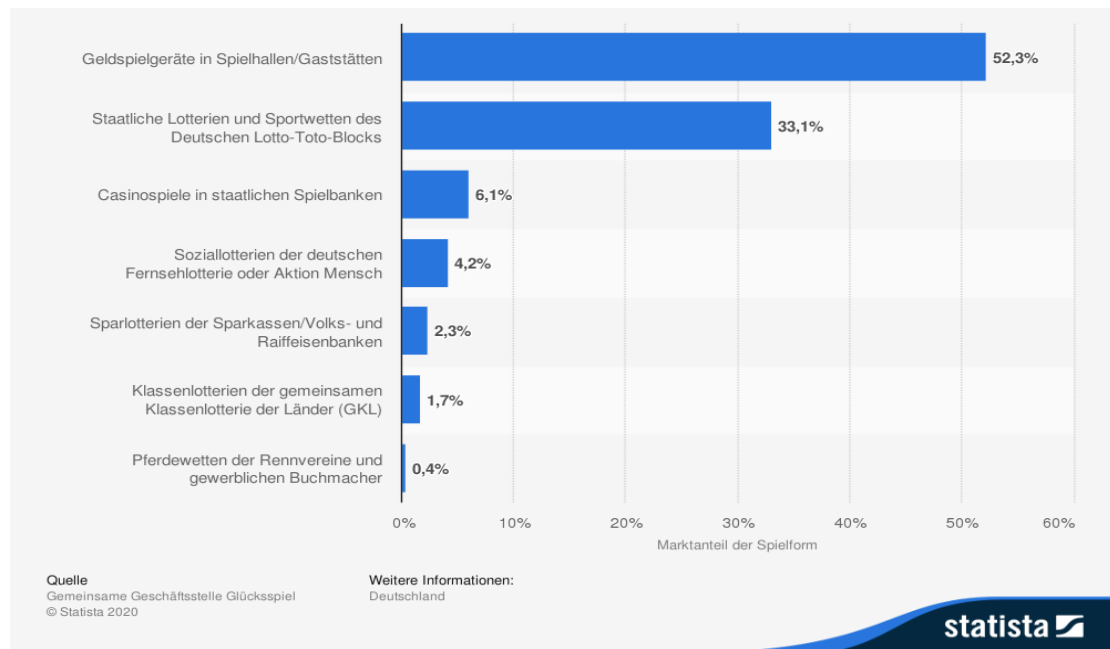


Abbildung 34: Marktanteile der Spielformen im regulierten Glücksspielmarkt in Deutschland im Jahr 2018³⁶⁴

Der Marktanteil ist mit 0,4 Prozent nicht nur marginal, sondern teilt sich nochmals auf zwischen dem Totalisator der Traber und der Galopper sowie den Umsätzen lizenzierter Buchmacher.

Der Gesamtumsatz am deutschen Glücksspielmarkt betrug 2018 46,27 Milliarden Euro³⁶⁵, nimmt man davon 0,4 Prozent des Marktanteils kommt man auf einen Umsatz von Pferdewetten von ca. 185 Millionen Euro am regulierten Glücksspielmarkt.

³⁶⁴ Gemeinsame Geschäftsstelle Glücksspiel (Hrsg.) (2019): Marktanteile der Spielformen im regulierten Glücksspielmarkt in Deutschland im Jahr 2018. In: Statista, [online] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/753197/umfrage/marktanteile-im-regulierten-gluecksspielmarkt-in-deutschland/>, 31.12.2020.

³⁶⁵ DHS (Hrsg.) (2020): Umsätze auf dem Glücksspiel-Markt in Deutschland von 2005 bis 2018 (in Milliarden Euro). In: Statista, [online] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/5417/umfrage/umsaetze-auf-dem-gluecksspiel-markt-seit-2005/>, 31.12.2020.

Die Totalisatorumsätze des Trabrennsports betragen 2018 15,8 Millionen Euro.³⁶⁶ Das macht einen Anteil der am Totalisator getätigten Pferdewette auf Trabrennen am Gesamtumsatz von 8,5 Prozent aus. Die Galopper hatten 2018 einen Umsatz von 25,4 Millionen Euro, also 13,7 Prozent, was auch nur etwas besser aussieht. Damit kann man sich also den Marktanteil der Buchmacher herleiten, nämlich 77,8 Prozent. Ungefähr 143,8 Millionen Euro werden am regulierten Glücksspielmarkt auf Pferde abseits des Totalisators gewettet. Das meiste Geld geht hierbei auf ausländische Pferderennen. Würde also das Angebot an Rennen in Deutschland erhöht und verbessert werden, müssten die Wetter nicht mehr so stark auf ausländische Rennbahnen im Angebot der Buchmacher ausweichen. Vorschläge dazu werden in Kapitel 4.3.3 aufgestellt. Dieser schleichende Prozess wurde von den Beteiligten jedoch zu spät erkannt.

Nun ist aber festzuhalten, dass die generelle Wettbereitschaft auf Pferde ist in Deutschland gegeben, aber im Vergleich zum gesamten Glücksspielmarkt nur sehr marginal, für die Größe des Trabrennsports jedoch eigentlich ausreichend. Die Kundenschaft, die einst am Totalisator gewettet hat ist jedoch mittlerweile abgewandert zu legalen Buchmachern, oder zu Schwarzmarktangeboten, wenn man den inoffiziellen Zahlen von 400 bis 800 Millionen Euro Wetteinsatz glaubt. Die Annahme der Politik, der Trabrennsport könnte sich über seine Totalisatorgenehmigung finanzieren, ist hin-fällig, da die Umsätze so gering geworden sind, dass sich kein Rennverein ohne Unterstützung von außen mehr finanzieren könnte. Was nämlich bedacht werden muss ist, was am Ende des Tages für den Rennverein überhaupt übrig bleibt vom Totalisatorumsatz:

- 75 Prozent gehen als Gewinn an die Wetter
- 5 Prozent gehen als Totalisatorsteuer an den Staat (effektive 0,2 Prozent)
- An die lizenzierten Buchmacher muss eine Vermittlungsprovision gezahlt werden, für die Wetten, die über den Buchmacher in den Totalisator gespielt werden

Damit bleibt bei einem Umsatz von beispielsweise 60.000 Euro an einem Renntag am Ende für den Verein 15.000 Euro übrig und davon sind noch keine Vermittlungsprovisi-onen gezahlt, da diese abhängig von der Wettart und Menge der vermittelten Wetten sind. Davon muss der Rennverein die Rennpreise zahlen, die Gehälter der Mitarbeiter, die laufenden Kosten des Geländes. Es wird demnach deutlich: Allein durch den Totalisatorumsatz ist es nicht mehr finanzierbar.

³⁶⁶ vgl. Glücksspiel Uni Hohenheim (Hrsg.) 2019, [online] 23.12.2020.

Eine zusätzliche Einnahmequelle sollte in Betracht gezogen werden und diese geht von der dritten Zielgruppe aus, dem nicht-wettendem Publikum. Es gibt zwar keine Erhebungen dazu, wie viel Prozent der Rennbahnbesucher wetten oder eben nicht wetten, dennoch kann man erkennen, dass man diese Zielgruppe gerade in der heutigen Zeit am ehesten ansprechen muss. Durch die Möglichkeit, über das Internet zu wetten, müssen diejenigen, die ausschließlich zum Wetten auf der Rennbahn waren, dort nun nicht mehr hin. Sie können von zuhause aus wetten oder gehen in einen der zahlreichen Buchmacherläden und können dort parallel auf viele verschiedene Pferderennen und andere Sportarten wetten. Die Trabrennbahn bietet keinen Mehrwert um als Wetter anwesend zu sein, eher das Gegenteil ist der Fall, da wie schon ausführlich erläutert, die Quoten im Totalisator wenig attraktiv sind.

Diejenigen, die also noch zur Rennbahn kommen, sind die, die daran interessiert sind den Sport live zu erleben, die einen Familienausflug machen oder aus Tradition noch zur Rennbahn kommen. Letztere sind wohlmöglich makaber ausgedrückt, jedoch wörtlich genommen, von aussterbender Natur. Erstere ist eine momentan noch sehr kleine Gruppe, die sich wohl hauptsächlich aus Personen rund um den Kreis der Aktiven zusammensetzt und diejenigen, die es in Zukunft zu begeistern gilt, wären damit die Ausflügler, die einen Besuch der Rennbahn zum Vergnügen machen. Dabei wird gegebenenfalls zum Spaß auch mal eine Wette getätigt, dieses Vorhaben steht jedoch nicht im Vordergrund. Diese Zielgruppe ist diejenige, die auf der Rennbahn vor Ort die größte Rolle spielen muss, denn ist das Angebot attraktiv, können über Eintrittsgelder direkte Einnahmen für den Verein generiert werden. Wie die Rechnung der Erträge an den Totalisatorumsätzen für den Rennverein gezeigt hat, braucht er für 15.000 Euro Ertrag über 60.000 Euro Wettumsatz. Für 15.000 Euro Ertrag in Form von Eintrittsgeldern bräuchte er zum Beispiel 1.500 Menschen, die je 10 Euro Eintritt zahlen. Selbst in kleinerem Rahmen würden diese Einnahmen den Rennvereinen stark zu Gute kommen. Dass sich diese Zielgruppe für solch eine Veranstaltung begeistern lässt, zeigt das Deutsche Traber Derby, welches jährlich auf der Trabrennbahn Mariendorf abgehalten wird. Dafür gibt es zwar lediglich die Besucherzahlen von 2020, die aufgrund der Corona-Restriktionen eingedämmt werden mussten, dennoch beliefen sich diese auf knapp über 4.000 Besucher.³⁶⁷ Maßnahmen, wie der Trabrennsport das Produkt ‚Event‘ besser vermarkten kann, werden in Kapitel 4.3.3 dargelegt. Der Markt des Freizeitangebots ist riesig, dennoch sind Tiere und Pferde ein anziehender Faktor. Außerdem ist das eigentliche Produkt so vielseitig, dass für Jedermann etwas dabei wäre.

³⁶⁷ Auskunft Isabelle Bucher, Trabrennbahn Berlin-Mariendorf.

Neben den möglichen Einnahmen durch Besucher gibt es noch einen weiteren Grund für den Trabrennsport, sich mehr auf diese Zielgruppe zu konzentrieren. Und zwar würde der Trabrennsport imagetechnisch seinen Sport und das eigentliche Produkt in den Vordergrund bringen und sich nicht hinter dem in Deutschland als nicht sonderlich positiv wahrgenommenes Metier des Wettgeschäfts verstecken. Schon 1970 wurde darüber diskutiert, dass das Wettgeschäft in Deutschland nicht so anerkannt wird, wie in anderen Ländern:

„Galt nämlich in Frankreich und England das Halten von Rennpferden wie das Wetten immer als honorig, so hob in Deutschland der Staat den moralischen Zeigefinger. Wetten galt nicht als fein, jedenfalls so lange, wie es mit dem Begriff Pferderennen gekoppelt war; es wurde geduldet, weil es für die öffentlichen Finanzen nützlich war.“³⁶⁸

Sascha Multerer unterstreicht diese Aussage:

„[...] die Wette ist doch eigentlich, wenn man realistisch denkt, ein ganz unpopuläres Produkt. Sie gilt bei 98 Prozent der Menschen als suchtgefährdend und als etwas höchst verruchtes, das sagen dir sogar Leute, die Lottospielen. [...] Also verkaufen wir ja eigentlich etwas, das ungefähr, nehmen wir einen aktuellen Bezug, den selben Stellenwert wie das Coronavirus hat. [...] Das ist unser Problem mit der Wette und wir werden die Wette im Kern nie als Kinderspiel verkaufen können, das wird nicht funktionieren. Den Nimbus von der Wette zu nehmen ist ganz, ganz schwierig. Aber was wir können ist, wir können es schaffen unseren Sport als wertig darzustellen, sodass Besucher bereit sind Eintritt zu bezahlen, wenn die Trabrennveranstaltung ein Event ist.“³⁶⁹

Und auch Furler und Klein stellen diesen Umstand in Deutschland fest:

„Merkwürdig ist die Tatsache, dass das Wetten auf Pferde [...] in Deutschland nie wirklich populär oder gar gesellschaftsfähig im breitesten Sinne geworden ist. Die Pferdewette ist immer noch mit einem negativen Touch belastet, sie hat den Hautgout von riunösem Spielertum und Manipulation nie ablegen können, wie die Wettskandale des Jahres 1976 zeigten. Damit verbunden ist natürlich auch die in der Öffentlichkeit oft missbilligte Haltung von Rennpferden, denn ‚wer sich Pferde zum Zwecke von Rennen und Wetten hält, der kann kein seriöser Mann sein [...].“³⁷⁰

³⁶⁸ Schütt/Barm 1970, S. 89.

³⁶⁹ Telefoninterview mit Sascha Multerer, Anlage F, S. XCIV.

³⁷⁰ Furler/Klein 1976, S. 72f.

Damit ist offensichtlich, dass sich die Pferdewette und damit der Pferderennsport in Deutschland seither in einem dunklen Licht wieder finden. Gerade zur heutigen Zeit, in der Tierschutz eine immer größere Rolle spielt, ist es umso wichtiger, sich dementsprechend zu positionieren. Mit der Pferdewette kann man kein Kommunikationskonzept starten. Die Größe des auf Pferde gewetteten Umsatzes ist nahezu unverändert, es wird lediglich an anderer Stelle gewettet. Sich gegen Buchmacher zu ‚wehren‘ ist aufgrund der Marktanteile und Machtverhältnisse unmöglich und auch nicht erstrebenswert. Daher muss an neuen Stellen angesetzt werden.

Die Zielgruppe des Event-Publikums muss angesprochen werden und die Bedürfnisse klar von denen der wettenden Zielgruppe getrennt werden:

Wettendes Publikum	Nicht-wettendes Publikum
<ul style="list-style-type: none"> - Informationen über Pferde, wie zum Beispiel Veränderungen im Hufbeschlag, in der Anspannung, beim Fahrer oder Trainer - Vergleich der Formen und Zeiten der Pferde - weitere Fachinformationen - Auskünfte und Tipps zu den Wetten - Quoten und Quotenveränderungen 	<ul style="list-style-type: none"> - unterhaltende Informationen zu den Pferden und Fahrern - weniger fachlich, mehr erklärend - spannungsaufbauende Atmosphäre - Unterhaltungsprogramm abseits der Rennen - Musik anstatt Fachgespräche - einfache Wett-Tipps

Tabelle 4: Unterschiedliche Bedürfnisse der Zielgruppen (eigene Darstellung)

Wie genau auf die verschiedenen Bedürfnisse der zwei Zielgruppen eingegangen werden kann wird in Kapitel 4.3 vertieft.

Zusammenfassend ist zu sagen, dass sich der Trabrennsport im Grunde in drei verschiedenen Märkten befindet und sich dementsprechend auch zielgerichtet aufstellen muss. Die Zielgruppen der jeweiligen Märkte haben dementsprechend auch komplett verschiedene Bedürfnisse, die es zu befriedigen gilt. Hierbei wird es in der jetzigen strukturellen Konstellation im Trabrennsport schwierig, da diese Bedürfnisse nicht zentral befriedigt werden können, sondern teilweise von Verbandsseite aus, teilweise von Rennveranstalter-Seite aus und teilweise von Aktiven-Seite selbst aus.

Potenzial bieten alle drei Märkte. Interesse am Pferd und am Sport mit Pferd ist in Deutschland sehr stark vorhanden, dieses Potenzial muss für die Zielgruppe der Sportler (Fahrer, Besitzer, Züchter etc.) und für die Zielgruppe der Besucher, die aufgrund von ihrem Interesse am Pferd bzw. am Pferdesport kommen, weiter ausgebaut werden. Besucher, die aufgrund des Eventcharakters zur Rennbahn kommen, müssen noch stärker abseits des Pferdesports unterhalten werden.

Die Zielgruppe rund um die Pferdewette kann man teilweise wieder zurück in den Sport bzw. zum Totalisator holen, indem man durch gezielte Maßnahmen, die ebenfalls in Kapitel 4.3 beschrieben werden, die Quoten und damit die Gewinnmöglichkeiten stärkt. An dreistellige Millionenbeträge wie in Glanzzeiten wird man jedoch nie wieder herankommen. Auch wenn alle drei Zielgruppen verschiedene Bedürfnisse haben, hängen sie miteinander zusammen. Insbesondere die unter den Sportlern stark geforderten strukturellen Veränderungen der Ausschreibungen und Starterangaben hätten direkten Einfluss auf die Quoten und Umsätze, welche dann wiederum höhere Rennpreise finanzierbar machen würden, was den Sportlern zusätzlich zu Gute käme:

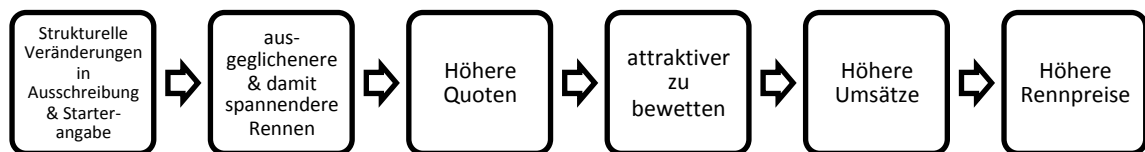


Abbildung 35: Zusammenhang von strukturellen Veränderungen im Sport und Umsatzsteigerung (eigene Darstellung)

Gestaltet man das Programm rund um den Renntag und die Rennbahn attraktiv, gewinnt der Trabrennsport nicht nur Kundschaft auf der Besucherseite, sondern dabei können sich vielleicht auch neue Begeisterte für die Sportlerseite interessieren, ob als Besitzer oder Fahrer. Potenzial ist in allen drei Zielgruppen da, es muss nun ausgeschöpft werden.

4.1.3 Betriebsanalyse

Im Rahmen der Betriebsanalyse wird der Trabrennsport auf die Parameter „vorhandenes Image/Positionierung, Intensität der Beziehungen zu Kunden/Händlern (Kundenbindungssysteme), [...] Kundenzufriedenheit, [...] und Bekanntheitsgrad.“³⁷¹ untersucht. Darauf folgt eine SWOT-Analyse, deren Ergebnisse in Kapitel 4.1.2 zur Strategieplanung verwendet werden.

Image/Positionierung

Das vorhandene Image des Trabrennsports wurde in dieser Arbeit schon ausführlich thematisiert (vgl. Kapitel 4.1.1 S. 73 und 88f.), der Tierschutzfaktor sowie das schlechte Image der Pferdewette rücken den Trabrennsport in ein dunkles Licht.

Insbesondere ersteres ist ein großes Problem, dass den Trabrennsport daran hindert neue Leute zu begeistern. Das sich im Umlauf befindende Halbwissen und die Vorurteile, die sich aufgebaut haben, stellen den Trabrennsport und die Sportler als brutal und tierschutzwidrig dar. Tierschutzorganisationen wie Peta gehen mit entschiedener Härte gegen jeglichen Pferdesport vor,³⁷² da kommt natürlich auch der Pferderennsport alles andere als glimpflich weg. Teilweise sind die Argumente, die die Tierschutzorganisation aufführt nachvollziehbar, teilweise beruhen sie auf kompletten Unwahrheiten, wie zum Beispiel die Aussage, dass etliche Traber auch außerhalb des Rennalltags in kleinen Einzelboxen gehalten würden, in denen die hochsozialen Herdentiere ein trauriges Einzelleben fristen würden.³⁷³ Bei Trabern ist genau das Gegenteil der Fall, viele werden sogar in Offenställen (Tag und Nacht draußen) gehalten, lange Koppelgänge gehören zum Alltag. Forderungen, wie zum Beispiel, ein gänzlich Verbot der Peitsche³⁷⁴ dürfen nicht als fanatische Ansichten von Tierschützern gesehen werden, sondern der Trabrennsport muss für sich dafür sorgen, sich klar gegen Tierquälerei zu positionieren.

³⁷¹ Preißner 2008, S. 98f.

³⁷² vgl. PETA (Hrsg.) (2019): Pferdesport – die Wahrheit über das stille Leiden der Pferde. [online] <https://www.peta.de/themen/pferdesport/>, 1.1.2021.

³⁷³ vgl. PETA (Hrsg.) (2013): Pferderennen sind Tierquälerei – darauf können Sie wetten! [online] <https://www.peta.de/themen/pferderennen/>, 1.1.2021.

³⁷⁴ Ebd.

Es ist nämlich so, dass deutlich mehr Menschen die Tierschutzorganisation Peta kennen, das heißt, alle Informationen, die sie über den Sport bekommen, bekommen sie von diesen teilweise mit falschen und überspitzten Informationen bestückten Artikeln. Diese Macht ist nicht zu unterschätzen, da Peta mit ihren Kampagnen schon sehr große Firmen in Bedrängnis gebracht hat:

„Peta [...] wird immer einflussreicher. [...] Den Durchbruch hätten sie mit Undercover-Ermittlungen und einer breit aufgestellten Öffentlichkeitsarbeit bis in kleinste Ortschaften hin erreicht. Aber ‚auch mit den neuen Medien‘, sagt Haferbeck: Facebook, Youtube, Twitter – zwei Mitarbeiter in Deutschland kümmern sich nur um Onlinekanäle. ‚Diese Kommunikationswege sorgen dafür, dass wir innerhalb kürzester Zeit massenhaft Menschen erreichen und für unser Anliegen gewinnen können‘, sagt Haferbeck.“³⁷⁵

Das Image und die gegenwärtige Positionierung des Trabrennsports sind, angesichts des heutigen Tierschutzgedankens, nicht mehr zeitgemäß.

Auch wenn es für im Sport Aktive absurd scheint, sich gegen etwaige Anschuldigungen zu rechtfertigen oder gegebenenfalls lange bestehende Regularien zu verändern, so muss man von diesem Festhalten abkommen, um den Sport in ein etwas besseres Licht zu rücken. Die Tierschutzorganisationen werden trotzdem das komplette Abschaffen des Pferde-(renn)-sports fordern, mit positiven Gegenmaßnahmen kann sich der Trabrennsport trotzdem etwas massentauglicher darstellen.

Intensität der Beziehungen zu Kunden

Die Intensität der Beziehungen zu Kunden ist im Trabrennsport, wie in der Zielgruppenanalyse schon angeschnitten worden ist, nicht ausgeglichen. Die Bedürfnisse der Aktiven finden wenig bis gar keine Berücksichtigung, Möglichkeiten zur Mitsprache gibt es nicht und der Sport wird nicht mehr auf sportlicher Basis ausgetragen, sondern vielmehr auf einer Beziehungsbasis. Es messen sich nur noch sehr selten die Besten mit den Besten, meistens gehen sich diese aus dem Weg, Möglichkeiten für kleinere Besitzer und Trainer auch ein Stück vom Kuchen abzubekommen gehen gegen Null. Das sieht auch Heinz Tell, der im Interview sagt:

³⁷⁵ Marschall, Dorit/Hanke, Thomas/Bialek, Catrin et al. (2015): Die Macht der Marke Peta. Unternehmen unter Druck, in: Handelsblatt online, [online] https://www.handelsblatt.com/arts_und_style/aus-aller-welt/unternehmen-unter-druck-die-macht-der-marke-peta/12160858.html, 1.1.2021.

„Es hilft doch keinem Menschen, wenn Nimczyk in Gladbach sechs Rennen gewinnt, die Mommert Pferde in Berlin vier oder fünf und genau dasselbe passiert in Hamburg jetzt nochmal mit den Herz Pferden. Das ist der Tod für die kleinen Besitzer, die sagen sich dann: Was sollen wir hier überhaupt noch? Wir werden ja hier zwischen sämtlichen Mühlsteinen zerrieben [...]“³⁷⁶

Im Grunde können nur die Großen in dem Sport überleben, für die Kleinen gibt es nahezu keinen Anreiz, den Sport noch zu betreiben, wäre da nicht die Passion an dem Ganzen, was diese Leute im Sport hält.

Da besteht definitiv ein großes Defizit und zwar der Gestalt, dass auf die Bedürfnisse der Sportler-Zielgruppe, welche auch Züchter und Besitzer beinhaltet, wenig bis gar nicht eingegangen wird. Der Sport muss fairer werden, nicht nur im aktiven Teil, also im Rennen, sondern auch in den Strukturen darum. Maßnahmen, wie das umgesetzt werden könnte werden in Kapitel 4.1.3 beleuchtet.

Es wird zwar versucht, die Zielgruppe des wettenden Publikums am ehesten zu befriedigen, aber angesichts dessen, dass die Totalisatorumsätze enorm rückläufig sind, der Gesamteinsatz auf Pferderennen aber nicht, macht dies deutlich, dass sich die Kundenschaft lediglich verlagert hat und ihre Wetten nun bei der Konkurrenz tätigt. Somit waren sie anscheinend mit dem gebotenen Programm nicht zufrieden.

In Kapitel 3.4.2 wird dieser Zusammenhang erläutert, ebenso wie in der Wettmarktanalyse (S. 84ff.). Daraus ist zu entnehmen, dass das gegenwärtige Produkt der Wette nicht attraktiv genug ist, um den Kunden, also den Wetter davon zu begeistern. Das liegt vor allem an schlechten Quoten, die aufgrund der vorher angesprochenen unfaireren Strukturen entstehen, da sich die Besten nur noch sehr selten miteinander messen und dementsprechend wenig eingesetzt wird, wodurch dann der Gewinntopf so klein ist, dass im Falle eines Gewinns dieser so gering ausfällt, dass der Wetter wohlmöglich nicht einmal seinen Einsatz wieder bekommt.³⁷⁷

Ein weiterer Punkt, der die Wetter in der Vergangenheit sehr verärgert hat, war der Umgang mit den Jackpots. Wird eine V-Wette von niemandem getroffen geht der gesamte Einsatzpool an den Rennverein und wird bei einem anderen Renntag wieder zur Ausschüttung freigegeben.

³⁷⁶ Interview mit Heinz Tell, Anlage E, S. LXXXII.

³⁷⁷ vgl. Interview mit Heinz Tell, Anlage E, S. LXVIII.

Das ist der eigentliche Sinn dieser Wettart, ähnlich wie beim Lotto-Prinzip hofft man, dass man die Wette als Einziger trifft, um den gesamten Pott abzuräumen, oder, dass niemand trifft und man den Pott beim nächsten Mal wieder angreifen kann. Dadurch stockt sich dieser von Mal zu Mal auf und wird dadurch immer attraktiver. Momentan sind die V-Wetten jedoch so schlecht konzipiert, dass in den Rennen meistens ein klarer Favorit läuft, wodurch die Wette häufig von sehr vielen getroffen wird und dadurch der Gewinn dementsprechend klein ausfällt. Als Beispiel kann man die ausgespielte V6-Wette am 22. Dezember 2020 in Straubing nehmen. Im Rennbericht ist zwar nicht eindeutig der Umsatz der V6-Wette gekennzeichnet, man kann jedoch anhand der Umsatzzahlen davon ausgehen, dass ungefähr 5.000 Euro im Pool der V6-Wette eingezahlt wurden.

Die Quote, die am Ende erreicht wurde, lag bei 1.207:10. Das bedeutet, für den Mindesteinsatz von 0,20 Euro, mit dem üblicherweise gewettet wird, wurden 24,14 Euro erreicht. Angesichts dessen, dass man auf dem Wettschein üblicherweise jedoch mehrere Kombinationen ankreuzt und dementsprechend einen höheren Einsatz tätigt, ist die Ausbeute relativ gering. Das hängt damit zusammen, dass einerseits die Quoten der Sieger wenig zahlen, was ebenfalls bedeutet, dass diese auch von vielen auf ihren Wettschein genommen wurden und dass der zu erreichende Höchstgewinn bei einem Einzeltreffer nur 5.000 Euro beträgt. Nun geschieht es aber dennoch manchmal, dass eine V-Wette nicht getroffen wird, dann entsteht ein Jackpot. Die Verwendung dieser Jackpots wurde aber in der Vergangenheit von den Verantwortlichen komplett falsch gehandhabt.

Sie werden teilweise wochen- oder monatelang nicht ausgespielt, wie zum Beispiel der Jackpot, der sich auf der Trabrennbahn Mariendorf im Zuge des Breeder's Crown Meetings im Oktober gebildet hatte. In einem Wett- und Traberforum ist das Thema Jackpots häufig diskutiert. So fordert ein User unter dem Nicknamen ‚High Roller‘:

„Es sollte endlich ein Umdenken bezüglich der Jackpot - Kultur in D . einsetzen. Einfach nur in Ländern schauen, wo es dem Sport besser geht und eine vernünftige Jackpot - Kultur vorhanden ist. Neuss (glaube die waren es) mit einer Viererwette oder Wien sind doch gute Beispiele. USA, SWE, SAF, etc. Wie kann man nur so ignorant sein und sich anmaßen es besser zu wissen, bei der Umsatzentwicklung?“³⁷⁸

³⁷⁸ Bechtel, David [High Roller] (18.12.2020): Absage des Renntags in Berlin-Mariendorf am 27. Dezember. In: Hoofworld Forum, [Online-Forum-Post] <https://www.hoofworld.de/foren/topic/absage-des-renntags-in-berlin-mariendorf-am-27-dezember>, 1.1.2021.

Der unter dem Nicknamen ‚High Roller‘ schreibende David Bechtel ist in der Traberszene kein Unbekannter, er setzt sich sehr intensiv dafür ein, dem Wettgeschäft des Trabrennsports einen Aufschwung zu geben und hat dafür schon häufig große Jackpots gesponsert, um den Vereinen zu zeigen, dass ein hoher Jackpot auch hohen Umsatz erzeugt und man dadurch nur sehr selten noch Geld drauf zahlen braucht:

„[...] der Berliner Großwetter David Bechtel hatte sich in einer Spontanaktion dazu entschlossen, die Garantieauszahlung in der V6-Wette auf 7.500 € zu erhöhen, weil er davon überzeugt ist, dass V-Wetten in Deutschland mit attraktiver Garantie und großen, ausgeglichenen Starterfeldern für einen Umsatzschub sorgen können. [...] in der Tat sorgte genau diese V6-Wette mit einem Umsatz von knapp 13.000 € dafür, dass der Gesamtumsatz in Mönchengladbach erstmals in diesem Jahr die 100.000-€-Grenze überwand. Ein attraktive Garantie alleine reicht aber nicht, um die Wetter zu animieren, auch bedarf es dazu großer Starterfelder.“³⁷⁹

Einen weiteren Fauxpas, den sich einige Verantwortliche mit den Jackpots geleistet haben, war es, diese in viele kleinere aufzuteilen. So wurde zum Beispiel am 10. November 2019 in Gelsenkirchen die V7-Wette nicht getroffen und der dadurch entstandene Jackpot von 14.019,46 Euro wurde auf drei kleinere Jackpots, zweimal 3000 Euro und einmal 8.019,46 Euro, aufgeteilt.³⁸⁰ Das sorgte bei den Wettern natürlich für Unmut und Unverständnis.

Der Nickname ‚Trabereddy‘ (Identität unbekannt) schrieb: „Mich zu überzeugen wieder eine V-Wette in GE [damit ist die Trabrennbahn in Gelsenkirchen gemeint] zu tätigen, fehlt für mich die Aussage, zukünftig jeden entstehenden Jackpot vollständig beim nächsten Mal einzuspeisen in den Toto.“³⁸¹ Ein weiterer Nutzer schrieb unter dem Nicknamen ‚caliph‘: „Jetzt das Geld zu teilen zeigt wirtschaftliche Logik der Sonderklasse.“³⁸²

³⁷⁹ Hülshager, Holger/MG-Press (Hrsg.) (2020): Endlich wieder ein sechsstelliger Umsatz in Mönchengladbach! [online] <https://www.mein-trabrennsport.de/Info/NEWS/Endlich-wieder-ein-sechsstelliger-Umsatz-in-Moenchengladbach>, 1.1.2021.

³⁸⁰ vgl. Küster, Uwe (2019): V-Wetten in Gelsenkirchen. [online] <https://www.mein-trabrennsport.de/layout/set/print/Info/NEWS/V-Wetten-in-Gelsenkirchen>, 1.1.2021.

³⁸¹ Unbekannt [Trabereddy] (20.6.2020): V-Wetten in Gelsenkirchen. In: Hoofworld-Forum, [Online-Forum-Post] <https://www.hoofworld.de/foren/topic/v-wetten-in-gelsenkirchen>, 1.1.2021.

³⁸² Unbekannt [caliph] (20.6.2020): V-Wetten in Gelsenkirchen. In: Hoofworld-Forum, [Online-Forum-Post] <https://www.hoofworld.de/foren/topic/v-wetten-in-gelsenkirchen>, 1.1.2021.

All diese Umstände machen es für den Wetter sehr unattraktiv zu wetten, obwohl die Rennvereine mit dieser Wette den Buchmachern gegenüber ein Alleinstellungsmerkmal hätten, da sie diese Wette nicht als Buchmacher-Wette anbieten, sondern ausschließlich an die Rennvereine vermitteln. Maßnahmen, wie dieses Alleinstellungsmerkmal der Rennveranstalter gegenüber den Buchmachern zu ihrem Vorteil genutzt werden kann, werden in Kapitel 4.3.3 im Rahmen der Produktpolitik vorgestellt. Der Kunde, in dem Fall der Wetter, muss wieder an den Totalisator des Rennvereins gebunden werden, dafür muss das Angebot attraktiv genug sein.

Die dritte Kundengruppe ist die, des nicht-wettenden Publikums, die in erster Linie für das ‚Event‘ Trabrennen zur Trabrennbahn kommt. Für diese Kundengruppe wird bis dato (ausgenommen bei Großveranstaltungen, wie dem deutschen Traberderby) nahezu gar nichts getan. Grund hierfür scheint fehlende Wahrnehmung des Potenzials dieser Kundengruppe sowie Ratlosigkeit, wie man an der Aussage von Heinz Tell erkennen kann:

„[...] der Sport selber ist eigentlich eine überholte Struktur. Fünf Stunden zu sitzen, um alle halbe Stunde ein Rennen zu sehen. Wie füllt man denn die Zeit zwischen den Rennen? Wie bringt man denn jemanden dahin? Wie gelingt es denn, Abwechslung zu schaffen? [...] Wir sprechen über den grauslichen, verhangenen November-Dienstag, an dem Rennen stattfinden sollen, wo Sie wirklich niemandem motivieren können, auf eine Rennbahn zu gehen. Wo Sie in einem viel zu kalten Tribünenhaus sitzen, was den Schick und Charme der siebziger Jahre hat, wo damals Isolierung noch kein Mensch kannte und wo es an den Scheiben dermaßen hochzieht, dass man sich da auch einfach nicht aufhalten möchte oder kann.“³⁸³

Damit bringt Heinz Tell diverse Probleme auf einen Punkt, die das Produkt Trabrennen als Event unattraktiv machen.

Ein Renntag zieht sich über mehrere Stunden hin, die eigentliche Aktion, also das Rennen, geht jedoch nur zwei bis drei Minuten lang. Bis dato wird versäumt, die Zeit zwischen den Rennen unterhaltsam zu nutzen. Einige Rennbahnen haben einen oder zwei Moderatoren, andere haben nur den Bahnsprecher, der das Publikum auf der Bahn, oder zuhause an den diversen Livestreams unterhalten soll. Dies geschieht jedoch ausschließlich durch Fachinformationen über Pferd und Fahrer, die letzten Formen und die Aussichten für die Wetter. Das erfüllt jedoch keinesfalls die in der Zielgruppenanalyse dargelegten Bedürfnisse der nicht-wettenden Zielgruppe.

³⁸³ Interview mit Heinz Tell, Anlage E, S. LXXVII.

Diese Zielgruppe braucht diese Informationen nicht, die möchte unterhalten werden, lockere, dynamische Moderation, die Spannung aufbauen kann und kurzweilig durch den doch teilweise zähen Renntag führt. Im Rahmen des Benchmarkings, welches in diesem Kapitel noch betrieben wird, wird ein Blick auf die Umsetzung bei den Galopprennen geworfen, die insbesondere in der aktuellen Corona-Zeit ein hochwertig aufbereitetes Übertragungskonzept geboten haben.

Das zweite Problem, welches Heinz Tell in seiner Aussage anspricht, ist das, der unattraktiven Begebenheiten auf den Trabrennbahnen. Keine Bahn, mit der Ausnahme von Hamburg-Bahrenfeld besitzt an normalen Renntagen eine Leinwand, um die Rennen zu verfolgen. Das Publikum muss also entweder drinnen vor einem kleinen Fernseher älteren Semesters sitzen oder draußen das Rennen versuchen zu verfolgen. Einige Besucher nehmen sich dafür gerne auf die altmodische Weise ein Fernglas mit. Die Lautsprecherübertragungen haben oft zeitlichen Verzug, sodass es schwer fällt den Rennkommentar oder die Interviews (die auch nur auf einigen Trabrennbahnen geführt werden) zu verstehen. Verpflegungstechnisch haben es insbesondere diejenigen Gastronomen schwer, die ausschließlich zu den Rennveranstaltungen geöffnet sind, sieht auch Heinz Tell:

„Wir müssen doch erst mal vor Ort anfangen die entsprechenden Hausaufgaben zu machen und da ein Flair zu schaffen, wo Leute hingehen wollen und wo sie Spaß daran haben, sich auf einer Rennbahn zu bewegen. Diese Dinge, scheitern im Moment daran, dass es keinen vernünftigen Gastronomen gibt, weil die sich natürlich sagen, für 20 oder 25 Renntage, die stattfinden, wie soll ich irgendetwas aufbauen, irgendeine Infrastruktur schaffen, die also tatsächlich so gestaltet ist, dass die Leute hier gerne herkommen?“³⁸⁴

Die Sinne der Kunden werden nicht positiv angesprochen. Meist fällt es schwer, das Rennen vor Ort optimal verfolgen zu können, die Bildübertragung zeigt oft nur einen Teil vom Feld und die Qualität ist, im Vergleich zu anderen Sportübertragungen, nicht zeitgemäß. Teilweise verwechseln sogar die Rennkommentatoren die Fahrer und Pferde, was ein weiteres Problem darstellt, nämlich den teilweise unattraktiven Rennkommentar. Da wird selten Spannung erzeugt, das funktioniert in Ländern wie Schweden viel besser. Die Tonübertragung ist vor Ort teilweise zeitversetzt, schlecht zu verstehen und in der Online-Übertragung kann man teilweise die veraltete Technik geradezu hören. Die Gastronomie bietet Verpflegung, jedoch keinen Anreiz, um eine Rennbahn zu besuchen.

³⁸⁴ Interview mit Heinz Tell, Anlage E, S. LXXVI.

An normalen Renntagen gibt es abseits der Rennen keinerlei Programm, weder zur Unterhaltung, noch für Kinder. Das Event unter diesen Voraussetzungen zu bewerben, macht keinen Sinn, da die angeworbenen Besucher kein zweites Mal kommen würden. Um die Zielgruppe der ‚Eventbesucher‘ ansprechen zu können und dieser Kundengruppe angemessen zu begegnen, sodass diese nach einem Besuch auch gerne noch ein zweites Mal kommen, müssen grundlegende Veränderungen auf den Trabrennbahnen vorgenommen werden. Diese Veränderungen werden im Rahmen des Marketings-Mix in Kapitel 4.3 vorgestellt.

Betrachtet man einmal die Ergebnisse einer Trendumfrage, an der sich 350 Personen, die bereits einen Bezug zum Trabrennsport haben, beteiligt haben, fällt auf, dass sich die zuvor beschriebenen Umstände darin widerspiegeln.

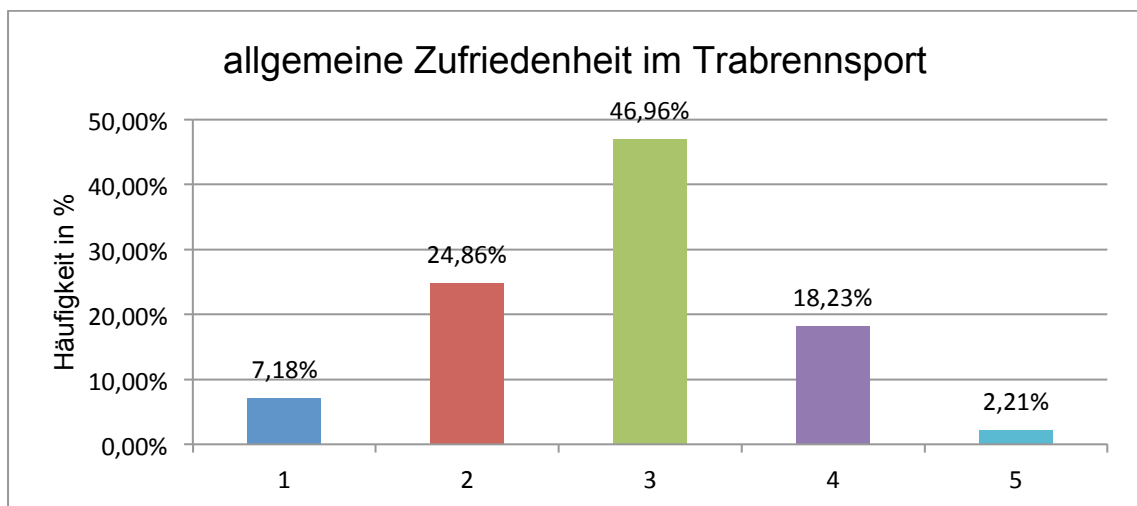


Abbildung 36: Meinungsumfrage - allgemeine Zufriedenheit im Trabrennsport

Die allgemeine Zufriedenheit im Trabrennsport liegt laut dieser Trendumfrage im mittleren Bereich, mit einer vermehrten Tendenz zur Unzufriedenheit. Gerade einmal 2,21 Prozent empfinden sich als Zufrieden mit dem Trabrennsport.

Sehr schlecht abgeschnitten hat die Frage zur Zufriedenheit mit der Öffentlichkeitsarbeit im Trabrennsport:

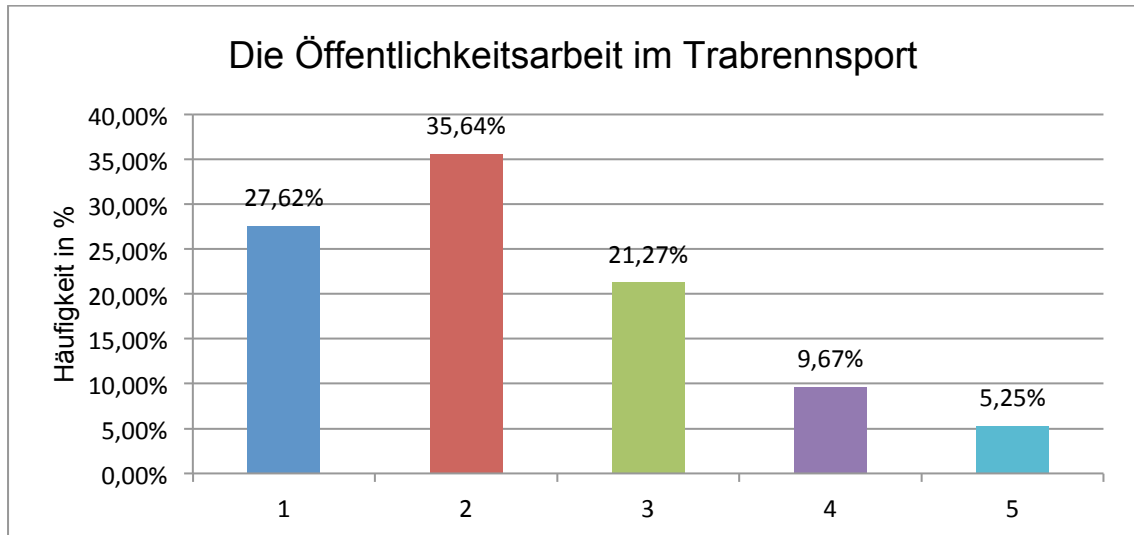


Abbildung 37: Meinungsumfrage - Öffentlichkeitsarbeit im Trabrennsport

Hier ist eine starke Mehrheit unzufrieden, da muss definitiv etwas verändert werden. Interessant ist auch die Einschätzung des äußeren Erscheinungsbildes der verschiedenen Trabrennbahnen in Deutschland:

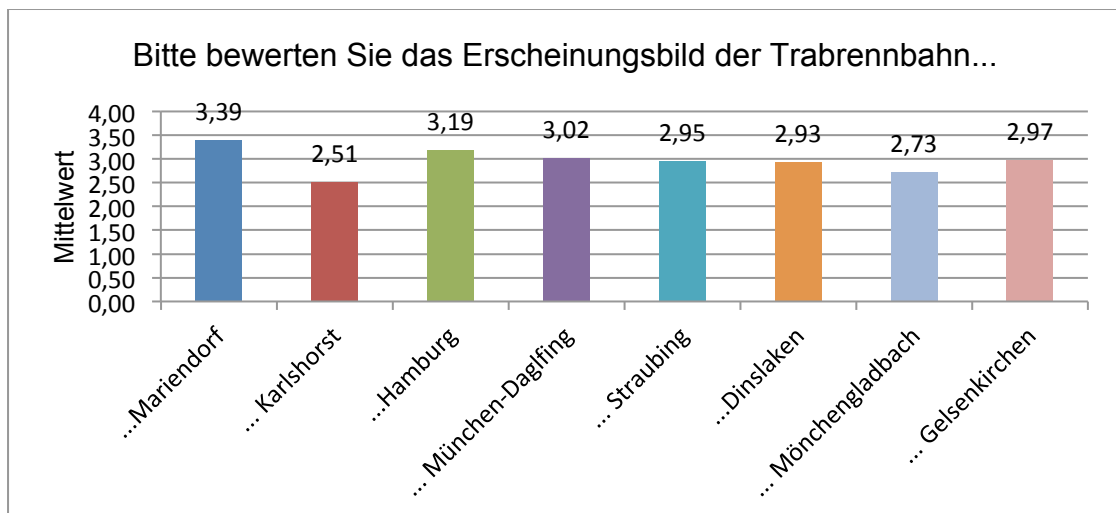


Abbildung 38: Meinungsumfrage - Erscheinungsbild der Trabrennbahnen in Deutschland

Hier ergab diese Trendumfrage einen klaren letzten Platz für die Trabrennbahn Karlshorst mit einem Durchschnittswert von 2,51 Punkten, die Trabrennbahn Mariendorf hat mit 3,39 Punkten das beste Ergebnis erzielt, dennoch fällt auf, dass das Erscheinungsbild der Trabrennbahnen von den Befragten eher negativ als positiv wahrgenommen wird. Da kann man annehmen, dass jemand, der keine direkte Verbindung zu dem Sport hat, das wohlmöglich noch kritischer betrachten würde, da die emotionale Verbindung fehlt.

Bekanntheitsgrad

Ein weiteres Element der Betriebsanalyse ist der Bekanntheitsgrad. Hierzu gibt es zwar keine Studien, die den exakten Bekanntheitsgrad feststellen, jedoch kann man behaupten, dass der Trabrennsport, der einst als Volkssport galt,³⁸⁵ dieses Prädikat mittlerweile mehr als verloren hat. Überall in Deutschland ist der Trabrennsport eine Randsportart geworden, mit der nur wenige Leute noch etwas anfangen können. „Dicht gedrängte Zuschauermassen vor den Tribünen, die gebannt auf die Rennbahn schauen – das vermitteln nur noch Schwarz-Weiß-Fotos an den Wänden. Sie lassen die Gegenwart noch trister erscheinen.“³⁸⁶

In einem Blogbeitrag schreibt Victoria von Lützu, freie Journalistin und Traber-Expertin:

„Vor gar nicht so langer Zeit war Trabrennsport extrem populär. Film- und Fernsehstars, hochrangige Politiker und namhafte Unternehmer waren gern gesehene Gäste auf den Trabrennbahnen, viele setzten sich selber in den Sulky und fuhren Rennen. Die glorreiche alte Zeit: Mit Trabrennen konnte früher sehr viel Geld verdient werden. Tausende von D-Mark, manch einer wurde so zum Millionär.“³⁸⁷

Mittlerweile kennt fast niemand mehr den Trabrennsport, dass es Trabrennbahnen in Deutschland gibt, wissen vielleicht gerade mal diejenigen, die direkt daneben wohnen. Woher sollten sie es aber auch wissen? Die Vermarktung im Trabrennsport geht gegen null.

Social Media Auftritte haben nur eine sehr geringe Reichweite³⁸⁸, Printwerbung oder Radio Werbung wird nur zu großen Veranstaltungen, wie dem deutschen Traberderby gemacht. Versuche, den Trabrennsport in den Medien zu unterstützen gibt es nur aus privaten Initiativen in der Form von YouTube-Kanälen, Facebook Fan-Seiten oder Internetblogs. Unterstützung von den Vereinen oder dem Hauptverband gibt es nicht.

³⁸⁵ vgl. Furler/Klein 1976, S. 29.

³⁸⁶ Schindler 2019, [online] 23.12.2020.

³⁸⁷ von Lützu 2019, [online] 2.1.2021.

³⁸⁸ Die Facebookprofile der deutschen Trabrennbahnen haben lediglich 5685 ‚Gefällt mir‘-Angaben (Rennbahn Berlin), 1817 (Trabrennbahn Dinslaken), 1510 (Trabrennbahn Mönchengladbach), 2868 (Trabrennbahn München-Daglfing), 3903 (Trabrennbahn Hamburg-Bahrenfeld), 5051 (Trabrennbahn Straubing), 3450 (Gelsentrabpark) und 628 (Pferdesportpark Karlshorst) – vgl. facebookd.de

Der Bekanntheitsgrad der Sportart muss gesteigert werden, um immer wieder neue Begeisterte für den Trabrennsport zu finden. Diesen Bekanntheitsgrad kann man aber nur erreichen, wenn man erstens ein gutes Image pflegt und zweitens ein attraktives Produkt zu bieten hat. Beides ist bis dato nicht gegeben, aber die Möglichkeiten dafür sind da. Wie dieses Potenzial ausgeschöpft werden kann, wird in Kapitel 4.1.3 überlegt.

SWOT-Analyse

In der nachfolgenden SWOT-Analyse werden die zuvor analysierten Stärken und Schwächen des Trabrennsports beleuchtet sowie die Chancen und Risiken, die das äußere Umfeld mit sich bringt, zusammengefasst.

	<i>Positiv</i>	<i>Negativ</i>
	Strengths – Stärken	Weaknesses – Schwächen
<i>Intern</i>	<ul style="list-style-type: none"> - lange Geschichte und Tradition der Sportart - Sport an der frischen Luft, ganzjährig - passionierte Aktive (wer unter diesen Umständen dabei bleibt, lebt den Sport) - Grundstrukturen sind noch vorhanden - spannender und aktionreicher Sport - durch Rennpreise hat man als Besitzer eine teilweise Refinanzierung des Hobbys - leichter Einstieg in den Wettkampfsport als in anderen Pferdesportdisziplinen - kein komplizierter Ablauf/Regeln 	<ul style="list-style-type: none"> - veraltete Strukturen - keine Vision/Leitbild - keine Mitsprache in Verbandsentscheidungen für Aktive - Rückgang in der Basis (Besitzer/Züchter) - schlechtes Image – keine Öffentlichkeitsarbeit - keine Bedürfnisbefriedigung der Zielgruppen - unattraktives Produkt Trabrennen - unattraktives Produkt Pferdewette - unattraktives Ambiente und Angebot auf den Trabrennbahnen - Vertrauenskrise innerhalb des Sports - keine Nachwuchsförderung / schlechte Berufsperspektiven

	Opportunities – Chancen	Threats – Risiken
Extern	<ul style="list-style-type: none"> - Deutschland hat ein großes Maß an Begeisterung fürs Pferd - Pferdesport wird von vielen Leuten in Deutschland betrieben - An anderen Ländern sieht man, dass das Produkt ‚Trabrennsport‘ erfolgreich vermarktet werden kann - Der Staat hat die Pflicht (TierZG), die Tierzucht zu fördern und zu schützen 	<ul style="list-style-type: none"> - Tierschützer gehen hart gegen Trabrennsport vor - daher viele Vorurteile - Pferdewette hat wenig gesellschaftliche Akzeptanz - große Konkurrenz am Wettmarkt – keine Monopolstellung mehr - Digitalisierung und Globalisierung – die Menschen brauchen nicht mehr allein für den Sport zur Rennbahn gehen - Pferdesport ist teuer, kann sich nicht jeder leisten - große Konkurrenz im Freizeitsektor, hohe Ansprüche der Besucher

Tabelle 5: SWOT-Analyse für den Trabrennsport (eigene Darstellung)

Benchmarking

Innerhalb der Betriebsanalyse lohnt sich ebenfalls ein Blick über den eigenen Teller rand hinaus. „Wenn man an die Spitze will, hat es sich schon immer bewährt, sich am Erfolg anderer zu orientieren. Der oberste Grundsatz von Benchmarking ist daher: Lernen von den Besten!“³⁸⁹

Im Rahmen des Benchmarkings werden die Bereiche strukturelle Organisation, Finanzierung, Nachwuchsförderung, Öffentlichkeitsarbeit, Leitbild und sportliche Abläufe betrachtet. In Deutschland werden verwandte Sportarten betrachtet, der Reitsport mit dem Dachverband der Deutschen Reiterlichen Vereinigung und der Galopprennsport. Insbesondere im Punkt der sportlichen Abläufe wird ein Blick nach Schweden, auf den dortigen Trabrennsport sowie auf die Aktiengesellschaft Trab und Galopp (ATG) geworfen.

³⁸⁹ Fleig, Jürgen (2018): Benchmarking. Benchmarking durchführen, [online] <https://www.businesswissen.de/hb/benchmarking-durchfuehren/>, 2.1.2021.

Ein großes Problem im Trabrennsport ist die veraltete Organisationsstruktur, da sind andere Verbände in dieser Branche deutlich breiter und demokratischer aufgestellt. Die Struktur von Deutscher Galopp, dem Dachverband des deutschen Galopprennsports, wurde im Rahmen der Kritik am HVT bereits beleuchtet (vgl. Kapitel 3.3.2 S. 55). Signifikante Unterschiede erkennt man im Aufbau der Mitgliedschaft, welche die Besitzer- (und Züchter-)Vereinigung, die Rennvereine, der Deutsche Trainer- und Jockey-Verband und der Verband Deutscher Amateurrenreiter beinhaltet.³⁹⁰ Damit ist jede Gruppierung des Spots stimmrechtlich vertreten. Außerdem ermöglicht die Satzung die Mitgliedschaft jedes eingetragenen Vereines, „[...] der nach seinen satzungsmäßigen Zwecken auf dem Gebiet der Vollblutzucht und der Veranstaltung von Leistungsprüfungen in der Vollblutzucht tätig ist und nach seiner Satzung sich und seine Mitglieder verpflichtet hat, die gemeinnützigen Ziele des Vereins zu fördern und den Anforderungen dieser Satzung, insbesondere des §6, zu genügen.“³⁹¹ Das wird in der Satzung des HVT klar ausgeschlossen.³⁹² Der Vorstand von Deutscher Galopp, beim HVT das Präsidium, besteht in beiden Verbänden aus einem Präsidenten und zwei Vizepräsidenten, plus weiteren Mitgliedern, bei den Galopprennen fünf, beim HVT sind es nur drei weitere Mitglieder. Der große Unterschied besteht jedoch darin, dass der Geschäftsführerposten beim HVT von einem Präsidiumsmitglied ausgeführt wird, bei den Galopprennen sind diese Positionen getrennt. Normalerweise übernimmt der Vorstand die Geschäftsführung des Vereins,

„[...] in größeren Vereinen ist dies aber oft mit einem Zeitaufwand verbunden, der sich ehrenamtlich nicht mehr leisten lässt. Interessant ist da die gleichzeitige Einstellung eines Vorstandsmitglieds als Geschäftsführer. Dies trägt nicht nur zur Entlastung des Vorstands bei, sondern kann auch dazu dienen, einem Vorstandsmitglied eine Entlohnung zu gewähren. Es kann überdies eine Konstruktion sein, um die Übernahme von Verantwortung wirtschaftlich interessant zu machen.“³⁹³

Dieser Umstand wirkt sich nicht gerade positiv auf die bestehende Vertrauenskrise des HVT aus und anhand des Beispiels von Deutscher Galopp sieht man, dass es auch anders geht. Aufgaben und Handlungsfelder sind mit denen des HVT identisch, jedoch erfolgen diese eben mit einem Zusammenschluss aller Handlungsfelder des Sports und es gibt eine PR-Abteilung, welche es im HVT nicht gibt.

³⁹⁰ vgl. Deutscher Galopp e.V. (Hrsg.) o.J.-b, [online] 30.12.2020.

³⁹¹ § 5 Abs. 2 Satzung Deutscher Galopp e.V.

³⁹² vgl. §8 Satzung und Ordnung des HVT.

³⁹³ Righi, Katrin (2020): Vorstandsmitglieder: Gesetzliche Regelungen, Aufgaben & Pflichten. [online] <https://www.vereinwelt.de/vorstandsmitglieder>, 3.1.2021.

Betrachtet man das Organigramm der Deutschen Reiterlichen Vereinigung e.V., dem Dachverband aller Züchter, Reiter, Fahrer und Voltigierer in Deutschland, fällt eine noch breiter gefächerte Struktur auf:

ORGANISATIONSTRUKTUR DER FN

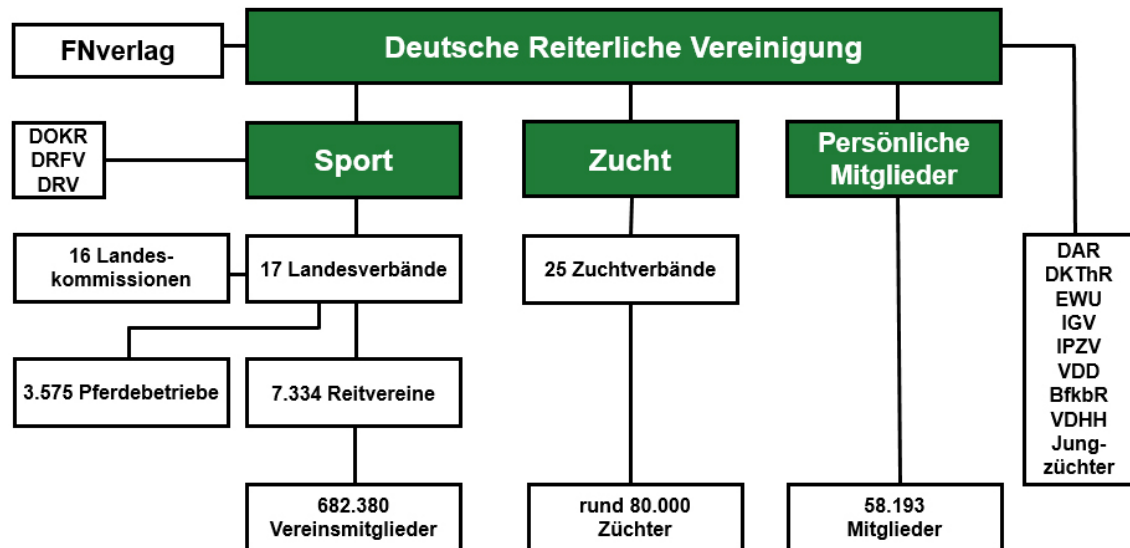


Abbildung 39: Organigramm Deutsche Reiterliche Vereinigung³⁹⁴

Die FN teilt sich in drei Hauptsäulen auf, Bereich Sport, Zucht und persönliche Mitglieder. Im Bereich Sport sind alle Reitvereine Mitglied eines Landesverbandes, die dazu Landeskommissionen für Pferdeleistungsprüfungen haben. Außerdem gehören dem Bereich Sport das Deutsche Olympiade-Komitee für Reiterei (DOKR), der Deutsche Reiter- und Fahrer-Verband (DRFV) mit der Bundesvereinigung der Berufsreiter sowie die Deutsche Richtervereinigung für Pferdeleistungsprüfungen (DRV) als Mitgliedsverbände an. Dem zweiten großen Bereich, der Pferdezücht, sind 25 Pferde- und Ponymzüchtverbände zusammengeschlossen. Die Persönlichen Mitglieder (PM) bilden die dritte Säule.³⁹⁵ Daran sieht man, dass trotz der Funktion eines Zuchtverbandes dennoch die gesamtsportliche Einbindung gewahrt wird. Angesichts der Größe des Reitsports in Deutschland ist dementsprechend auch der Dachverband größer aufgestellt, trotzdem könnte man Parallelen zum Trabrennsport ziehen und für den HVT Strukturveränderungen am Beispiel der FN vornehmen.

³⁹⁴ Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (Hrsg.) (o.J.-a): Verbandsstruktur der FN. [online] <https://www.pferd-aktuell.de/deutsche-reiterliche-vereinigung/verbandsstruktur-der-fn>, 2.1.2021.

³⁹⁵ vgl. Ebd.

In der Satzung der Deutschen Reiterlichen Vereinigung sind zum Beispiel nicht nur die Mitgliedsberechtigten aufgelistet, sondern auch deren genaue Stimmzahl. So weiß man genau, wie viele Teilnehmer eine Mitgliederversammlung höchstens haben kann. Der HVT veröffentlicht nicht einmal eine genaue Anzahl seiner Mitglieder, weswegen man auch nicht weiß, wie viele Personen zur Mitgliederversammlung überhaupt stimmberechtigt sind. Das wäre jedoch gut zu wissen, insbesondere wenn es um Abstimmungen geht, eine Satzungsänderung bedarf laut der Satzung des HVT dreiviertel der abgegebenen Stimmen.³⁹⁶ Bei der Deutschen Reiterlichen Vereinigung und Deutscher Galopp braucht man lediglich zwei Drittel der Stimmen.³⁹⁷

Das Thema Transparenz ist der wesentliche Grund für die Vertrauenskrise, in der sich der HVT momentan befindet. Die Transparenz hat nämlich in den vergangenen Jahren stark abgenommen. Da sind die Deutsche Reiterliche Vereinigung und Deutscher Galopp einen klaren Schritt voraus. Die Veröffentlichung der Jahresberichte inklusive aller Zahlen und Daten bringt einen exakten Einblick in die aktuelle Situation des Sports. Zahlen von Mitgliedern, Sportlern, Pferden, Einnahmen, Ausgaben etc.³⁹⁸ gibt eine ungeschönte Einsicht in die Arbeit der Verantwortlichen. Transparenz signalisiert Vertrauen, da alles offengelegt wird und somit keine Basis für Vermutungen oder falsche Annahmen entstehen kann. Außerdem führt die FN in der ebenfalls öffentlich zugänglichen Gebührenordnung nicht nur die zahlungspflichtigen Dienstleistungen, bzw. Strafen auf, sondern auch die dazugehörigen Beträge, die zu zahlen sind.³⁹⁹ Diese zwei Kernpunkte sind enorm wichtig für eine Umstrukturierung des HVT. Es müssen alle im Sport beteiligten Bereiche eingebunden werden, um auch alle Bereiche des Sports bestens bedienen zu können. Es muss das Vertrauen zur Basis wieder hergestellt werden, durch Einbeziehung und Transparenz. Wie das geht, zeigen die genannten Beispiele der Deutschen Reiterlichen Vereinigung und Deutscher Galopp.

Ein Argument des HVT, weshalb von Seiten des Verbands kein großer Anteil zur Veränderung des Sports beigetragen werden kann, sind fehlende Manpower und ein Mangel an finanziellen Mittel.⁴⁰⁰ Im Punkt Finanzierung kann sich der HVT jedoch anders aufstellen.

³⁹⁶ vgl. §14 Abs. 8 Satzung und Ordnung des HVT.

³⁹⁷ vgl. §24 Satzung der Deutschen Reiterlichen Vereinigung ; §23 Satzung Deutscher Galopp e.V.

³⁹⁸ vgl. Deutscher Galopp e.V. (Hrsg.) (2019): Jahresbericht 2019. Köln. ; Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (Hrsg.) (2019): Jahresbericht 2019. Warendorf.

³⁹⁹ vgl. Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (Hrsg.) (2020): Gebührenordnung, Warendorf.

⁴⁰⁰ vgl. Interview mit Heinz Tell, Anlage E, S. LXXX.

Im Kapitel 3.3.2 wurde im Rahmen der Kritik an den HVT auch der Punkt angesprochen, dass in den Kreisen der Aktiven im Sport, die Annahme besteht, der HVT würde mehr Geld haben, als er vorgibt. Diese Annahmen sind aufgrund der fehlenden Transparenz und der Hinweise, die es in diese Richtung gibt, begründet, können aber nicht nachgewiesen werden. Ungeachtet dieser Problematik machen es die eben vorgestellten Verbände im Punkt Finanzierung insofern besser, dass sie sich besser finanzieren als der HVT und dies öffentlich und nachweislich tun. Die Deutsche Reiterliche Vereinigung finanziert sich über viele verschiedene Einnahmen:

Summe Erträge	27.019.733,48€
Dienstleistungen	12.058.357,10€
Sonstige Erträge	7.450.551,50€
Mitgliedsbeiträge und Spenden	4.163.231,26€
Bundesmitten	3.207.593,62€
TV-Vertrag	140.000€

Tabelle 6: Erträge der Deutschen Reiterlichen Vereinigung nach Segmenten 2018⁴⁰¹ (eigene Darstellung)

Auffällig ist hierbei natürlich insbesondere die Höhe der Bundesmittel, die dem Trabrennsport aufgrund der Totalisatorgenehmigung nicht zustehen. Das ist eine Tatsache, die es zu überdenken gilt, da der Pferderennsport schon lange nicht mehr das Glücksspielmonopol hält und sich dadurch allein durch Wettumsätze nicht mehr finanzieren kann. Ein weiterer großer Teil sind natürlich die Mitgliedsbeiträge. Der HVT hat ähnlich wie die FN Persönliche Mitglieder zugelassen. Jedoch gestaltet die FN dieses Angebot attraktiv, sodass mittlerweile rund 60.000 Menschen eine persönliche Mitgliedschaft bei der FN für 45 Euro im Jahr (12,50 Euro für unter 25-jährige) beantragt haben.⁴⁰² Es gibt diverse Kundenbindungssysteme, wie zum Beispiel: Eintrittsermäßigungen bei zahlreichen Veranstaltungen "rund ums Pferd" wie Messen, Ausstellungen und Turnieren, automatisch Transportmittelunfallversicherung der R + V Allgemeine Versicherung AG sowie Vergünstigungen bei zahlreichen anderen reitsportrelevanten Versicherungen der R + V, vergünstigter Bezug ausgewählter Bücher, Videos und Spiele des FNverlags sowie weitere Rabatte.⁴⁰³

⁴⁰¹ vgl. Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (Hrsg.) (2018): Jahresbericht 2018. Warendorf, S. 58.

⁴⁰² vgl. Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (Hrsg.) (2020b): Die Persönlichen Mitglieder (PM) der FN. [online] <https://www.pferd-aktuell.de/news/pm/2020-ab-jetzt-beitragsfrei-pm-werden>, 3.1.2021.

⁴⁰³ Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (Hrsg.) (o.J.-b): Die Persönlichen Mitglieder der FN. [online] <https://www.fnverlag.de/fachkompetenz-rund-ums-pferd/pm-werden>, 2.1.2021.

Diese Kundenbindungselemente sind natürlich mit finanziellem Aufwand verbunden und sind auch angesichts der Größe sowie des Mitgliedspotenzials des Trabrennsports, in diesem Umfang wohl nicht notwendig. Es zeigt jedoch auf, dass man mit reizvollen Angeboten attraktiv auf seine Mitglieder wirkt. Diese Überlegung sollten insbesondere die Rennvereine im Trabrennsport tätigen. Im Trabrennsport ist es nämlich nicht so, dass man zur Teilnahme an einem Rennen in einem Rennverein eingetragen sein muss. Das sollte überdacht werden, da man am Beispiel des Reitsports sieht, wie es funktionieren könnte. Wäre jeder Trabrennfahrer in einem Heimatverein engagiert, könnten die Rennvereine aus den generierten Mitgliedsbeiträgen weitere Investitionen für den Sport tätigen. Eine regionale Vereinsorganisation würde noch mehr Einheit bringen, sowie Mitsprache für die ‚Kleinere‘ im Sport. Die Rennvereine sollten die, in vielen Sportarten übliche Vereinsorganisation annehmen. Darauf aufbauend kann man auch Spannungsträger wie zum Beispiel eine Traberbundesliga ins Leben rufen. Man kann also sagen, dass im Trabrennsport im Bereich der Finanzierung durch Mitgliedsbeiträge noch großes Potenzial besteht, dass genutzt werden könnte und sollte.

Eine weitere Möglichkeit sich als Verband zu finanzieren ist es wirtschaftliche Gesellschaften zu gründen, an denen der jeweilige Verband bzw. Verein beteiligt ist. Diese Situation besteht im Grunde bei der Verbindung der Zentralen Verrechnungsstelle mit dem HVT, jedoch weiß man ja über die Einzelheiten dieser Verbindung im Grunde nichts. Die Deutsche Reiterliche Vereinigung hat 1976 den FNverlag der Deutschen Reiterlichen Vereinigung GmbH als hundertprozentige Tochter der Deutschen Reiterlichen Vereinigung gegründet.⁴⁰⁴ Über diesen Verlag kann man verschiedene Fach-, Lern- und Informationsbücher, Broschüren, Regelwerke und vieles mehr rund um den Pferdesport erwerben. Auch Deutscher Galopp hat Gesellschaften gegründet, an denen sie als Gesellschafter beteiligt sind.⁴⁰⁵ „Die Gesellschaften haben in erster Linie die Aufgabe wirtschaftlich tätig zu werden und mit den Verdiensten den Galopprennsport zu fördern. [...] Die DVR Wettbetriebs GmbH und die Beteiligungs GmbH hatten zum Beispiel die Beteiligung an RaceBets, da ist heute die Beteiligung an Pferdewetten.de enthalten [...].“⁴⁰⁶

⁴⁰⁴ Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (Hrsg.) (o.J.-c): FN Verlag. [online] <https://www.pferd-aktuell.de/deutsche-reiterliche-vereinigung/partner/fnverlag>, 2.1.2021.

⁴⁰⁵ vgl. Telefoninterview Sascha Multerer, Anlage F, S. XCV.

⁴⁰⁶ Ebd.

In Schweden findet die Finanzierung des Sports fast hauptsächlich über die 1974 gegründete ATG statt. Dieses Unternehmen wurde vom Staat gegründet, um den Pferderennsport finanziell zu stabilisieren. Die Tätigkeiten sind vertraglich zwischen dem schwedischen Trabrenn- und Galopprennverband sowie dem Staat geregelt.⁴⁰⁷ Der schwedische Trabrennsport befand sich Anfang der siebziger Jahre in einer ähnlichen Krise, wie der deutsche Trabrennsport jetzt. Laut Klaus Koch bestand der Unterschied jedoch darin, dass man in Schweden die Krise frühzeitig erkannt und schnell gebannt hat.⁴⁰⁸ Mit der Gründung der ATG und der Erfindung neuer Wettformen, wieder V65-Wette (sechs aufeinander folgende Sieger), später die Erweiterung zur V75-Wette (sieben aufeinander folgende Sieger), die Einführung Daily-Double-Wetten (zwei aufeinander folgende Sieger) und die neuste Erweiterung auf die V86-Wette (acht aufeinander folgende Sieger), brachte den schwedischen Trabrennsport auf das führende Level, wie er es jetzt ist.⁴⁰⁹

Der schwedische Trabrennsport finanziert im Grunde fast ausschließlich über diese Wettformen und ist damit dem deutschen Trabrennsport in der Finanzierung einen riesigen Schritt voraus. Die Gründe für diesen Erfolg der Wette sind vielseitig. Einige sehen den ausbleibenden großen Erfolg der V-Wetten in Deutschland in Traditionen, dass die Deutschen lieber auf die konventionellen Wetten, Sieg, Platz, Dreier- oder Viererwette spielen.⁴¹⁰ Andere sehen ihn darin, dass es in Schweden kein Buchmachersystem gibt.⁴¹¹ Ein ganz entscheidender Punkt ist aber die sportliche Organisation. Die V-Wetten haben Erfolg, wenn sie ähnlich wie beim Lotto funktionieren, ein großer Jackpot an den viele Menschen ran wollen. Je mehr man gewinnen kann, desto mehr setzt der Wetter ein. In Deutschland sind, wie in der Betriebsanalyse bereits beschrieben (vgl. S. 93ff.), die Jackpots zu klein, dass es sich nicht lohnt, große Einsätze darauf zu tätigen. Warum sind sie so klein? Weil sie fast jeden Renntag getroffen werden, weil die Rennen meistens zu vorhersehbar sind. Die Trainer wissen oft schon vorher welches Pferd in welchem Rennen läuft, sodass sich die guten Pferde untereinander oft aus dem Weg gehen, da es aufgrund der niedrigen Rennpreise für viele einfach nicht lohnt, ein geringes Platzgeld in Kauf zu nehmen.

⁴⁰⁷ vgl. ATG (Hrsg.) (o.J.): ATG the company. <https://www.swedishhorseracing.com/about>, [online] 3.1.2021.

⁴⁰⁸ vgl. Telefoninterview mit Klaus Koch, Anlage A, S. XXIII.

⁴⁰⁹ vgl. a.a.O., S. XXIVf.

⁴¹⁰ vgl. a.a.O., S. XXIV.

⁴¹¹ vgl. Interview mit Heinz Tell, Anlage E, S. LXIII.

Wenn es der deutsche Trabrennsport schafft, mit Hilfe einer Umstrukturierung des Ausschreibungssystems und einer verdeckten Starterangabe, die Rennen wieder so interessant zu gestalten, dass sich keine 1,0:1-Favoriten mehr häufen und damit die Quoten interessanter werden und sorgt dann auch noch für große Jackpots, reguliert sich der Wettumsatz von ganz allein. Ein ganz aktuelles Beispiel dafür ist der riesige Super 76-Jackpot in Wien. Die Wette wurde mehrfach nicht getroffen, sodass sich ein Jackpot von 104.540,39 Euro angesammelt hatte.⁴¹² Um diesen Jackpot zu knacken „[...] wurden insgesamt 660.908 Systeme à 0.18 Euro dazu gewettet, wodurch sich ein Gesamtpool von sagenhaften 223.503 Euro (brutto) ergab.“⁴¹³ Das zeigt eindeutig, je größer die Gewinnchance, desto höher der Einsatz. Von diesen 223.503 Euro behielt der Rennverein die 35 Prozent an Abzügen ein, also 78.226 Euro. Und das waren nur die Einnahmen von einer großen Wette, zusätzlich dazu werden ja an so einem Tag noch weitere Wetten getätigt.

In Schweden werden die Pferde in ein Punktesystem eingeteilt, ausgehend von ihren letzten Leistungen. Für einen Sieg gibt es 100 Punkte, für einen zweiten Platz 80, und so weiter. Die Rennen sind entsprechend nach Gewinnsummen ausgeschrieben und die Pferde mit hohen Punktzahlen laufen gegeneinander sowie die Pferde mit niedrigeren Punktzahlen. Jeder sieht, welche Pferde für das jeweilige Rennen genannt sind, aber niemand weiß welche Pferde wirklich starten.⁴¹⁴ Dieses System funktioniert allerdings nur bei einer großen Anzahl an Startpferden, um viele angegebene Pferde gerecht aufzuteilen. Das ist in Deutschland aktuell bekanntlich nicht der Fall, weswegen da das Kategoriensystem in Italien interessant wäre. Das stellt auch Andreas Schwarz (Züchter des Gestüts MS Diamanten) in einem Interview mit ‚Hoofworld‘ fest:

⁴¹² vgl. Wiener Trabrenn-Verein (Hrsg.) (2020): 6x Weihnachtsgeld à 24.213,10 Euro! [online] <https://www.krieau.at/index.php/aktuell/beitrag/2736-6x-weihnachtsgeld-a-24-213-10-euro>, 4.1.2021.

⁴¹³ Ebd.

⁴¹⁴ vgl. Telefoninterview mit Jörn Finger, Anlage H, S. CX.

„Das Kategoriensystem in Italien erhält Pferde im Sport. [...] Wir müssen mehrere Dinge aus dem Ausland übernehmen, aber ein eigenes System erschaffen. So komplex wäre dies nicht, aber es würde Grundbausteine enthalten, die wir gesamtdeutschlandweit einhalten müssten. [...] Ein Wechsel im System wird uns bis auf Ausnahmen keine sechsfachen Seriensieger mehr bringen. Aber es wird uns sportlich ausgeglichene Rennen und viele „Comebacks“ ermöglichen. Es ist in unserem System durch den Wegfall vieler Rennbahnen und Renntage nicht mehr möglich, Pferde neu aufzubauen und zu alten Qualitäten zu führen.“⁴¹⁵

Die Deutsche Reiterliche Vereinigung ermöglicht mit ihrem Online-Nennungssystem ‚NeOn‘ die verdeckte Starterangabe seines Pferd zum Turnier, außerdem kann man Lizenzen verlängern. Als Turnierveranstalter bietet dieses System den Service die eingegangenen Nennungen zu bearbeiten und Statistiken abzurufen. Dieses Onlineportal gibt es mittlerweile auch schon als mobile App.⁴¹⁶ „Die App der Deutschen Reiterlichen Vereinigung bietet neben Newsticker, TV-Tipps und Turnierkalender eine Pferdennamensuche, die Auskunft darüber gibt, welche Pferdennamen bereits vergeben sind. Mit der ADMR-Suchmaschine kann überprüft werden, ob Substanzen und die Inhaltsstoffe im Futter entsprechend der Anti-Doping und Medikamentenkontrollregeln (ADMR) erlaubt sind.“⁴¹⁷ Solche mobilen Dienste sind in der heutigen Zeit wichtig und hilfreich, einerseits für die im Sport aktiven, andererseits macht es ein modernes Bild nach außen und spiegelt den aktuellen Zeitgeist wieder. Über Push-Benachrichtigungen kann man direkt mit den Nutzern kommunizieren und sie schnell über wichtige Informationen auf dem Laufenden halten.

Das Thema der Öffentlichkeitsarbeit ist eines, welches wenig Beachtung im Trabrennsport findet, bzw. welches an finanziellen Möglichkeiten scheitert. Anders bei den Galoppieren und Reitern: Für den Dachverband der Galopper arbeiten insgesamt fünf Mitarbeiter im Bereich Kommunikation und PR.⁴¹⁸

⁴¹⁵ Gruber, Andreas (Hoofworld) (2020): Andy Schwarz: "Nächstes Jahr wird Indigious bei uns auf dem Gestüt decken". [online] <https://www.hoofworld.de/foren/topic/andy-schwarz-nachstes-jahr-wird-indigious-bei-uns-auf-dem-gestut-decken>, 4.1.2021.

⁴¹⁶ Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (Hrsg.) (o.J.-d): Nennung online. [online] <https://www.nennung-online.de>, 2.1.2021.

⁴¹⁷ Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (Hrsg.) (o.J.-e): FN-App für Smartphones und Tablets. <https://www.pferd-aktuell.de/news/fn-app>, 2.1.2021.

⁴¹⁸ vgl. Deutscher Galopp e.V. (Hrsg.) o.J.-b, [online] 30.12.2020.

Im Januar 2020 wurde ein imposanter und aussagekräftiger Imagefilm auf dem Verbandseigenen YouTube-Kanal hochgeladen.⁴¹⁹ Auf diesem YouTube-Kanal werden im Namen von Deutscher Galopp regelmäßig Videos rund um den Galopprennsport veröffentlicht und 5.810 Menschen haben diesen Kanal abonniert (Stand: 4.1.2021).⁴²⁰ Der Trabrennsport betreibt von Verbandsseite aus auch einen YouTube-Kanal, namens ‚Mein Trabrennsport‘, gleichnamig mit der Informationswebsite (ergänzend zur Verbandswebsite), jedoch hat dieser gerade einmal 32 Abonnenten (Stand: 4.1.2021).⁴²¹ Die Rennvereine Berlin-Mariendorf und Hamburg betreiben ebenfalls jeweils einen YouTube-Kanal, hauptsächlich für die Livestreams der Renntage. Die Abonnenten dieser beiden Kanäle liegen bei 354 und 364 (Stand 4.1.2021).⁴²² Das Medium YouTube ist also bis dato im Trabrennsport wenig bis gar nicht genutzt, der Galopprennsport hingegen hat dieses Medium bereits für sich entdeckt.

Bei Facebook ist man schon weiter, hier ist der HVT auch unter dem Namen ‚Mein Trabrennsport‘ vertreten und hat hier mit 2.629 Abonnenten (Stand: 4.1.2021) eine größere Reichweite.⁴²³ Vergleicht man das jedoch mit der Facebook-Seite von Deutscher Galopp, wirkt diese mit fast 25.000 Abonnenten (Stand: 4.1.2021) schon fast übermächtig.⁴²⁴ Es wird also deutlich, dass der Trabrennsport, sogar gegenüber der verwandten Sportart des Galopprennsports im Social Media Bereich deutlich rückständig ist. Es ist jedoch in der heutigen Zeit unabdinglich, seine Marke nicht nur einheitlich zur Wiedererkennung, sondern auch medial zu kommunizieren. Image, Bekanntheit, Kundenbindung und Kundengewinnung sind wichtige Elemente, die mit Social Media Marketing erreicht werden können.

Mit ‚Deutscher Galopp‘ hat der Galopprennsport eine Marke geschaffen, die mit einem übersichtlichen Corporate Design sowie einer deutlichen Corporate Identity ausgestattet. Die Website ist einheitlich gestaltet, mit wenigen Klicks bekommt der Nutzer grundlegende und aktuelle Informationen, Daten und Zahlen, die Social Media Kanäle sind eingebunden sowie Neuigkeiten rund um den Galopprennsport.

⁴¹⁹ vgl. Deutscher Galopp e.V. (Hrsg.) [Nutzername: Deutscher Galopp] (2020a): Imagefilm ‚Deutscher Galopp‘. In: YouTube, [Video] <https://youtu.be/9gEbZCnZTKM>, 4.1.2021.

⁴²⁰ vgl. YouTube-Kanal von ‚Deutscher Galopp‘. <https://www.youtube.com/c/DeutscherGalopp>, 4.1.2021.

⁴²¹ vgl. YouTube-Kanal von ‚Mein Trabrennsport‘. <https://www.youtube.com/channel/UCbvXcs9szR9Q2x5dzCwXhJA>, 4.1.2021.

⁴²² vgl. YouTube-Kanal von ‚Rennbahn Berlin‘. <https://www.youtube.com/channel/UCSgNz18hCgUcx9eZb1IMQXA>, 4.1.2021. ; YouTube-Kanal von ‚Trabrennbahn Bahrenfeld‘. https://www.youtube.com/channel/UCBMw4dccT_w2ruV5NRvRhrQ, 4.1.2021.

⁴²³ vgl. Facebook-Seite ‚Mein Trabrennsport‘. <https://www.facebook.com/MeinTrabrennsport>, 4.1.2021.

⁴²⁴ vgl. Facebook-Seite ‚Deutscher Galopp‘. <https://www.facebook.com/DeutscherGalopp/>, 4.1.2021.

Es findet eine klare Positionierung statt, unter dem Slogan „Mit Herzblut für Vollblut“ sowie der gleichnamigen Image-Broschüre, werden dem Leser bzw. Zuschauer (Imagefilm) die Werte des deutschen Galopprennsports näher gebracht. Zusätzlich zu den Wertevorstellungen beinhaltet die Broschüre Informationen zum Sport, zur Zucht, zum Wetten, zu den Rennvereinen und Rennbahnen, aber insbesondere auch zu tierschutzrelevanten Themen, wie zum Beispiel dem Leben eines Rennpferdes nach dem Sport sowie dem Schutz von Pferd und Reiter im Rennen.⁴²⁵

Ein solches Leitbild ist zum Einen nach Außen hin wichtig, um sich in der Öffentlichkeit klar zu positionieren, aber auch nach Innen, in die eigenen Reihen, muss ein Leitfaden bestehen, an dem sich alle orientieren können. In dem Zuge hat die Initiative GoTrab-Go einen Entwurf für ein Leitbild vorgeschlagen, der jedoch bei den Verantwortlichen nicht den nötigen Anklang fand.⁴²⁶ Die Ethischen Grundsätze des Pferdefreundes von der Deutschen Reiterlichen Vereinigung wurden zum Vorbild genommen und sollten es auch in weiteren Überlegungen, denn die Arbeit für und mit dem Tierschutz ist in der heutigen Zeit unabdinglich. Im Präsidium der Deutschen Reiterlichen Vereinigung ist sogar ein Posten extra für Tierschutzbelange vorgesehen.⁴²⁷

„Der Tierschutz und damit das Wohl des Pferdes stehen im Pferdesport über allen anderen Ansprüchen und Interessen. Mit Hilfe der umfangreichen Regelwerke schafft die FN den Rahmen, um diesen Grundsatz einzuhalten. Denn ein gesunder und leistungsfähiger Sportpartner Pferd ist Voraussetzung für einen funktionierenden Turniersport. Für alle Belange rund um Pferdegesundheit und Pferdehaltung stellt die FN Informationen bereit. Das reicht vom Thema Impfen und Merkblättern zur Hygiene auf dem Turnier bis zur Medikation im Krankheitsfall. Die FN informiert darüber, mit welchen Substanzen ein erkranktes Pferd behandelt werden darf und ab wann es nach einer Behandlung wieder auf Turnieren starten kann.“⁴²⁸

In Schweden muss jeder Fahrer vor dem Rennen sein Pferd vor einem Tierarzt aufkennern, also in Renntab gehen lassen, sodass dieser kontrollieren kann, ob das Pferd taktmäßig und damit gesund trabt. Er kann bis einer Minute vor dem Rennen noch eingreifen. Außerdem sind einige Ausrüstungsgegenstände aus tierschutzrechtlichen Gründen verboten, die in Deutschland jedoch erlaubt sind.⁴²⁹

⁴²⁵ vgl. Deutscher Galopp e.V. (Hrsg.) (o.J.-c): Mit Herzblut für Vollblut. Deutscher Galopp, Köln.

⁴²⁶ vgl. Telefoninterview mit Bernhard Rosengarten, Anlage C, S. XLIV.

⁴²⁷ vgl. §13 Satzung der Deutschen Reiterlichen Vereinigung.

⁴²⁸ Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (Hrsg.) (o.J.-f): Tierschutz rund ums Pferd. <https://www.pferd-aktuell.de/ausbildung/pferdehaltung/tierschutz>, 4.1.2021.

⁴²⁹ vgl. Telefoninterview mit Jörn Finger, Anlage I, S. CXIII.

Der Trabrennsport sollte sich daran orientieren, wie in anderen Pferdesportdisziplinen, bzw. anderen Ländern mit dem Thema Tierschutz umgegangen wird. Sich nach außen und innen einheitlich zu positionieren, ist sehr wichtig, um in einem Verbund agieren zu können und damit die Sportart und den Verband zu stärken. Öffentlichkeits- und Aufklärungsarbeit ist für einen, mit vielen Vorurteilen behafteten Sport wichtig.

Als letzten Benchmarking-Punkt steht die Nachwuchsförderung sowie die Jugendarbeit im Fokus, denn wenn keine Nachfolger kommen, stirbt jede Sportart irgendwann aus. Auch der Trabrennsport kann sich nicht darauf verlassen, dass der Sport aus sich heraus wörtlich genommen Nachwuchs produziert, der den Sport am leben hält. Eher im Gegenteil: Aktive, die die aktuellen Missstände miterleben raten wohl eher noch davon ab in diesen Berufszweig einzusteigen.

Nachwuchsförderung bedarf nicht nur attraktiven Ausbildungschancen, sondern auch Perspektiven danach. Beides ist im Trabrennsport bis dato nicht gegeben (vgl. S. 82 f.).

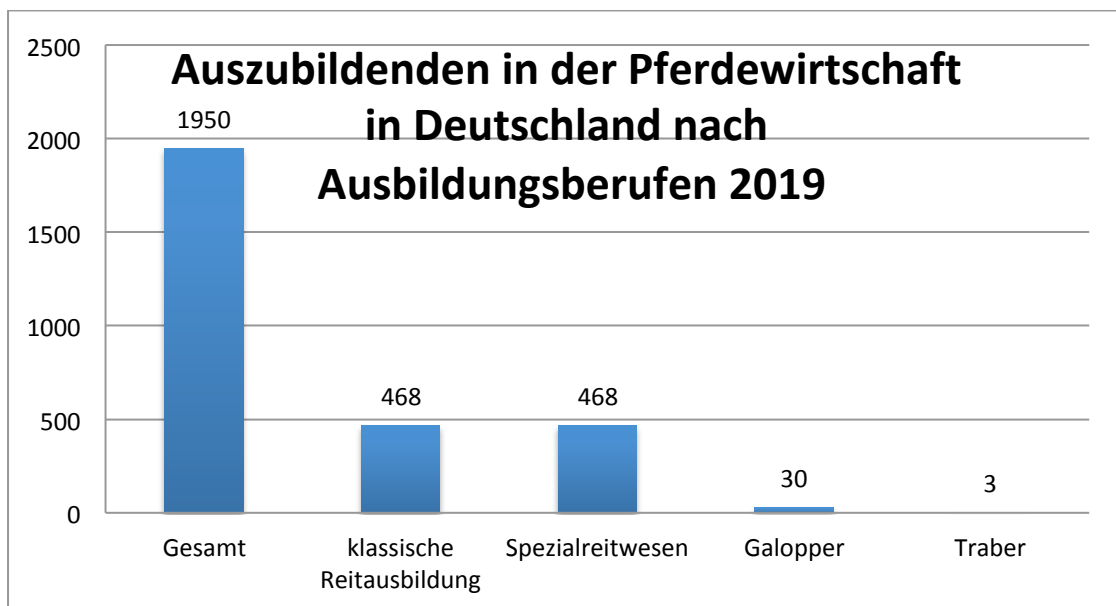


Abbildung 40: Anzahl der Auszubildenden in der Pferdewirtschaft in Deutschland nach Ausbildungsberufen 2019⁴³⁰ (eigene Darstellung)

⁴³⁰ vgl. Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2020): Anzahl der Auszubildenden in der Pferdewirtschaft in Deutschland nach Ausbildungsberufen in den Jahren 2012 bis 2019. In: Statista, [online] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/323793/umfrage/auszubildende-in-der-pferdewirtschaft-in-deutschland-nach-berufen/>, 27.12.2020.

Vergleicht man die Anzahl der Auszubildenden in der Pferdewirtschaft in Deutschland im Jahr 2019 fällt auf, dass der reine Reitsport mit 936 Auszubildenden fast 50 Prozent aller Auszubildenden in der Pferdewirtschaft ausgemacht hat, der Rennsport hat mit 33 Auszubildenden gerade einmal 1,7 Prozent. Und dabei haben die Galopper immer noch zehnmal so viele Auszubildenden wie die Traber. Zahlen, die von Verbandsseite aus für Aufruhr sorgen sollten, dies jedoch nicht tun. Ein unlängst gestartetes Fortbildungs- und Ausbildungsprogramm von Deutscher Galopp ist eine der Initiativen, die im Trabrennsport vermisst wird.⁴³¹ Die Akademie beinhaltet Aus- und Fortbildung für den Galopprennsport und hat das Ziel, Seminare, Fortbildungen und Ausbildungen im deutschen Galopprennsport für alle Interessengruppen anzubieten und durchzuführen.⁴³²

Leider gibt es diesbezüglich von Seiten des HVT wenig Zuspruch, eine solche Initiative würde lediglich nach außen hin attraktiv wirken, am Kern würde sie jedoch nichts verändern, da die Ausbildungsplätze von Trainern geschaffen werden und nicht vom Verband.⁴³³ Da die Akademie erst wenige Tage vor dem Interview mit Heinz Tell am 2. Dezember 2020 online gegangen ist, kann man demnach einen möglichen Erfolg oder Misserfolg noch nicht absehen, interessant wird es im nächsten Jahr einen Blick auf die Akademie zu werfen und ob die gesetzten Ziele erreicht wurden. Fakt ist, dass im Trabrennsport etwas für den Nachwuchs getan werden muss, das fängt schon bei den ganz Kleinen an. Da hat insbesondere der Reitsport natürlich die Nase vorn. Es gibt 7.334 Reitvereine in Deutschland,⁴³⁴ die der FN angeschlossen sind und in diesen Reitvereinen werden Kinder von klein auf ans Pferd herangeführt. Auf der Internetseite der Deutschen Reiterlichen Vereinigung wird der Bildungsfaktor Pferd besonders hervorgehoben:

⁴³¹ Deutscher Galopp e.V. (Hrsg.) (2020b): Akademie Deutscher Galopp. [online] <https://www.deutscher-galopp.de/gr/akademie/>, 30.12.2020.

⁴³² vgl. Ebd.

⁴³³ vgl. Interview mit Heinz Tell, Anlage E, S. LXXIII.

⁴³⁴ Deutsche Reiterliche Vereinigung (Hrsg.) 2020, [online] 27.12.2020.

„Reiten fördert die charakterliche und soziale Entwicklung. Reiten ist die einzige Sportart, die mit einem Lebewesen in partnerschaftlicher Weise gelernt und ausgeübt wird. Dadurch kann das Selbstwertgefühl der Kinder und Jugendlichen gestärkt und die Konzentrationsfähigkeit sowie das Verantwortungsbewusstsein geschult werden. Das Erlernen des Reitens kann die Lernbereitschaft fördern und sich so positiv auf die schulischen Leistungen auswirken. Der Umgang mit Pferden und Ponys erfordert ein großes Maß an Verantwortung und Sorgfalt, er beschert jedoch dem Pferdesportler auch eine Fülle von Erlebnissen und Freuden, die es in kaum einem anderen Lebens- und Bildungsbereich gibt. [...] In der Alltagswelt finden Kinder heute kaum noch das ehemalige Nutztier Pferd. Wenn Kinder und Jugendliche Pferde in ihrer natürlichen Umgebung sehen, sind sie von ihnen fasziniert. Das Pferd kann jungen Menschen eine ihnen nicht mehr bekannte Erlebniswelt erschließen helfen.“⁴³⁵

Die positiven Aspekte vom frühen Umgang mit dem Pferd fördern demnach zahlreiche Faktoren in der körperlichen und geistigen Entwicklung von Kindern. Der Traber, bzw. der Trabrennsport stehen in diesen Aspekten dem Reitsport in nichts nach und er sollte diese Möglichkeit nutzen, Kindern von klein auf die Sportart und die Pferderasse Traber näher zu bringen.

Der Trabrennsport muss sich von seinem Image des brutalen Männersports mehr hin zum familienfreundlichen Hobby entwickeln und so eine breitere Basis von Breitensport bilden, die den gehobenen Profisport von unten stützt. Warum sollte der Pferdesport nur für große Ställe und reiche Besitzer vorbehalten sein? Der Trabrennsport soll auch die weniger betuchten Begeisterten auffangen und ihnen eine Basis bieten ein neues Hobby für sich zu entdecken. Wenn man einen Zuwachs an Besitzern und Startpferden will, muss man sich auch wieder auf diejenigen konzentrieren, die den Sport einst gegründet haben, der gewerbliche Mittelstand.⁴³⁶

Zusammenfassend kann man sagen, dass das Benchmarking ergeben hat, dass sich der deutsche Trabrennsport bzw. der HVT an den Verbänden Deutscher Galopp sowie Deutsche Reiterliche Vereinigung orientieren sollte. Außerdem sollte der Blick über die Landesgrenzen wie zum Beispiel nach Schweden nicht mit den dortigen besseren Ausgangsmöglichkeiten abgetan werden, nicht jede Veränderung kostet Geld, meistens reicht der bloße Wille dazu aus.

⁴³⁵ Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (Hrsg.) (o.J.-g): Bildungsfaktor Pferd. [online] <https://www.pferd-aktuell.de/wertpferd/bildungsfaktor-pferd>, 4.1.2021.

⁴³⁶ vgl. Bergmann/Bloch/Rülcker 1991, S. 17.

4.2 Wo wollen wir hin?

„Wer nicht weiß, wo er hin will, darf sich nicht wundern wenn er woanders ankommt.“⁴³⁷ So lautet ein berühmtes Zitat von Mark Twain, und in diesem Kapitel soll der Fahrplan entwickelt werden, wo der Trabrennsport in Zukunft hin sollte. Im Rahmen der Ziel- und Strategiephase positioniert sich der Trabrennsport mit einer Vision nach innen und einer Mission nach außen. Daraus ergeben sich dementsprechend Ziele, die nach Möglichkeit die Kriterien der SMART-Formel erfüllen sollten, „spezifisch, messbar, akzeptiert und anspruchsvoll, realistisch, und terminiert“⁴³⁸, jedoch können im Rahmen dieser Bachelorarbeit nicht alle Kriterien an die Zielformulierung erfüllt werden. Es werden Ziele aufgestellt, die in weiteren Überlegungen, mit fachmännischer Hilfe insofern weiter ausformuliert werden müssen, dass sie die SMART-Kriterien erfüllen.

4.2.1 Die Vision

„Die Vision beschreibt den idealen Zustand des Unternehmens in einer entfernten Zukunft. [...] Sie repräsentiert den gemeinschaftlichen Traum des gesamten Unternehmens.“⁴³⁹ Der Trabrennsport muss eine Gemeinschaft schaffen, eine Einigkeit in den inneren Kreisen, dass mit geballter Kraft an einem Strang gezogen wird und persönliche Befindlichkeiten hinten anstehen. Eine mögliche Formulierung für eine Vision könnte sein: Gemeinsam für den Trabrennsport, mit Zusammenhalt und Transparenz neue Wege beschreiten, um die Zukunft des Trabrennsports in Deutschland zu sichern. Im Kern ist es wichtig zu verstehen, dass dem Sport nur geholfen werden kann, wenn grundlegende Änderungen vollzogen werden und das kann nur in Übereinstimmung aller Beteiligten geschehen.

⁴³⁷ zitat-des-tages.de (Hrsg.) (o.J.): Zitate von Mark Twain. [online] <https://www.zitat-des-tages.de/zitate/wer-nicht-weiss-wohin-er-will-der-darf-sich-nicht-wundern-wenn-er-ganz-woanders-ankommt-mark-twain>, 4.1.2021.

⁴³⁸ vgl. Grassmann/Grolman o.J., [online] 30.11.2020.

⁴³⁹ Lenz, Andreas (2017): Vision, Mission, Strategie und Ziele – der richtige Weg zum weit entfernten Zielpunkt. [online] https://www.dietrichid.com/strategy/vision_mission_strategie_ziele/, 4.1.2021.

4.2.2 Die Mission

„Die Mission richtet sich im Gegensatz zur Vision nicht hauptsächlich nach innen, sondern in erster Linie nach außen. Sie legt fest, auf welche Art und Weise das Unternehmen seine Vision erreichen möchte. Die Mission ist dabei also an der Identität einer Marke oder eines Unternehmens ausgerichtet [...].“⁴⁴⁰ Es muss die Mission des Trabrennsports sein, den Sport durch strukturelle Veränderungen und einen einheitlichen Auftritt wieder als das darzustellen, was er eigentlich ist. Ein faszinierender Sport, mit der Kombination von Schnelligkeit, Athletik und Ausdauer, purer Emotion und Adrenalin. Das Gefühl, das der Fahrer hinter dem Startwagen hat, muss zum Zuschauer in Form von Gänsehaut auf den Unterarm übertragen werden. Das Produkt Trabrennsport muss das im Kern vorhandene Potenzial ausschöpfen, aus dem ‚Koma‘ aufwachen und in die Gegenwart kommen.

Dabei muss sich der Trabrennsport in nahezu allen Bereichen umorganisieren. Zunächst müssen strukturelle Veränderungen im Verband dafür sorgen, dass eine Einheit im Trabrennsport gebildet wird, sodass man Stärken gemeinsam nutzen und Schwächen gemeinsam abfangen kann. Auf Basis dieser strukturellen Veränderungen können Prozessveränderungen vorgenommen werden. Diese Prozessveränderungen betreffen den Aktiven-Bereich, die sportliche Organisation, Kommunikationsprozesse sowie die Positionierung nach außen.

Daraus sollten diverse Resultate, wie zum Beispiel höherer Wettumsatz am Totalisator, wachsende Zahlen von Besitzern, Züchtern, Trainern und Besuchern sowie eine größere gesellschaftliche Akzeptanz und positive Bekanntheit, entstehen.

4.2.3 Ziele

Strukturelle Ziele

Eine grundlegende Umstrukturierung des HVT, inklusive der Satzung und Ordnung, hin zu einer Demokratisierung und allumfassenden Einbindung aller am Sport beteiligten Akteure.

⁴⁴⁰ Lenz, Andreas 2017, [online] 4.1.2021.

Innovationsziele

Veränderung des Produktangebots. Überarbeitung des Produkts ‚Wette‘, Konzentration des Angebots, Bündelung auf gezielte Wetten, sportliches Programm auf Wettangebot ausrichten.

Sportlichen Gedanken zurück in das Produkt ‚Trabrennen‘ bringen. Spannung und Emotionen durch planungstechnische Veränderungen in der Starterangabe und verbesserte monetäre Angebote bei den Renndotationen wieder erwecken.

Trabrennen als Event für Familien und Begeisterte entwickeln. Nicht mehr ausschließlich den Fokus auf die Pferdewette legen, sondern einen ganzheitlicheren Ansatz verfolgen.

Ökonomische Ziele

Durch interessantere Rennen und höhere Quoten die Attraktivität der Pferdewette zurück zum Trabrennsport holen, sodass mit großen Jackpots die Aufmerksamkeit von Wetzern und damit höhere Umsätze generiert werden kann.

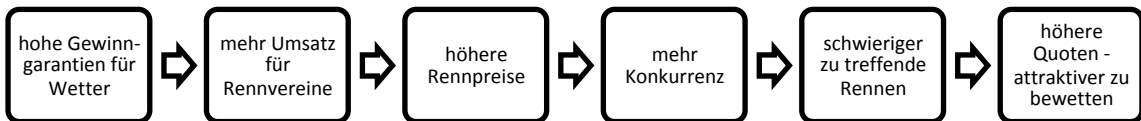


Abbildung 41: Auswirkungen von großen Gewinnchancen auf den Trabrennsport (eigene Darstellung)

Einnahmen der Rennvereine durch Eintrittsgelder und Mitgliedsbeiträge erwirtschaften und in den Sport reinvestieren. Zusammenarbeit mit Sponsoren mit Hilfe von nachfolgenden Kommunikationszielen verbessern.

Kommunikationsziele

Eine einheitliche Marke erschaffen, mit Orientierung an der Vision. Professionellen Social Media Auftritt nutzen, um in der Öffentlichkeit aufzutreten. Klare Positionierung für den Tierschutz, wichtige Aufbesserung des Images, sodass gesellschaftliche Akzeptanz gefördert wird.

4.2.4 Marketing-Strategien im Sport nach Freyer⁴⁴¹

Die Entwicklungs-Strategie

Die Entwicklungs-Strategie muss im Trabrennsport auf Wachstum ausgerichtet sein. Der Sport braucht mehr Besitzer und Startpferde, dementsprechend einen Anstieg an Fohlengeburten und Züchtern, die die Fohlen züchten. Final bedeutet das, dass man schlussendlich auch mehr Trainer braucht und einen Anreiz für die Berufsausbildung des Trabrenntrainers schaffen muss, denn die Startpferde wollen trainiert werden. Heinz Tell sagte im Interview, dass wir 350 Startpferde mehr in Deutschland bräuchten, um in jeder Region einmal pro Woche Rennen abhalten zu können.⁴⁴² In dem Punkt geht der Wachstum nämlich weiter. Mehr Startpferde bedeutet im Umkehrschluss auch mehr Leistungsprüfungen, bedeutet mehr Renntage, bedeutet schon ganz von alleine mehr Wettumsatz. Es muss also ein großer Teil der Entwicklung insbesondere im Wachstum geschehen.

Neben dem Wachstum ist auch Innovation ein wichtiger Kernpunkt, dem sich der Trabrennsport annähern muss. Es kann nur vorwärts gehen, wenn es Neuerungen im Sport gibt. Die Innovationsstrategie betrifft alle drei Kernprodukte des Trabrennsports. Das Produkt Trabrennen muss erneuert werden, der sportliche Wettkampf muss stärker hervorgebracht werden, Heldengeschichten gebildet, sodass dadurch Idole entstehen können. Trabrennsport muss wieder mitreißend sein und das nicht nur einmal im Jahr zum Derby, sondern an jedem Renntag. Um das zu schaffen, müssen Prozesse umstrukturiert und Neuerungen, wie zum Beispiel ein neues Liga- oder Wettkampfsystem hervorgebracht werden. Innovation muss aber auch beim Produkt der Pferdewette geschehen, da die aktuelle Unattraktivität, die sich in den geringen Totalisatorumsätzen widerspiegelt, für den Trabrennsport ein große Säule der Finanzierung schmälert. Es muss eine Verknappung des Angebots vorgenommen und dafür die Konzentration auf attraktive Angebote gelegt werden. Das dritte Produkt, welches Innovation bedarf, ist das Produkt der Veranstaltung des Trabrennens, diese muss für alle Besucher anziehend sein, um somit auch neue Vertriebswege erschließen zu können im Hinblick auf Sponsoren.

⁴⁴¹ vgl. Freyer 2004, S. 43f.

⁴⁴² vgl. Interview mit Heinz Tell, Anlage E, S. LXXVI.

Die Konkurrenz-Strategie

Bei der Konkurrenz-Strategie sollte Zusammenarbeit im Fokus stehen, anstatt auf kontra zu gehen. Der Pferderennsport hat in Deutschland generell nicht die beste Ausgangslage, die Galopper machen es dennoch besser als die Traber. Der Trabrennsport könnte von der weitsichtigeren Aufstellung des Galopprennsports profitieren.

Angesichts dessen, dass der Vermarkter Wettstar zu 49 Prozent in der Hand der deutschen Galopprennvereine liegt, sollte es dem Trabrennsport daran gelegen sein, eine positive Zusammenarbeit zu finden, um gemeinsam gestärkt hervor zu gehen. In Hamburg ist schon die erste Doppelrennbahn in Planung, somit ist die Zusammenarbeit zwischen Trab und Galopp sowieso unabdinglich.⁴⁴³

Die kundenorientierte Strategie

Innerhalb der kundenorientierten Strategie sollte der Horizont erweitert werden und nicht mehr nur ausschließlich auf die Zielgruppe des wettenden Publikums ausgerichtet sein. Den Sportlermarkt zu fördern, ist im Rahmen der Entwicklungsstrategie wichtig, da Wachstum nur erfolgen kann, wenn es für diejenigen, die man an den Sport heranzuführen möchte, auch attraktiv gestaltet wird. Ohne den Sportler gibt es keinen zu bewettenden Sport, daher ist es enorm wichtig, die Basis zu stärken. Dabei sollte der Fokus auch auf den kleinen Besitzern und Trainern liegen, da diese viel zur Aufrechterhaltung des Sports beitragen. Ein weiterer Fokus sollte auf der Zielgruppe des nicht-wettenden Publikums liegen, da diese Zielgruppe momentan komplett außen vor gelassen wird und ihr Potenzial stark unterschätzt wird. Den Trabrennsport als Event zu positionieren, wird auch in der Positionierungsstrategie eine Rolle spielen. Die Zielgruppe des wettenden Publikums soll natürlich nicht außen vor gelassen werden, denn obwohl die Ausrichtung bis dato komplett auf diese Zielgruppe gelegt war, hat es nicht den gewünschten Erfolg gebracht. Das Ziel muss es sein, alle drei Zielgruppen gleichermaßen zu befriedigen, dementsprechend eben auch das wettende Publikum, mit Hilfe der Innovationen und Verbesserungen des Produkts Pferdewette.

⁴⁴³ NDR (Hrsg.) (2020): Galopper und Traber ziehen in Hamburg zusammen. [online] https://www.ndr.de/sport/mehr_sport/Galopper-und-Traber-ziehen-in-Hamburg-zusammen.galopp228.html, 4.1.2021.

Die Positionierungsstrategie

Im Rahmen der Positionierungsstrategie sollte sich der Trabrennsport im Hinblick auf sein schlechtes Image klar für den Tierschutz aussprechen. Der gesamte Pferdesport hat gemerkt, dass es wichtig ist, den Sport mit dem Pferd zu betreiben und nicht auf Kosten des Pferdes – und das muss auch nach außen kommuniziert werden. Der Trabrennsport ist mit vielen unwahren Vorurteilen behaftet, um diese Vorurteile zu bekämpfen bedarf es Transparenz und Aufklärung. Des Weiteren sollte sich der Trabrennsport nicht mehr ausschließlich über die Pferdewette definieren, sondern sollte die Alleinstellungsmerkmale dieser einzigartigen Sportart herausarbeiten und aufzeigen, dass der Trabrennsport so viel mehr beinhaltet, als das Zocken auf lebende Zahlen.

Des Weiteren sollte der Trabrennsport sich bemühen, schon bei den Kleinsten anzufangen und sich Kindern über die Arbeit mit dem Pferd gegenüber offen zu zeigen. Trabrennsport sollte eine Attraktion für die gesamte Familie werden, ob als Hobby, als Leistungssport oder zum reinen Vergnügen an der Veranstaltung.

Zusammenfassung

Zusammenfassend ist zu sagen, dass der Trabrennsport in Deutschland in nahezu allen Bereichen neuorganisiert und umstrukturiert werden muss, beziehungsweise müssen vorhandene Potenziale herausgestellt und genutzt werden. Das Produkt Trabrennsport ist äußerst vielseitig und wertig, die Werte wurden nur über die Zeit nicht an die aktuelle Situation angepasst. Aus welchen Gründen auch immer, ob aus Angst vor der Veränderung, Blindheit, Faulheit, Ignoranz oder Unwissenheit wurde bis dato in dem stillstehenden Zustand weiter gemacht. Damit kann der Sport jedoch nicht mehr lange überleben. Daher ist es wichtig, den in der Analysephase herausgestellten Problematiken entgegen zu wirken. Die Vision eines gemeinschaftlichen Trabrennsports, der sich komplett umstrukturiert, um der Gegenwart mit Entwicklung und Transparenz zu begegnen, kann verwirklicht werden. Die Strategien, wie das erreicht werden kann, sind aufgestellt, nun geht es in die nächste Phase, die Gestaltungsphase, in der die konkreten Maßnahmen zur Verfolgung dieser Strategien vorgestellt werden.

4.3 Was können wir unternehmen?

Der Marketing Mix wird, wie in Kapitel 2.2.3 beschrieben, anhand der 7Ps, Produkt-, Preis-, Distributions-, Kommunikations-, Personal-, Prozess- und Ausstattungspolitik, erstellt. Begonnen wird mit der Prozess- und der Personalpolitik, weil auf diesen Veränderungen, die restlichen aufgebaut werden. Danach folgt die Produktpolitik, insbesondere für das Produkt des Trabrennevents, ist die Ausstattungspolitik von großer Bedeutung. Um die Produktinnovationen und die Ausstattungspolitik zu finanzieren, wird in der Preispolitik auf Finanzierungsmöglichkeiten hingewiesen. In der Distributionspolitik wird umrissen, wo das Produkt Trabrennsport vertrieben werden soll. Abschließend wird im Rahmen der Kommunikationspolitik ein Konzept erarbeitet, wie man die in den vorherigen Punkten vorgestellten Überlegungen nach außen kommunizieren kann.

4.3.1 Process - Prozesspolitik

Der Trabrennsport bedarf einer drastischen und allumfassenden Strukturreform, um Entscheidungsprozesse zu zentralisieren und einen einheitlichen, gemeinsamen Auftritt zu schaffen. Dabei wird das, von der Initiative GoTrabGo, vorgestellte Modell der Deutschen Trabrennsport Gesellschaft (vgl. Anlage K), mit der Organisationsstruktur von Deutscher Galopp kombiniert und für den deutschen Trabrennsport angewendet.

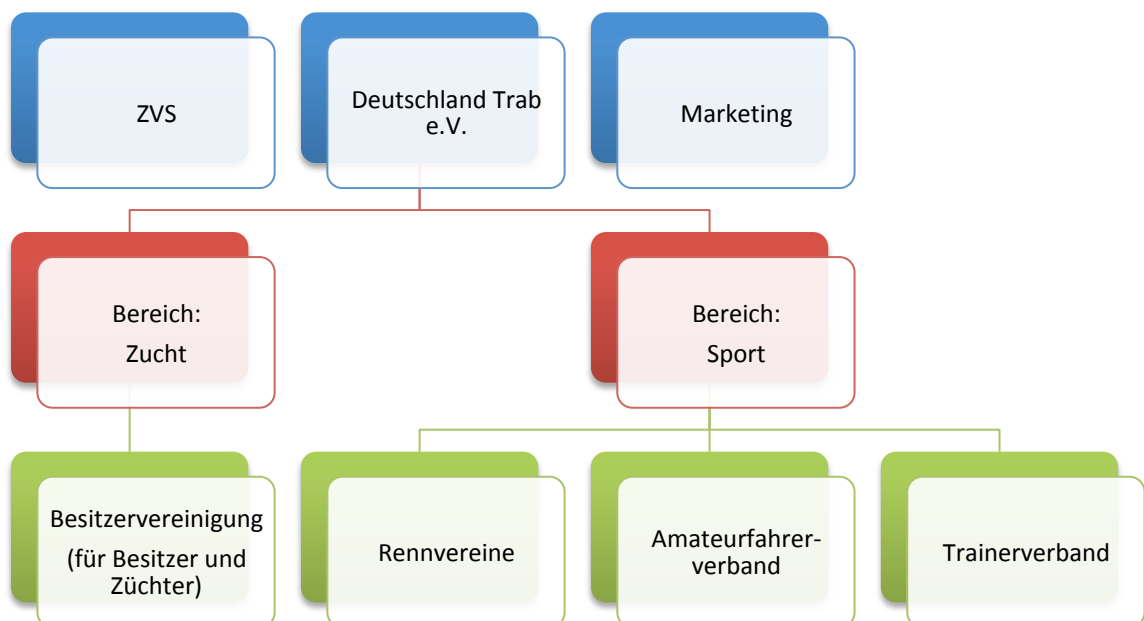


Abbildung 42: Organigramm Deutschland Trab e.V. (eigene Darstellung)

Dieses Organigramm stellt den ungefähren Aufbau von Deutschland Trab e.V. dar. Deutschland Trab soll als oberste Verwaltungsstelle die Traberzucht fördern sowie die Leistungsprüfungen überwachen, Deutschland Trab e.V. ersetzt damit den Hauptverband für Traberzucht e.V., beziehungsweise der Hauptverband für Traberzucht e.V. wird in Deutschland Trab e.V. umbenannt, und die bestehende Satzung und Ordnung, den Neuerungen entsprechend angepasst. Mit Deutschland Trab soll, dem Beispiel von Deutscher Galopp folgend, eine Marke für den deutschen Trabrennsport entstehen, die die Vision, eines gemeinsamen, einheitlichen und fairen Trabrennsports in Deutschland verfolgt. Die Rasse des deutschen Trabers sowie den dazu gehörigen Leistungsprüfungen, soll mit der neuen Dachmarke eine Identität verschafft werden, die ein einheitliches und positives Bild verkörpert. Hierbei ist ein neues Corporate Design wichtig, Logos, Slogans etc. müssen der neuen Marke angepasst werden, das wird aber im Rahmen der Kommunikationspolitik noch genauer umrissen.

Deutscher Trab e.V. wird durch einen Vorstand geleitet, der sich aus einem Präsidenten, zwei Vizepräsidenten und fünf weiteren Mitgliedern zusammensetzt. Diese fünf Mitglieder bekommen Ressortverantwortlichkeiten zugeteilt. Ein Jugendbeauftragter, ein Tierschutzbeauftragter, ein PR-Beauftragter, ein Beauftragter für den Bereich Sport und ein Beauftragter für den Bereich Zucht. Der Vorstand wird von der Mitgliederversammlung gewählt. Die Mitgliederversammlung setzt sich aus einer festgeschriebenen Zahl von Delegierten jedes Mitgliedverbandes zusammen. Die Besitzervereinigung wählt aus ihren Reihen eine bestimmte Anzahl an Abgesandten für die Interessenvertretung der Besitzer und Züchter, die Rennvereine entsendet ihre Vertreter, genau wie der Amateurfahrer- und der Trainerverband. Die genaue Anzahl der Delegierten muss anhand der Mitgliederzahlen der jeweiligen Verbände festgelegt werden. Deutschland Trab e.V. hat neben den ehrenamtlichen auch hauptamtliche Posten, das wären der Geschäftsführer, eine Abteilung für die Renntechnik, eine Abteilung für die Zucht, eine Abteilung für die Buchhaltung und eine Abteilung für die Presseangelegenheiten.

Deutschland Trab e.V. hat in dem Organigramm zwei Tochtergesellschaften neben sich, die bereits existierende ZVS und eine noch zu gründende Marketinggesellschaft. Um die ZVS an Deutschland Trab e.V. anzugliedern, müssten zunächst rechtliche Gegebenheiten geklärt werden, nämlich zum Einen, in wie weit der jetzige HVT an der ZVS und ihren Einnahmen beteiligt ist und wie die rechtlichen Grundlagen der Förder- und Betreibergesellschaft Trabrennsport mbH aufgestellt sind. Es müsste transparent einsehbar sein, wie viel Gewinn von der ZVS an den HVT bzw. dann Deutschland Trab gehen und was mit diesen Einnahmen gestaltet wird. Außerdem müsste ein anderer Geschäftsführer eingesetzt werden, da der jetzige, Jürgen Saalfrank, auch Geschäftsführer der Rennbahn Berlin ist und damit Einblick in vertrauliche Kontodaten, unter anderem auch der anderen Rennveranstalter hat.

Die zweite Tochtergesellschaft wäre eine Vermarktungsgesellschaft, die in Zusammenarbeit mit Wettstar ein Konzept entwickeln müsste, wie die Wette zentral über Wettstar vermarktet wird, wie es jetzt schon teilweise passiert. Den Sport, also die Pferderasse deutscher Traber sowie die dazugehörigen Leistungsprüfungen würde diese neu gegründete Vermarktungsgesellschaft vermarkten. Dies muss in enger Zusammenarbeit mit den im Sport aktiven Personen getan werden, zu diesem Kommunikationsauftritt wird im Rahmen der Kommunikationspolitik in Kapitel 4.3.7 noch ein Konzept ausgearbeitet.

Durch Deutschland Trab sollen deutschlandweit alle Probleme, Prozesse und Absprachen zentral gelöst und besprochen werden. Eine Vereinheitlichung des Wettsystems sowie eine zentrale und verdeckte Starterangabe wären erste gemeinsam zu entscheidende Punkte, die umgesetzt werden müssen. Im Mittelpunkt steht ein gemeinsamer Austauschprozess, in dem alle Stimmen des Sports gehört werden.

Eine weitere Prozessveränderung orientiert sich am Vorbild der Deutschen Reiterlichen Vereinigung. Um an Reitturnieren teilzunehmen, muss der Betroffene Mitglied in einem Reitverein sein.⁴⁴⁴ Diese Regelung könnte auch im Trabrennsport eingeführt werden, dass jeder Fahrer, der an Rennen teilnehmen möchte, bei einem Rennverein Mitglied sein muss und auch für diesen Verein im Rennen antritt. Dadurch generieren die Rennvereine Mitgliedsbeiträge und können diese dann in Form von Vereinsfestivitäten oder -Meisterschaften an ihre Mitglieder zurück geben. Durch die Zugehörigkeit zu einem Verein wird der Gemeinsamkeitwille gestärkt, Lokalpatriotismus fördert die Bildung von Fangruppen und das gibt dem Sport wieder sportlichen Ehrgeiz zurück. Die Rennvereine sollten sich dementsprechend in einer Liga verbinden, sodass eine Art Traber-Bundesliga gegründet werden kann. Diese Form des sportlichen Wettkampfs lässt sich über die ganze Saison hinweg vermarkten und ist auch sportfremden Menschen ein Begriff, mit dem sie etwas anfangen können. Wie genau das Wettkampfsystem dieser Bundesliga aussehen soll, muss genauestens überdacht und anhand der vorhandenen Pferde und Fahrer geprüft werden. Das Ziel muss es sein, dass Bundesliga-Rennen, die mit Fahrern aus ganz Deutschland bestückt sind, die Renntage dementsprechend spannend gestalten, und dass die Abhaltung eines solchen Renntages, zum Beispiel einmal im Monat, ein ganz besonderes Highlight wird. Das kann man im Profi- wie im Amateursport durchführen.

⁴⁴⁴ vgl. Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (Hrsg.) (o.J.-h): Stammmitgliedschaft und Vereinswechsel. [online] <https://www.pferd-aktuell.de/turniersport/turnierteilnehmer/stamm-mitgliedschaft-und-vereinswechsel>, 8.1.2021.

Das System, dass jeder Fahrer einem Verein angehören muss, ermöglicht es zum Beispiel auch Vereinsmeisterschaften durchzuführen und die jeweils Besten gehen in einen deutschlandweiten Vergleichskampf. Das Ziel muss es einfach sein, den normalen Rennbetrieb mit spannenden und verständlichen Systemen interessant zu gestalten, dass es auch abseits des Derbys etwas zu berichten gibt. Die weiteren Veränderungen im Rennbetrieb werden im Bereich der Produktpolitik genauer beschrieben.

Zusammenfassend kann man sagen, dass mit Deutschland Trab e.V. eine Marke geschaffen wird, die für den deutschen Trabrennsport und dessen Werte steht: Gemeinsamkeit, Transparenz und Fairness gegenüber Pferd und Mensch. Innerhalb dieses Verbands hat jede sportrelevante Position eine Möglichkeit zur Mitsprache und zur Teilnahme, es wird einbezogen statt ausgeschlossen. Dieses Prinzip zieht sich durch alle Ebenen. Die Mitgliedschaft im Verein sorgt für regionalen Zusammenschluss und für ein Gemeinsamkeitsgefühl, was gleichzeitig den sportlichen Ehrgeiz fördern soll, um dem Trabrennsport einen weiteren Anreiz, zu dem, oft durch die gleichen Akteure besetzten, Championatskampf, zu geben. Ziel der Prozesspolitik ist es, ein System zu schaffen, in dem alle Stimmen gehört werden und das alle gleichermaßen versucht einzubinden.

4.3.2 Personell - Personalpolitik

Um diese Struktur- und Prozessveränderungen auch bestmöglich umzusetzen, benötigt es natürlich auch eine Veränderung in der Personalpolitik. Einige Positionen müssen neu besetzt, andere überhaupt erst mal ausgeschrieben werden. Insgesamt muss das Personal im Verband, aber auch in den einzelnen Rennvereinen verjüngt werden. Bei vielen, die schon lange im Sport sind, ist die Bereitschaft zur Veränderung nur schwerlich zu entlocken, nach dem Motto: Das haben wir doch schon immer so gemacht. Genau aus diesem Trott muss sich der Trabrennsport lösen. Er muss in der Gegenwart ankommen. Und das kann nur gelingen mit jüngerem, aber natürlich auch fachkompetentem Personal und einer Führungsriege, die gerne die Ärmel hochkrempelt, um etwas in Gang zu setzen. Der Präsident oder die Präsidentin von Deutschland Trab muss ein charismatisches Auftreten haben, vertrauenswürdig sein und die Vision eines gemeinschaftlichen Trabrennsports verkörpern, ebenso wie die restlichen Vorstandsmitglieder. Der Verband muss kompetent und kundenorientiert aufgestellt sein. Insbesondere im Bereich PR müssen Social Media-affine Personen engagiert sein, um den Trabrennsport bestmöglich in Zusammenarbeit mit der Vermarktungsgesellschaft zu präsentieren. Die Mitarbeiter müssen angeregt sein, den Pferdezüchter und den Pferdebesitzer zufriedenzustellen und gleichzeitig den geltenden Vorschriften und Pflichten nachgehen.

Dasselbe gilt für den Rennverein, auch hier bedarf es junge, dynamische Mitarbeiter, die Ideen und Tatendrang mit in die tägliche Arbeit einbringen. Jeder Rennverein sollte sich um eine gut besetzte Stelle im Bereich Marketing bemühen, da die einzelnen Veranstaltungen auch von den Rennvereinen selbst zu bewerben sind. Was innerhalb der Personalpolitik besonders wichtig für die positive Vermarktung des Produkts Trabrennen ist, ist die Führung durch den Renntag. Bahnsprecher, Rennkommentator und Moderator müssen ein eingespieltes Team sein, welches sich dynamisch die Bälle zu spielt, sodass der Eine vom Anderen mitgenommen wird, von Thematik zu Thematik. Genau wie das Publikum mitgerissen werden muss, daher ist es wichtig, dass diese Posten mit kompetenten Personen besetzt werden, die über das nötige Hintergrundwissen verfügen, aber die vor allem auch die nötige Ausstrahlung haben, die Thematik interessant und mitreißend rüber zu bringen.

Zusammenfassend kann man sagen, dass die Personalpolitik eine Verjüngung in allen Bereichen des Sports vorsieht, da es neue Ideen, Tatendrang und Dynamik braucht, solche allumfassende Veränderungen, wie im Rahmen des Marketing-Mix vorgestellt wurden, umzusetzen. Frischer Wind eröffnet neue Wege, die vorher nicht ersichtlich waren. Außerdem benötigt es Willenskraft und Durchhaltevermögen von allen Mitarbeitern, diese neuen Wege zu beschreiten, aber ganz besonders wichtig ist die Passion. Die Passion für den Trabrennsport ist das, was bei allen Mitarbeitern im Vordergrund stehen sollte. In der Vergangenheit wurden oft eigene Befindlichkeiten vor dem Wohl der Allgemeinheit, und damit dem Trabrennsport gestellt. Das sollte im Rahmen der Personalpolitik in den Köpfen der Mitarbeiter verändert werden, dass der Sport, sein Erhalt, seine Förderung und Verbesserung das oberste Ziel eines jeden Mitarbeiters sein muss.

4.3.3 Product - Produktpolitik

Der Trabrennsport bietet im Grunde drei Produkte an. Die Rasse Trabrennpferd sowie die dazugehörigen Leistungsprüfungen, die Pferdewette und das Event. Alle drei Produktkategorien müssen im Rahmen der Produktpolitik verbessert werden.

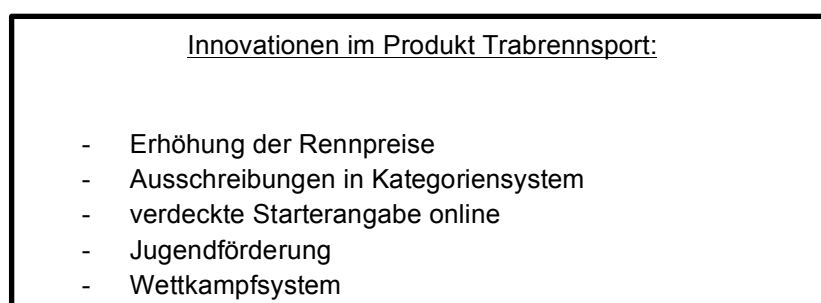


Abbildung 43: Innovationen im Produkt Trabrennpferd, inklusive Leistungsprüfungen (eigene Darstellung)

Das Produkt des Trabers muss wieder attraktiv werden. Momentan kostet ein Traber ca. 1.000 Euro im Monat, diese Kosten müssen durch die Anhebung der Renndotationen wenigstens zum Teil refinanziert werden können oder diese Kosten gegebenenfalls sogar überschreiten. Das ergibt nicht nur einen Anreiz in ein Trabrennpferd zu investieren, sondern fördert auch die Reisebereitschaft, womit sich die regionalen Felder in Deutschland mischen würde, was zu einer Diversität in den Rennen führen würde. Momentan kostet eine Reise von Berlin nach München zum Renntag fast mehr als die Siegesprämie, die es für den Sieger gibt. Rennvereine müssen teilweise Transportkosten erstatten, um Fahrer aus fernen Gebieten zum Renntag zu locken. Das würde mit einer Erhöhung der Rennpreise wegfallen. Die Überlegung, wie diese Erhöhung der Dotation finanziert werden kann, wird in der Preispolitik näher betrachtet.

Die Einteilung der Startpferde in ein Kategoriensystem, nach dem Beispiel von Italien, geschieht mit Hilfe der Durchschnittsgewinnsumme der Pferde. Das ermöglicht, mehr Pferde im Rennbetrieb oder in Deutschland zu halten. Es werden zu viele Startpferde verloren, da sie im hiesigen Ausschreibungssystem aus dem Raster fallen. Das Kategoriensystem ermöglicht, dass gleichstarke Pferde gegeneinander starten. Damit gibt es weniger klare Favoriten, was direkten und positiven Einfluss auf das Produkt der Pferdewette hat, außerdem bekommen Pferde, die bis dato oft aussichtslose Feldfüller waren, die Chance auf vordere Plätze. Das stärkt nicht nur die Moral der Besitzer und Trainer, sondern auch die der Pferde, denn kein Pferd läuft gerne jedes Rennen einem Feld hinterher. Dementsprechend könnten anspruchsvollere Kategorien beispielsweise höhere Dotationen auf ihre Rennen bekommen, um einen weiteren Anreiz zu schaffen.

Im dritten Schritt muss nun eine verdeckte Starterangabe etabliert werden, die über eine Online-Plattform abgewickelt wird. Die angehobenen Rennpreise werden den Konkurrenzkampf zwar etwas beflügeln, weil somit auch der zweite Platz einen ordentlichen Gewinn bekommt, jedoch ist eine verdeckte Starterangabe dennoch unabdinglich. Einerseits ist es schlichtweg zeitgemäß, solche Vorgänge über das Internet laufen zu lassen, außerdem ist es unbefangen und gleichgestellt gegenüber allen Beteiligten. In persönlicher Kommunikation kann man nie verhindern, dass aufgrund persönlicher Befindlichkeiten Einzelne bevorzugt werden oder zumindest der Verdacht dazu entsteht. In einigen Vereinen sitzen selbst Aktive am Telefon um die Starter anzunehmen, das ist nicht tragbar. Die Starter müssen zentral über ein Online-System bis zu einem feststehenden Zeitpunkt eingegangen sein. Danach ist die Starterangabe geschlossen, sollten bestimmte Rennen aufgrund von Startermangel ausfallen, haben die betroffenen Trainer noch die Möglichkeit in andere Rennen zu gehen, sollten an dem Tag noch andere passende Rennen ausgeschrieben sein.

Die Betroffenen wissen jedoch nicht, welche anderen Pferde in den Rennen starten, bis die finalen Starterlisten veröffentlicht sind. Die Kommunikation zwischen den Aktiven selbst kann man zwar nicht verhindern, jedoch kann man hoffen, dass durch die diversen Maßnahmen der sportliche Gedanke zurück in den deutschen Trabrennsport findet und sich die Besten wieder gerne mit den Besten messen. Außerdem kann man dies mit der Einführung des Kategoriensystems sowieso nicht mehr verhindern, außer man verzichtet auf einen Start – und das muss der Trainer dem Besitzer bei den lukrativen Rennpreisen dann erst einmal nachvollziehbar erklären.

Diese drei Stellschrauben machen das Produkt Trabrennpferd wieder besser finanzierbar, aber vor allem auch attraktiv für ‚kleinere Leute‘. Es werden nicht nur die großen starken Besitzer und Trainer an der Leistungsspitze bevorzugt, sondern eben auch die Basis. Eine gleichberechtigte Chance für alle, sich in dem Sport zu verwirklichen, wird neben dem Trabrennpferd und dem sportlichen Bereich auch den beruflichen Part attraktiver machen. Wenn die Chancen wieder ausgeglichen sind und nicht nur die immer gleiche obere Riege mitmischen kann, wird der gesamte Berufszweig des Trabrennfahrers und -trainers auch wieder interessant.

Da greift der vierte Punkt, in dem der Trabrennsport Veränderung bedarf. Die Jugendförderung muss einen hohen Stellenwert bekommen. Das Trabrennpferd muss zu den Kindern gebracht werden. Die Mini-Traber-Rennen sind ein optimales Aushängeschild dafür, dass Trabrennsport auch kinderfreundlich sein kann und muss weiter gefördert werden. Mini-Traber-Fahrschulen, gegebenenfalls in Zusammenarbeit mit Reitvereinen können dem Trabrennsport neue Wege ermöglichen. Dafür muss dementsprechend der kommunikative Auftritt passen, sodass auf diese Zielgruppe eben zielgerichtet eingegangen wird. Es mag weit hergeholt klingen, jedoch sind Kinder nun mal die Trabrennfahrer von morgen und mit der richtigen Message kann man diesen Sport eben auch für die Kleinen attraktiv machen. Ab dem 16. Lebensjahr wird dann der große Sport interessant, Amateurfahrerprüfung oder Berufsfahrerausbildung. Für diese zwei Wege müssen attraktivere Begebenheiten geschaffen werden. Neulinge müssen sanfter in den Sport eingeführt werden und mehr Möglichkeiten bekommen. Das gilt insbesondere natürlich für die Lehrlinge. Extra ausgeschriebene Rennen für Lehrlinge finden heutzutage aufgrund von Startermangel nicht statt und müssen mit Berufsfahrern (mit weniger als 50 Siegen) aufgestockt werden. Bis eine ausreichende Basis an Lehrlingen vorhanden ist, muss es weiterhin so gehandhabt werden, jedoch öfter und mit einem finanziellen Anreiz für Besitzer und Trainer, damit die Lehrlinge dort eine Chance bekommen, sich unter ihres Gleichen zu entwickeln. Das Produkt Trabrennsport muss auch für die nachfolgende Berufsgeneration ansprechend sein, sonst stirbt dieser Berufszweig aus.

Daher muss ein großes Augenmerk darauf gesetzt werden, Kinder, Jugendliche und Auszubildende an den Sport heranzuführen, über Kinderfahrschulen, Freizeitangebote, Probefahrten an Renntagen, Infomaterial im Internet und dann im Sport, durch faire Möglichkeiten im Berufsleben und zur Weiterentwicklung, zu halten.

Eine weitere Erneuerung bietet der Anreiz durch ein deutschlandweites Wettkampfsystem. Eine Art Bundesliga sowie regionale Vergleichskämpfe. Diese Wettkämpfe geben dem normalen Rennalltag einen interessanten, sportlichen Touch, regen den sportlichen Ehrgeiz an und fördern die Diversität in den Rennen. Wie genau diese Vergleichskämpfe konzipiert werden, muss anhand des umgesetzten Kategoriensystems und dem Bestand von Pferden und Fahrern genauestens geprüft und geplant werden, die generelle Überlegung, ein solches System zu entwickeln, sollte jedoch forciert werden. Sportler streben den direkten Vergleich mit anderen Sportlern an, und man sieht an den derzeitig ausgeschriebenen, gehobenen Rennen, bei denen Fahrer aus ganz Deutschland gegeneinander antreten, dass diese erhöhte Aufmerksamkeit genießen. Aus solchen Wettkampfsystemen können sich Fangruppierungen sowie regionale Gruppierungen bilden, ähnlich wie im Vereinssport, z.B. Fußball. Wenn die Rennen einen zusätzlichen Anreiz zu dem einzelnen Sieg und dem Rennpreis bieten, werden sie nicht nur für die Zuschauer, sondern auch für die Sportler interessanter. Außerdem kann man eine Art Bundesliga leichter kommunizieren und promoten.

Das Produkt Trabrennpferd sowie die dazugehörigen Leistungsprüfungen können mit Hilfe dieser Innovationen zu neuer Größe finden. Vorhandene Potenziale könnten optimal genutzt werden. Wenn durch diese Stellschrauben mehr Startpferde im Sport bleiben und über neue Besitzer auch noch zusätzliche Startpferde nach Deutschland kommen, ist die Basis für einen Aufschwung des Trabrennsports gegeben.

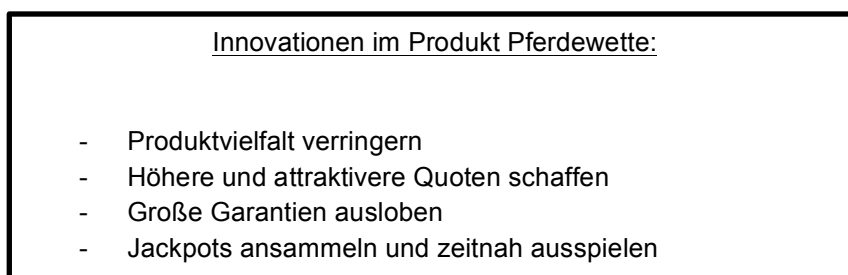


Abbildung 44: Innovationen im Produkt Pferdewette (eigene Darstellung)

Die Produktvielfalt der Pferdewette ist zu groß. Der geringe Umsatz in den Rennen verteilt sich auf zu viele verschiedene Töpfe. Es sollte in jedem Rennen die Sieg- und Platzwette angeboten werden und zusätzlich dazu eine weitere Wettart: Zweier-, Dreier-, oder Viererwette.

Zusätzlich dazu sollte jeden Renntag eine V-Wette angeboten werden, je nach Renn- tagsgröße eine V4, V5, V6 oder V7. Damit sind Neulinge nicht so schnell von zu großer Auswahl überwältigt oder verwirrt. Allen Wetttern ist dabei jedoch unter dem Motto ge- holfen: Weniger ist mehr. Das trifft insofern zu, da weniger Wettmöglichkeiten jedoch die jeweiligen Gewinnmöglichkeiten erhöhen. Außerdem wird durch die Veränderungen im Rahmen des Produkts Trabrennen eine Ausgeglichenheit in den Rennen geschaf- fen, sodass diese nicht mehr so oft eindeutig zu lesen sind und vieles von Rennverläu- fen abhängig wird. So wird nicht nur der monetäre Anreiz aufgrund der dadurch höheren Quoten gefördert, sondern auch der Ehrgeiz, derjenige zu sein, der unter den möglichen Pferden die richtige Kombination kennt.

Um die Quoten auch bei großen Einsätzen stabil zu halten, muss der Gesamtpool ge- stärkt sein. Sind zum Beispiel insgesamt 1.000 Euro in der Siegwette eingesetzt wor- den, wirken sich zusätzliche 100 Euro an Wetten auf ein Pferd logischerweise stärker auf seine Siegquote aus, als bei einem Pool von 5.000 oder sogar 10.000 Euro. Um den Einsatz zu steigern muss der Wetter auch eine Garantie für sein Geld bekommen. Je höher der mögliche Gewinn, desto höher der Einsatz, das wurde ganz aktuell beim Jackpot in Wien deutlich (vgl. S. 111).

Diese Garantien sollten vor allem in den Kombinationswetten (2er-, 3er- und 4er- Wette) und in den V-Wetten ausgelobt werden. Die V-Wetten natürlich mit einer ent- sprechend großen und attraktiven Gewinngarantie, sodass nicht nur Trabrennsportbe- geisterte wetten wollen, sondern auch Leute, die schlichtweg der große Pott interessiert. Ziel muss es sein, einerseits einen großen Umsatz zu generieren, ande- rerseits einen Jackpot entstehen zu lassen, sodass zum nächsten Renntag noch mehr zu gewinnen ist. Bis dato entstand nur selten ein großer Jackpot, da die Rennergeb- nisse zu vorhersehbar waren, das würde, durch die Veränderungen der Trabrennaus- schreibungen, nicht mehr so häufig geschehen. Eine weitere Möglichkeit, die V-Wette interessanter und schwerer zu machen wäre, die Wette bahnübergreifend zu konzipie- ren. Zum Beispiel wählt man die drei schwersten Rennen am Samstag in München- Daglfing aus und die drei schwersten Rennen am Sonntag in Gelsenkirchen. Diese Neuerung bindet das Publikum demnach an zwei Renntage und zwei verschiedene Rennbahnen, es wird spannender und schwieriger. Die V-Wetten lassen sich einfach kommunizieren und erklären und sind ansprechend für Groß- und für Kleinwetter. Ins- besondere die Tatsache, dass man für 0,15 Euro (bei der V7-Wette) und 0,20 Euro (bei der V5- oder V6-Wette) einen Jackpot von bestenfalls 100.000 Euro und mehr, gewin- nen kann, ist sehr attraktiv. Wichtig ist es jedoch, den aufgebauten Jackpot am nach- folgenden Renntag auszuspielen, es ist im Grunde das Geld der Wetter und die wollen natürlich ihr Geld unverzüglich wiedersehen.

Den Jackpot für einen bestimmten Renntag aufzuheben ist nicht förderlich, da es bis dahin gegebenenfalls einen noch viel höheren Jackpot geben könnte. Das Geld der Wetter muss ständig im Umlauf sein, ein Gewinn wird bei nächster Gelegenheit wieder eingesetzt. Außerdem wirkt es auf denjenigen, der sein Geld in diesen Jackpot eingezahlt hat häufig nicht vertrauensvoll, wenn dieses Geld wochen- oder monatelang festgehalten wird.

Eine Verkleinerung des Wettangebots, höhere Quoten, durch die Veränderungen in den Ausschreibungen gemischte, ausgeglichene und damit schwer zu treffende Felder sowie hohe Jackpots werden das eingeschlafene Wettgeschäft am Totalisator wieder beflügeln und den Rennvereinen wieder größere Umsätze ermöglichen.

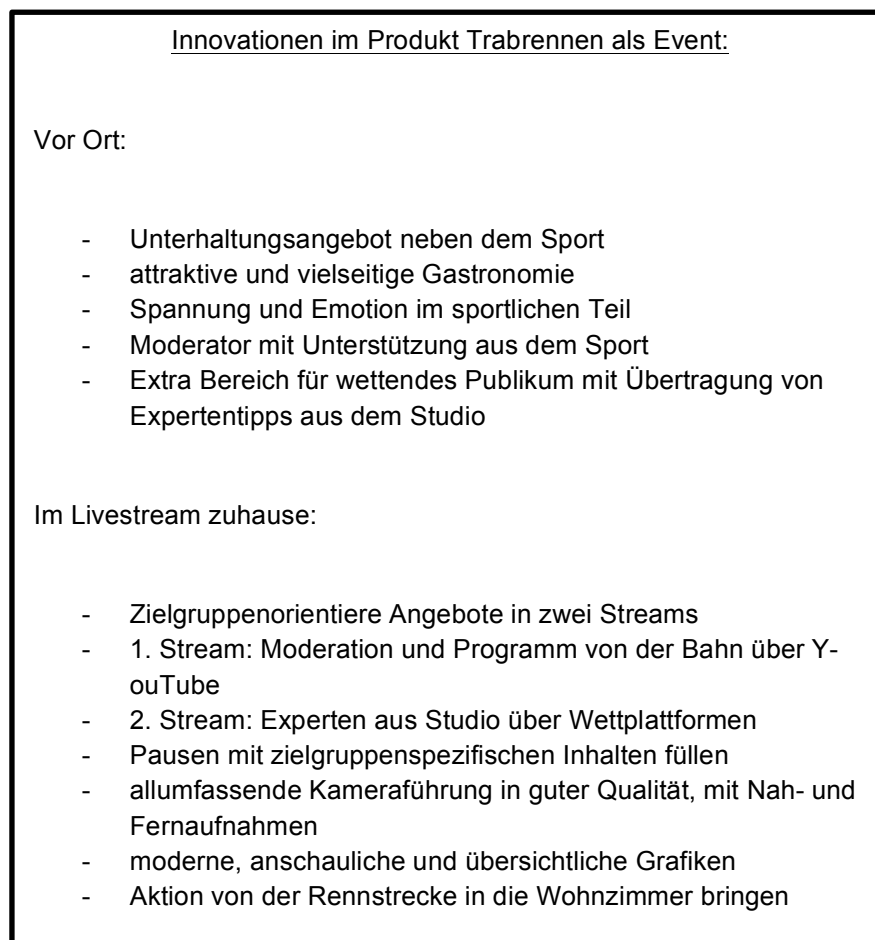


Abbildung 45: Innovationen im Produkt Trabrennen als Event (eigene Darstellung)

Die Galopper haben schon vor einigen Jahren erkannt, dass sich die Zielgruppe gewandelt hat. „Wir sind weg von dem Wettpublikum, dem Zockermilieu auf der Rennbahn“, sagt auch der DRV-Geschäftsführer Vogel. „Es sind Freizeitveranstaltungen für Familien. Eine schöne Entwicklung.“⁴⁴⁵

Der Trabrennsport muss einen Eventcharakter entwickeln, der die Leute dazu bringt, bestenfalls eine Rennbahn zu besuchen oder zumindest von zuhause aus über den Livestream (oder in Zukunft vielleicht auch über das Fernsehen), den Renntag zu verfolgen. Um das zu erreichen, sind zahlreiche Veränderungen in der Übertragung und am Renntag notwendig.

Der Trabrennsport an sich reicht nicht aus, um einen Besucher auf die Trabrennbahn zu locken. Die Sportart ist nicht mehr populär genug, die Anforderungen an Unterhaltung sind gestiegen. Der Trabrennsport muss sich dem Publikum gegenüber attraktiv verkaufen, auch abseits des sportlichen Programms. Normale Renntage mit ihren zeitintensiven Abläufen (aufgrund der Pausen zwischen den Rennen) müssen für das Publikum vor Ort mit Aktivitäten gefüllt sein.

Es ist wichtig, dass insbesondere für Familien mit Kindern, die vermehrt Ausflüge an Wochenenden unternehmen, ein ausreichendes Angebot an Aktivitäten haben. Es ist offensichtlich, dass bei dieser Zielgruppe der Fokus nicht auf dem sportlichen Spektakel liegt, sondern auf der generellen Veranstaltung und dem Spaß, insbesondere für die Kinder. Die Betreiber der Trabrennbahnen müssen verstehen, dass diese Zielgruppe enorm wichtig ist, einerseits als Neukunden, die bei Zufriedenheit auch weitere Male kommen werden, vor allem aber als Multiplikatoren, die ohne Kosten und Aufwand für die Rennvereine Werbung für die Trabrennbahnen machen werden, indem sie Freunden davon erzählen oder sie sogar zum nächsten Besuch mitbringen. Dafür muss das Rahmenprogramm auf der Trabrennbahn jedoch attraktiver gestaltet werden. Es muss einen Bereich für Kinder geben, in dem gespielt werden kann, es können zum Beispiel Sulkyfahrten für Kinder mit einem Mini-Traber angeboten werden, was gleichzeitig als Werbung für die Mini-Traber-Fahrschule dient, Kinderschminken, Hüpfburg, etc., womit Kindern der Tag verschönert wird.

⁴⁴⁵ Jakob, Philipp (2018): Rennen ums Überleben. In: Zeit-online, [online] https://www.zeit.de/sport/2018-05/galoppsport-krise-pferderennen-hoppegarten/komplettansicht?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com, 11.1.2021.

Die Eltern werden dann nämlich die Gastronomie nutzen, gegebenenfalls ein, zwei Wetten tätigen, und es ist nicht ausgeschlossen, dass über solche Besuche auch eine Leidenschaft für diesen Sport entstehen kann. Wichtig ist dabei aber, dass es nicht nur an einem großen Event im Jahr so gestaltet wird, sondern dass man sich mit einem kontinuierlichen Angebot einen Namen macht, sodass diese Neukunden bei einem zweiten Besuch ohne dieses Angebot nicht wieder verloren gehen.

Weitere Angebote neben dem sportlichen Programm sowie der Kinderanimation, müssen natürlich auch die Besucher ohne Kinder ansprechen, die auch unterhalten werden wollen. Eine Moderation, die in erster Linie dafür sorgen soll, einen kurzweiligen, humorvollen und spannenden Tag zu verbringen, muss die Zuschauer durch den Renntag führen. Ein Moderator sollte mit wechselnden Partnern aus dem Sport, so wie es zum Beispiel beim American Football gemacht wird, Unterhaltung mit dem Sport verbinden. Dabei wird den Wett-Tipps sowie den fachlichen Informationen weniger Gewicht zugesprochen. Der Fokus liegt eher auf spannungserzeugenden Interviews und Einspielern bzw. Trailern, die Lust auf das Rennen machen sollen. Der Sport muss nahbar gemacht werden, die Moderation sollte also Charakter zeigen und diesen auch von den Fahrern entlocken, Publikumsstimmen einfangen etc.

Musik, gegebenenfalls sogar Livemusik, wirkt manchmal kurzweiliger als zähe Interviewsituationen und kann gleichzeitig einen zusätzlichen Anreiz bieten, die Trabrennbahn zu besuchen. Mit Tandemfahrten im Sulky bekommt der Zuschauer ein direktes Feeling für die Fahrt und kann dann die Rennen noch besser nachempfinden. Aufklärungs- und Erklärungsarbeit ist sehr wichtig und sollte vom Moderator übernommen werden. Der Zuschauer muss verstehen, was auf der Rennstrecke, im Stallgelände, beim Aufwärmen und am Renntag generell passiert, um ein Teil davon zu sein. Den Zuschauer mit Interviews und Aktivitäten einzubinden und mitzureißen, muss das Ziel eines jeden Renntags sein.

Wichtig für das Wohlbefinden ist natürlich ein ausreichendes und vor allem geschmackvolles, dabei aber nicht überteuertes kulinarisches Angebot. Dabei sollte für jede Zielgruppe was dabei sein. Einige wollen, je nach Renntags-Ablauf, am Tisch zu Mittag oder zu Abend essen, oder einen Kaffee trinken und Kuchen essen. Andere wollen lieber etwas auf die Hand, sich nicht lange in einem Restaurant aufhalten, sondern wie beim Volksfest von Bude zu Bude laufen. Eine ausgewogene Auswahl von Verzehrsmöglichkeiten drinnen oder draußen, zu einem angemessenen Preis und das natürlich abgestimmt auf die Jahreszeiten. Im Sommer ist Abkühlung und leichte Kost wichtig, im Winter könnte man das Event durch einen Weihnachtsmarkt ergänzen und in den Gebäuden weihnachtliches Essen anbieten.

Um eine gute Kalkulation und Finanzierbarkeit für die Gastronomie zu gewährleisten, sollte man die Restaurants unabhängig von den Renntagen öffnen. Wenn sich ein Restaurant schon allein aufgrund der guten Speisen einen Kundenstamm aufbaut, dient das als zusätzliche Werbung für die Renntage.

Einen weiteren Aspekt, den man aufgreifen kann, wäre insbesondere zu den Abendveranstaltungen auch junges Publikum anzusprechen. Gute Musik, Lounge-Atmosphäre, Cocktails, Snacks – eine gute Kombination, um insbesondere um die Trabrennbahnen herum, die ansässigen jungen Erwachsenen anzusprechen, die bei positiver Stimmung höchstwahrscheinlich auch die ein oder andere Wette tätigen würden. Eine After-Show-Party würde den Renntag dann komplettieren.

So viel zu den vielseitigen Möglichkeiten, das Event Trabrennen abseits des sportlichen Teils für viele verschiedene Zielgruppen attraktiv zu gestalten. Der größte Fokus muss aber natürlich trotzdem auf dem Trabrennsport liegen, denn das ist es, womit man am Ende des Tages die Menschen begeistern will. Hier ist aktuell noch deutlich Luft nach oben, wie die Rennen spannend und emotional übergebracht werden können.

Menschen erreicht man nur über diese Gefühle, der Zuschauer muss genauso mitgerissen werden in die Emotionen, wie der Fahrer im Rennen es gerade ist. Dafür muss natürlich der Rennkommentator, der Bahnsprecher und der Moderator im perfekten Einklang sein, sodass sich die Bälle gegenseitig zugespielt werden und zu jedem Rennen ein neuer Spannungsbogen gespannt wird. Das ist auch enorm wichtig für die Übertragung im Livestream, denn das ist nun mal der bis dato einzige Kanal nach außen, in dem sich der Trabrennsport präsentieren kann. Für ein telegenes Produkt, muss jedoch noch Einiges getan werden.

Vor allem die Zuschauer zuhause am Computer müssen während der Pausen zwischen den Rennen, die bis zu 30 Minuten lang sein können, am Bildschirm gehalten werden. Die Pausen müssen jedoch mit zielgruppenorientiertem Stoff gefüllt werden, daher sollte eine Aufsplittung in zwei Livestreams überdacht werden. Die wettende Zielgruppe möchte in den Zeiten zwischen den Rennen ihre Wette tätigen und dafür Expertentipps erhalten. Fachinformationen, wie zum Beispiel die Veränderung des Beschlages, der Anspannung, ein Trainer- oder Fahrerwechsel sind für diese Zielgruppe von großer Bedeutung. Hier zählen Fakten und Informationen, die von Fachleuten an das wettende Publikum gebracht werden sollten.

Das nicht-wettende Publikum und vor allem das Publikum, welches in erster Linie unterhalten werden will, brauchen diese Fachinformationen nicht. Hier muss, ähnlich wie am Renntag vor Ort, vor allem dafür gesorgt werden, dass die Menschen Spaß am Trabrennsport haben. Die Pausen müssen unterhaltsam gestaltet werden und vor allem einen Einblick in den Hintergrund geben. Durch Livebilder hinter den Kulissen und kurze Interviews direkt vor oder nach dem Rennen werden die Zuschauer in das Erlebnis mitgenommen. Im Grund sollte das, was der Moderator am Renntag vor Ort macht, in genau diesen Livestream übertragen werden. Die Experten für das wettende Publikum befinden sich in einem Studio, in dem sie gegebenenfalls auch zwischen verschiedenen Rennbahnen im In- und Ausland hin und her schalten können. Hier kann das Angebot über die deutschen Renntage hinaus sogar noch ausgeweitet werden. Wenn interessante Rennen im Ausland abgehalten werden, sollte ebenfalls eine Studioübertragung für deutsche Sport- und Wettinteressierte stattfinden, um die Zuschauer an Tagen, an denen keine Rennveranstaltung in Deutschland übertragen wird, weiter zu unterhalten und zu informieren. Dieser Livestream wird dementsprechend über die Wettplattformen ausgestrahlt. Der unterhaltende Livestream, der direkt vom Renntag berichtet, wird über den gemeinsamen YouTube-Kanal gestreamt.

Das wettende Publikum soll natürlich nicht von den Trabrennbahnen verdrängt werden, auch wenn dieser Teil verhältnismäßig stark geschrumpft ist. Dafür sollten auf den Rennbahnen extra Bereiche geschaffen werden, mit einem großen Aufkommen an Wettannahmekassen sowie Fernseher, die den Livestream aus dem Studio übertragen, sodass die Wetter auf der Bahn auch ihre Expertentipps bekommen.

Was für den Renntag vor Ort, aber noch viel eher für die Zuschauer von zuhause aus wichtig ist, ist eine allumfassende Kameraführung in guter Qualität, mit Nah- und Fernaufnahmen, sodass der Zuschauer und auch die Rennleitung alles überblicken kann. Moderne, anschauliche und übersichtliche Grafiken unterstützen die Darstellung zusätzlich und geben ein zeitgemäßes Bild ab. Insbesondere Nahaufnahmen geben einen direkten Eindruck von der Rennstrecke, sodass die Aktion direkt in die Wohnzimmer gebracht wird. Ergänzend dazu ist ein dynamischer und spannungsgeladener Rennkommentator unabdinglich. Wie soll der Zuschauer mitgerissen werden, wenn der Kommentator den Anschein macht, dass er entweder keine Lust oder den fehlenden Überblick für eine ausdrucksstarke Vorstellung hat? Wenn der Zuschauer zuhause oder auch auf der Rennbahn auch nur teilweise das Adrenalin spürt, was der Rennfahrer im Wagen hat, ist der Job erfolgreich gewesen.

Den Trabrennsport als ganzheitliches Event zu betrachten, ist eine Ansicht, die zwar zum deutschen Traberderby schon forciert wird, jedoch kontinuierlich und noch zielgruppenorientierter auf allen Trabrennbahnen verfolgt werden sollte. Neue Zielgruppen können für das Produkt Trabrennen begeistert und die schon bestehenden Kunden zufriedener gestellt werden. Diese Ausweitung des Angebots, Trabrennen als Event zu vermarkten, bedarf jedoch einen hohen Aufwand in der Ausstattungspolitik.

4.3.4 Physical Evidence - Ausstattungspolitik

Im Rahmen der Ausstattungspolitik muss zur Erreichung bzw. der Ermöglichung der Produktinnovationen im Bereich Trabrennen als Event zwangsläufig große Arbeit geleistet werden. Das Erscheinungsbild der Rennbahnen in Deutschland ist, auf einigen mehr, auf anderen weniger, aber generell gesprochen, in die Jahre gekommen und schlichtweg nicht mehr zeitgemäß und damit unattraktiv. Riesige Tribünenhäuser, die nie wieder so viele Personen beherbergen werden, wie sie es einst mussten und damit für heutige Ansprüche viel zu groß sind und daher einfach ungemütlich und leer wirken. Ungepflegte Außenanlagen, keine einladenden Sitzmöglichkeiten, keine gute Sicht aufs Rennen – das sind nur allgemein aufgezählte Umstände. Daher bedarf es im Rahmen der Ausstattungspolitik einer Um- und Neugestaltung der Rennbahnen in Deutschland. Ein solches Vorhaben muss von Geldgebern, Sponsoren oder der Politik gezahlt werden, daher kann man diese Veränderungen nicht ad hoc durchführen, dennoch können die Rennvereine sich wenigstens um eine teilweise Verschönerung ihres Geländes kümmern. Die absolute Zukunftsvision sollte es sein, dass auf jeder Rennbahn eine Großleinwand installiert ist, um die Rennen optimal zu verfolgen (in Hamburg schon vorhanden), dass die Tribünenhäuser im heutigen Stil und Standard renoviert werden (wenn sie unter den Denkmalschutz fallen) oder gegebenenfalls abgerissen werden, um sie in kleinerem Maßstab wieder aufzubauen und dass die Außenanlagen so gepflegt sind, dass sie einladend und ansprechend aussehen. Wer als Besucher auf die Rennbahn kommt und keine Sitzmöglichkeit draußen findet, darf es gerne daran liegen, dass alle mit Zuschauern besetzt sind, aber nicht daran, dass keine vorhanden sind. Im Innenraum muss man sich vom Charme der Siebziger verabschieden und ein modernes zeitgemäßes Interieur wählen, sodass sich die Besucher nicht auf eine Zeitreise begeben, wenn sie die Rennbahn betreten. Im Rahmen der Ausstattungspolitik ist es unabdingbar, die Rennbahnen auf den heutigen Stand der Zeit zu bringen, da sich sonst neue Besucher abgestoßen fühlen und sehr wahrscheinlich nicht mehr wieder kommen würden.

Alle Akteure im Trabrennsport, Rennvereine, Verband, aber auch Aktive, müssen sich überlegen, wie man die Rennbahnen attraktiver gestalten kann, ohne auf Anheb Investitionen in Millionenhöhe zu tätigen. Eines ist jedoch sicher, bleiben die Rennbahnen in diesem Zustand, wird das Vorhaben, den Trabrennsport als Event zu verkaufen, scheitern, da das Ambiente auch durch die Ausstattung bestimmt wird. Daher muss es das Ziel sein, dieses Vorhaben anzugehen, sobald sich der Trabrennsport durch die Innovationen im Bereich der Sports und der Wette finanziell wieder etwas stabilisiert hat. Sponsoren- aber vor allem auch Lobbyarbeit wird für eine komplette Umstrukturierung der Ausstattungspolitik der Rennbahnen, trotz eines finanziellen Aufschwungs, notwendig sein.

4.3.5 Price - Preispolitik

Um die vorgestellten Veränderungen in der Produktpolitik durchzuführen, benötigt man ein Finanzierungskonzept. Eine komplette Finanzplanung würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen, darauf sollte im Rahmen der möglichen Umsetzung dieser theoretischen Maßnahmen noch einmal genauer drauf eingegangen werden. Jedoch können im Rahmen der Preispolitik Überlegungen zur Finanzierung dargelegt werden, die in eine konkrete Finanzplanung mit einfließen können.

Zunächst wird die Finanzierungsmöglichkeit über die Schaffung von ausgeglichenen Rennen und einem dadurch bedingten Anstieg im Wettumsatz betrachtet:

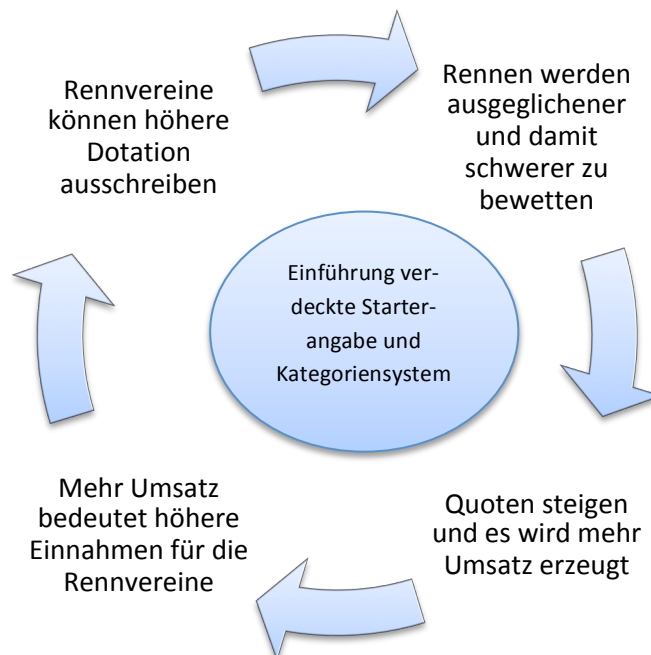


Abbildung 46: Finanzierungskreislauf (eigene Darstellung)

Durch die ausgeglichenen Rennen bekommen die Wetter dementsprechend höhere Quoten auf die Pferde, was die Wette attraktiver macht. Einen zusätzlichen Anreiz bieten dann noch die, in der Produktpolitik angesprochenen, Jackpots und Garantieauszahlungen, die dem Wetter einen bestimmten möglichen Gewinn in Aussicht stellen, der, wenn er groß genug ist, noch mehr Wetter und damit Einsatz generiert. Der Rennverein kann durch die gestiegenen Einnahmen wiederum zum Beispiel die Rennpreise erhöhen, was unter anderem auch die Reisefreudigkeit der Trainer anregen könnte, wodurch die Rennen noch mehr an Diversität und Attraktivität gewinnen und der Kreislauf weiter geführt wird.

Eine zweite Finanzierungsmöglichkeit bietet das Bahnpublikum, welches momentan noch kostenlos Zutritt hat, jedoch sollte zukünftig Eintrittsgeld verlangt werden. Eine vertretbare Größe wären dafür zwischen 8 und 10 Euro, mit der Option, Kindern bis zehn Jahren kostenfreien Eintritt zu gewähren sowie 50 Prozent Ermäßigung für Rentner und unter 18-jährige. Diese Form der Einnahme wurde bis dato sehr unterschätzt, selbst bei einem kleinen Sportverein muss man bei Fußball-, Tennis-, Handball-, oder Hockeyspielen Eintritt bezahlen. Im Trabrennsport bekommt man Profisport auf höchstem Niveau geboten, daher wäre ein Eintrittspreis gerechtfertigt. Sascha Multerer erklärte, wie stark der Rennverein von dieser Form der Einnahmen, gegenüber den Wetteinnahmen profitieren kann. Wenn ein Rennverein über die Eintrittsgelder 7.000 Euro generieren würde, dann blieben die eins zu eins beim Rennverein, abzüglich der Personalkosten für das Kassenpersonal am Eingang. Wenn ein Rennverein jedoch über den Toto Einnahmen generiert, bräuchte er für die Selben 7.000 Euro knapp 40.000 Euro Wettumsatz. Dafür muss er jedoch einen Totalisator betreiben, Kassen mieten, Personalkosten abziehen und hat damit für einen deutlich größeren Aufwand auch noch weniger Ertrag.⁴⁴⁶ Angenommen man berechnet zehn Euro für den Eintritt, bräuchte man für 7000 Euro Einnahmen 700 Besucher, das scheint keine utopische Größe zu sein, jedoch muss dafür auch ein Anreiz geschaffen werden, die Trabrennbahn zu besuchen (s. Produktpolitik).

Ein dritter Finanzierungsansatz kann sein, dass die Politik ihrem durch das Tierzuchtgesetz vorgeschriebenen Auftrag zur Sicherung und Förderung der Rennpferdezucht nicht mehr ausreichend nachkommt. Mit der Vergabe einer Totalisatorerlaubnis für die Rennvereine und der Gründung einer Aufsichtsorganisation, hat sich die Politik weitestgehend aus der Verantwortung gezogen.

⁴⁴⁶ vgl. Telefoninterview mit Sascha Multerer, Anlage F, S. XCVII.

Die Finanzierung über den Totalisatorumsatz hatte auch viele Jahre funktioniert, jedoch ist mit dem Verlust des Glückspielmonopols der Pferdewette auch die Finanzierungsgrundlage immer weiter geschrumpft. Den Todesstoß gab es dann 2012 mit dem gescheiterten Glücksspielstaatsvertrag, der nun auch den Sportwettmarkt zu lange Zeit unreguliert gelassen hat. Der Trabrennsport kann sich im Grunde gar nicht mehr aus eigener Kraft über den Totalisator finanzieren, das geschieht über private Geldgeber, Firmen und die PMU. Daher wäre die Politik in der Pflicht, den Pferderennsport, so wie sie es im Reitsport auch tut,⁴⁴⁷ im Bereich der Pferdezucht finanziell zu unterstützen. Dadurch könnten dann zum Beispiel Ausgaben, wie die Züchterprämien, die immerhin zehn Prozent des Renngewinns ausmachen, finanziert werden. In diesem Punkt müssen sich Trab- und Galopprennsport zusammen tun und über Gesetzeswege diesen, mit der Zeit entstandenen, Missstand aufzeigen. Eine reine Finanzierung über den Totalisator ist nicht mehr gegeben, also muss die Politik entweder etwas dafür tun, dass der Rennsport das wieder tun kann oder sie muss den Rennsport anderweitig finanziell unterstützen.

4.3.6 Place - Distributionspolitik

Im Rahmen der Distributionspolitik ist festzuhalten, wo und wie der Trabrennsport be- und vertrieben wird. Es ist enorm wichtig, die Standorte Berlin-Mariendorf, Berlin-Karlshorst, Hamburg Horn (zukünftige Doppelrennbahn), Gelsenkirchen und Straubing zu halten. Für München-Daglfing muss eine zeitnahe Ausweichlösung gefunden werden, gegebenenfalls auch in Form einer Doppelrennbahn mit München-Riem. Die Rennbahnen in Mönchengladbach und in Dinslaken müssen bereits schließen, weitere Schließungen müssen verhindert werden.

Vertriebswege bleiben bis dato einmal das Geschäft vor Ort sowie den Vertrieb des Produkts Trabrennsport über das Internet. Hier sollte der Bereich Social Media noch weiter ausgenutzt werden, sodass es nicht nur über kostenpflichtige Wettplattformen Trabrennsport zu sehen gibt. Als zukünftigen Vertriebsweg darf man das Fernsehen nicht außer acht lassen, es muss das Ziel sein, das Produkt Trabrennsport so telegen zu machen, dass es sich auch über dieses Medium verbreiten lässt. Das würde eine öffentliche Reichweite generieren, die über das Internet nicht erreicht werden kann.

⁴⁴⁷ vgl. Tabelle 6, S. 108.

4.3.7 Promotion - Kommunikationspolitik

Die Kommunikationspolitik beinhaltet ein allumfassendes Kommunikationskonzept, welches den Trabrennsport nach außen hin positionieren soll. Zunächst muss eine Corporate Identity (CI) mit den Bestandteilen, Corporate Design (CD), Corporate Behaviour (CB) und der daraus folgenden Corporate Communications (CC), festgelegt werden. Außerdem gibt es verschiedene Wege als Unternehmen zu kommunizieren. Es gibt den Bereich der klassischen Werbung, der Verkaufsförderung, der Öffentlichkeitsarbeit und den innovativen Kommunikationsinstrumenten, von denen für den Trabrennsport insbesondere die Kommunikation über Social Media und über Messen wichtig ist.

Das berühmte Zitat von Paul Watzlawick: „Man kann nicht nicht kommunizieren“ gilt in der persönlichen Kommunikation zwischen zwei Individuen, aber auch in der Kommunikation eines Unternehmens oder in dem Fall einer gesamten Sportart. Im Trabrennsport wird nicht viel für eine positive Außendarstellung getan, sprich, es wird nur sehr wenig nach außen kommuniziert. Das heißt aber nicht, dass auch nichts ankommt, im Gegenteil, es erzeugt ein negatives Bild. Es macht die Defizite in diesem Bereich für alle sichtbar und sorgt dafür, dass somit auch keine neuen Kunden angesprochen werden können.

Die Corporate Identity setzt sich aus den drei oben genannten Bestandteilen zusammen, die es vor der Auswahl der Kommunikationsinstrumente festzulegen gilt.

„Die Corporate Identity ist eine grundsätzliche Voraussetzung für eine erfolgversprechende Kommunikationspolitik einer Organisation. Sie gilt als das ‚Dach der Kommunikation‘, da mit ihr die zu übermittelnde Botschaft (die ‚message‘) festgelegt wird.“⁴⁴⁸ Die CI des Trabrennsports sollte durch den umstrukturierten Verband Deutschland Trab e.V. vermittelt und kommuniziert werden. Deutschland Trab steht somit für den gesamten Trabrennsport und kommuniziert diesen nach außen. Die CI sollte unter anderem einen prägnanten Slogan beinhalten, der sich wiederkehrend, abgestimmt auf die Vision, auch im Corporate Design zeigt. Ein positives Beispiel gibt dafür Deutscher Galopp:

⁴⁴⁸ Freyer, Walter (2018): Sport-Marketing. Modernes Marketing-Management für die Sportwirtschaft, 5. Auflage, Berlin, S. 478.



Abbildung 47: Logo Deutscher Galopp⁴⁴⁹

„Mit Herzblut für Vollblut.“, ein prägnanter und einprägsamer Slogan, der den Markenkern optimal wiedergibt. Leidenschaft, Dynamik, Verantwortung und Verbundenheit seien die Kernbegriffe, die im Rahmen der Marke stünden.⁴⁵⁰

Die Markenwerte von Deutschland Trab e.V. sollen im Rahmen der CI verkörpert werden. Zusammenhalt und Passion sind nötig, um gemeinsam aus der Krise zu gehen und um gemeinsam für den Erhalt des Trabrennsports zu kämpfen. Ergänzend dazu wäre ein einprägsamer Slogan zur direkten Kommunikation dieser Werte sinnvoll. Vorschläge dazu könnten sein: „Gemeinsam für den Trabrennsport“, „Im Trab in die Zukunft“ oder „Wir bleiben auf Trab!“. Wichtig dabei ist, dass die Message der gemeinsamen Veränderung im Trabrennsport rübergebracht wird.

Das CD betrifft das äußere, optische oder visuelle Erscheinungsbild und sollte durch wiederkehrende Elemente, wie zum Beispiel ein einheitliches Logo oder prägnante Farben, in den Köpfen der Kunden verankert werden.⁴⁵¹ Das hat Deutscher Galopp optimal umgesetzt. Der Markenkern von Deutschland Trab liegt insbesondere darin, eine gemeinsame, integrative Linie zu fahren und mit Zusammenhalt die Stärke zu entwickeln, den Trabrennsport auf neue Wege zu führen. Zum Beginn dieser Reise müssen dementsprechend auch Veränderungen in der äußeren Erscheinung getroffen werden. Einen, für jeden ersichtlichen, Startschuss sozusagen.

⁴⁴⁹ Logo Deutscher Galopp von Turf Times. [Bild] <https://www.turf-times.de/kontakt/deutscher-galopp-e-v>, 11.1.2021.

⁴⁵⁰ vgl. GaloppOnline.de (Hrsg.) (2020b): Logo „Deutscher Galopp“ auf dem SPOBIS präsentiert. [online] <https://galopponline.de/news/galopp-news/logo-deutscher-galopp-spobis-praesentiert>, 11.1.2021.

⁴⁵¹ vgl. Freyer 2018, S. 479.

Das gegenwärtige Logo des HVT transportiert keine klare Linie, es sollte, ähnlich wie das der Galopper, auf einfache Konturen und Figuren setzen. Man müsste dazu natürlich eine professionelle Grafikfirma beauftragen, um so etwas umzusetzen.



Abbildung 48: Logo Hauptverband für Traberzucht e.V.⁴⁵²

Außerdem ist auffällig, dass Deutscher Galopp, die Deutsche Reiterliche Vereinigung und der HVT momentan grün als CD-Farbe haben. Wobei das grün des HVT leicht von dem grün der anderen beiden Verbände abweicht. Grün ist aufgrund der Naturverbundenheit des Pferdes naheliegend, jedoch könnte sich Deutschland Trab mit einer neuen farblichen Gestaltung von den anderen abheben. Es ist zu überlegen die Farben der Deutschlandflagge subtil ins Logo und die Website sowie alle Schriftzüge, Briefköpfe, Plakate etc. einzubringen. Entscheidend ist, dass ein einfaches prägnantes Logo mit immer wiederkehrenden gleichen Farben verwendet wird, sodass es für den Trabrennsport als Ganzes gesehen wird. Eine dementsprechende Anpassung der Website sowie ein Zusammenschluss der bestehenden Websites, HVT-Online und mein-trabrennsport ist unabdinglich, um ein einheitliches Auftreten zu gewährleisten. Die Führung zweier Marken ist in der Kommunikation hinderlich.

Das Corporate Behaviour betrifft das Verhalten der Mitarbeiter sowie, in diesem Fall, der im Sport aktiven Personen nach innen und nach außen. Es werden bestimmte Verhaltensweisen und Grundlagen festgelegt, wie diejenigen nach innen und außen auftreten sollten.⁴⁵³

⁴⁵² Logo Hauptverband für Traberzucht e.V. [Bild] <https://www.hvtonline.de>, 11.1.2021.

⁴⁵³ vgl. Freyer 2018, S. 481.

Im Rahmen des CB sollte alles auf ein positives und förderliches Miteinander ausgerichtet sein. Im mittlerweile sehr geschrumpften Umfeld des Trabrennsports sind die Akteure mittlerweile so eng miteinander verstrickt, dass es dementsprechend auch Auseinandersetzungen gibt. Gerade diese Konflikte müssen für eine erfolgreiche Zukunft des Trabrennsports bei Seite gelegt werden, um Miteinander den bestmöglichen Weg zum Wiederaufbau zu finden. Dabei soll nicht nach dem Motto „Ringelpiez mit Anfassen“ gehandelt werden, sondern lediglich zielorientiert und fokussiert. Wer den Trabrennsport zukünftig betreiben will, muss einen gewissen Anteil für die Gemeinschaft, die daran orientiert ist, einbringen. Das Ziel ist es, den Trabrennsport für alle gleichberechtigt und fair zu gestalten und gleichzeitig Wert auf Professionalität und Qualität zu legen. Die Mitarbeiter müssen kundenfreundlich und genau arbeiten, so dass so wenig Formfehler wie möglich, seitens des Verbandes entstehen und sich der Kunde, sei es der Trainer oder der Fahrer, bestmöglich betreut fühlt. Gleichzeitig müssen die Trainer ihren Kunden, den Besitzern, wiederum genauso kundenfreundlich begegnen. Individuell muss jeder für sich entscheiden, wie er sich verhält, aber der Verband muss es in einem professionellen Maß vorleben, damit sich daran alle orientieren können. Die Ausrichtung des CB nach innen ist demnach auf allgemeine Zusammenarbeit und Unterstützung ausgerichtet.

Nach außen müssen sich die Aktiven ebenso professionell positionieren und insbesondere die Fairness gegenüber Mensch und Pferd ausleben. Das Pferd als Sportpartner nicht nur darstellen, sondern auch als diesen empfinden ist eine Kernkompetenz des CB, um den Trabrennsport gesellschaftstauglicher zu gestalten. Dieses Verhalten muss ebenso von Verbandsseite aus forciert und Verstöße dagegen hart bestraft werden. Ein professionelles, faires und tierfreundliches Auftreten der im Sport Aktiven ist ein großer Bestandteil der CI. Der Trabrennsport wird mit dem Pferd betrieben und nicht auf dessen Kosten. Dementsprechend sollte im Rahmen der PR darauf großen Bezug genommen werden, was bei der Auswahl der Kommunikationsinstrumente näher betrachtet wird.

Die Corporate Communication basiert auf diesen Verhaltensweisen. Um eine erfolgreiche Kommunikation zu erreichen, müssen die in der CI definierten Elemente zielgruppenspezifisch mit den Mitarbeitern, den Marktteilnehmern und den Medien kommuniziert werden.⁴⁵⁴ Hierbei spielt vor allem das Corporate Image eine große Rolle. Dabei ist es wichtig zu unterscheiden, in welchem Bereich man das Image betrachtet.

⁴⁵⁴ vgl. Freyer 2018, S. 481f.

„Der Galopprennsport wird zwar auf der einen Seite als sportlich, spannend und elegant wahrgenommen, auf der anderen Seite jedoch [...] ‘altmodisch’, ‘versnobt’ und ‘langweilig’ [...].“⁴⁵⁵ Dazu kommt noch der Aspekt der Tierquälerei, der dem Pferdesport, bzw. dem Pferdesport allgemein zugesprochen wird.⁴⁵⁶ Der Trabrennsport hat zu dem Image des tierquälereischen, altmodischen und langweiligen Sports sich noch mit der Tatsache auseinanderzusetzen, dass er schon von Gründungstagen an, als weniger exklusiv gegenüber dem Galopprennsport galt.⁴⁵⁷ Das ist heutzutage zwar nicht mehr der Fall, da man mittlerweile ausreichende finanzielle Mittel braucht, um den Sport als Hobby anstatt als Finanzanlage zu betreiben und sich somit von keinem Pferdesport mehr, was die finanzielle Grundlage der Betreibenden betrifft, unterscheidet. Pferdesport ist und bleibt eine Sportart, die mehr oder weniger finanziell gut situierten Menschen vorbehalten ist. Daher ist es auch schwerer, die breite Masse für diese Sportarten zu begeistern, da sie es sich schlichtweg nicht leisten können den Pferdesport zu betreiben. Da es aber in Deutschland eine große Anzahl an Pferdeinteressierten Menschen gibt (vgl. S. 81), ist Potenzial da, diese Menschen vielleicht nicht alle als Sportbetreibende, aber als Sportbegeisterte zu gewinnen.

Die CC muss die verschiedenen Zielgruppen auch komplett unterschiedlich ansprechen. Die Zielgruppe der Sporttreibenden hat insbesondere das Bedürfnis nach Information und Integration. Der Verband muss in seinen Kommunikationsaktivitäten die Sportler, also Trainer, Fahrer, Besitzer und Züchter direkt ansprechen und ihnen ein Gefühl geben, dass da jemand ist, der alles unter Kontrolle hat und für seine Leute da ist. Dahingehend ist insbesondere eine transparente Kommunikation unabdinglich. Die Sportler wollen wissen, was mit ihren Geldern geschieht und wie der Verband sich für den Sport einsetzt intern und nach außen hin einsetzt. In der aktuellen Coronapandemie bräuchte es tägliche oder wöchentliche Updates dazu, wann die Beschränkungen, die den Sport betreffen aufgehoben werden. Ob der Verband mit Politikern oder den dafür zuständigen Behörden in Kontakt ist, ob es Bestrebungen gibt oder nicht. Transparente Kommunikation beinhaltet demnach alle Unternehmungen, welche die sich im Nachhinein als förderlich rausgestellt haben, genau so wie Dinge, die im Nachhinein weniger gut funktioniert haben. Die daraus entstehende Greifbarkeit ist wichtig für ein inneres Vertrauen, was momentan nicht besteht.

⁴⁵⁵ Henkenjohann, Natja (2014): Image und Kommunikation des Galopprennsports in Deutschland. [online] Auszug in: <https://www.fachzeitungen.de/ebook-image-und-kommunikation-des-galopprennsports-deutschland>, 11.1.2021.

⁴⁵⁶ vgl. PETA (Hrsg.) 2019, [online] 1.1.2021.

⁴⁵⁷ vgl. Bergmann/Bloch/Rülcker 1991, S. 17.

Die wöchentlich veröffentlichten Trabrennkalender müssen wieder alle Informationen enthalten, die man von Verbandsseite aus bereitstellen kann, nicht nur die, die man bereitstellen will. Der Verband muss demnach nicht nur seine Stärken offen legen, sondern muss sich auch seine Schwächen vor Augen führen, ein Punkt, der in der Vergangenheit des Trabrennsports nur selten vollzogen wurde. Die dafür relevanten Kommunikationsinstrumente sind vor allem die kundenbezogene PR und dabei sollte ein großer Fokus auf das Internet und Social Media gelegt werden, da man darüber mit den Anzusprechenden am engsten in Kontakt stehen kann. Es sollte über die Erstellung einer Deutschland Trab App nachgedacht werden, um darüber durch Push-Nachrichten direkten Kontakt herzustellen sowie über neue und schnell zu übermittelnde Nachrichten zu informieren. Social Media Kanäle sollten ebenso einheitlich und professionell geführt werden wie die Internet-Website, um ein umfassend professionelles Bild abzugeben. Es sollte darüber nachgedacht werden, die momentan bestehenden Facebook Seiten „Hoofworld“, „Mein Trabrennsport“ und „Trotto.de“ aufeinander abzustimmen. Es werden im Grunde gegenseitig die Beiträge geteilt, was dazu führt, dass auf allen Seiten im Grunde dasselbe steht. Es sollten Ressort spezifische Inhalte gepostet werden. „Mein Trabrennsport“ würde durch den Account des Verbandes ersetzt werden. „Hoofworld“ und „trotto.de“ sollten in ihren Beiträgen abgestimmt sein, wenn von jeder Seite dieselben Informationen gepostet werden, stellt sich die Frage nach der Notwendigkeit von zwei Accounts. Deutschland Trab sollte einen Account bei Facebook, YouTube und Instagram haben, um auf allen Ebenen im Social Media Bereich vertreten zu sein. Dabei müssen die Inhalte dieser drei Plattformen dementsprechend einheitlich kommuniziert werden, um eine geschlossene CD und CC zu gewährleisten.

Die Zielgruppe der Wetter wird insbesondere über Gewinnmöglichkeiten und lukrative Quoten gelockt. Hier spielt demnach eine abgewandelte Form der Verkaufsförderung eine große Rolle. Je höher der potenzielle Gewinn, desto eher will der Wetter Geld einsetzen. Demnach müssen die Wetten auch kommuniziert werden. Hier steht der Gewinn im Vordergrund, der sportliche Teil steht hinten an. Es ist nicht wichtig, dass in dem Rennen die besten Pferde gegeneinander antreten, sondern dass die am schwersten vorherzusehenden Felder bewettet werden. Diese Verkaufsförderung muss die Zielgruppe aber auch erreichen, weswegen eine Kommunikation über Social Media wichtig ist, da die Informationen so zielgruppengerichtet an den gewünschten Empfänger kommen und die meisten Wetter einen Internet-Account auf einer der angebotenen Wettplattformen haben. Hierzu müsste der aktuelle Vermarkter Wettstar mehr kommunikativen Einsatz zeigen, auf der Facebook Seite hat der Galopprennsport einen überwiegenden Anteil und der Trabrennsport wird nahezu gar nicht kommuniziert.

Eine weitere Überlegung wäre es, diese Kommunikation selbst zu übernehmen, hierzu müsste jedoch ein weiterer Account gegründet werden, da die Verbandsseite die Pferdewette nicht in den Vordergrund stellen soll. Da liegt der Fokus auf sportrelevanten Informationen. Fest steht aber, eine Kommunikation der Wette, Erklärungen und Werbung für die Gewinne ist notwendig und entweder geschieht sie in Zusammenarbeit mit Wettstar oder von Verbandsseite auf einem separatem Account aus.

Dem Wetter ist Transparenz ebenso wie den Aktiven sehr wichtig, jedoch in erster Linie darüber, was mit den Wetteinsätzen geschieht, wie viel einbehalten und wie viel ausgezahlt wird. Sie wollen wissen, wie hoch die Gewinnmöglichkeit im Laufe einer V-Wette noch ist, also wie viele sogenannten Systeme noch im Spiel sind. Sie wollen vorher Updates darüber haben, wie viel bereits im Topf als Einsatz eingezahlt wurde, mit wie viel man demnach als möglichen Gewinn rechnen kann. Sie wollen beim Eingriff der Rennleitung in die Platzierung natürlich verstehen, wie die Entscheidungen zustande kamen. Sie wollen einheitliche und nachvollziehbare Strafen. Daher ist es für diese Zielgruppe, um die Wette und den Ablauf für den Wetter attraktiv zu gestalten, wichtig, in die Geschehnisse einbezogen zu werden, damit kein Gefühl des möglichen Betrugs aufkommen kann.

Das kommt nämlich heutzutage schnell vor, wenn die Rennleitung Ermessensentscheidungen beschließt, die im Nachhinein Einfluss auf die getätigten Wetten haben, wenn in der einen Situation disqualifiziert wird und in einer ähnlichen nicht, wenn Jackpots geteilt werden und auch dann, wenn ein Favorit mit einem Mal deutlich schlechter geht und der Fahrer gegebenenfalls bewusst einen niedrigeren Rang angestrebt hat. All diese Umstände, die man mit Sicherheit nicht komplett abstellen kann, müssen jedoch für das wettende Publikum – so weit es geht – eliminiert werden, um eine Zufriedenheit herzustellen. Damit sind für diese Zielgruppe die Kommunikationsinstrumente der Verkaufsförderung und der kundenbezogenen PR wichtig, in dem Rahmen, wie es eben beschrieben wurde.

Die dritte Zielgruppe, die Zielgruppe der (Event-)Besucher hat wiederum andere Bedürfnisse. Ihnen muss zunächst erst mal das Event Trabrennen näher gebracht werden. Dafür dienen klassische Werbeinstrumente, die an das Event, des jeweiligen Rennvereins, angepasst sein müssen. Diese werden nicht durch den Verband zentralisiert, sondern jeder Veranstalter muss die Werbemaßnahmen, ebenso wie das Eventprogramm, selbst gestalten, optimaler Weise jedoch in Zusammenarbeit mit der neu gegründeten Vermarktungsgesellschaft.

Um hier eine einheitliche Kommunikation und ein einheitliches Auftreten zu gewährleisten, müssen sich die Rennvereine in Deutschland, mit der Vermarktungsgesellschaft zusammen tun, um darüber Maßnahmen und Ideen auszutauschen, wie das Auftreten der Trabrennveranstalter in Deutschland möglichst einheitlich gestaltet werden kann, um dem Zuschauer ein ausgeglichenes Maß an Professionalität entgegen zu bringen.

Ein noch gar nicht vom Trabrennsport genutztes Instrument ist das Merchandising. Der Verkauf von Produkten, die für die Marke Deutschland Trab e.V. stehen und ihre Bekanntheit nach außen fördern. Die Produkte sollten bei jedem Rennveranstalter zu erwerben sein und durch ortsspezifische Produkte ergänzt werden. Gerade bei Eventbesuchern kommt es vor, dass zur Erinnerung an die gemeinsamen Erlebnisse Souvenirs gekauft werden. T-Shirts, Caps, Magnete, Stofftiere usw. sind Multiplikatoren, für die der Kunde sogar Geld bezahlt. Damit wird Werbung gemacht und Gewinn erzielt. Die Produkte sollten ein dynamisches Design haben, dass sie eben auch nach dem Eventbesuch nicht irgendwo verschwinden, sondern öfter getragen, benutzt oder gezeigt werden. Auch hier ist eine Zusammenarbeit aller Rennvereine mit der Vermarktungsagentur notwendig, um dieses Geschäftsfeld optimal zu füllen.

Durch diese Maßnahmen des Merchandisings sowie der öffentlichen, klassischen Werbeinstrumente werden auch Neukunden angesprochen. Um die Öffentlichkeit und potenzielle Interessenten jedoch gezielt positiv anzusprechen, ist umfassende PR-Arbeit notwendig. Die Öffentlichkeitsarbeit nach innen wurde bereits für die Zielgruppe der Aktiven beschrieben, ebenso wie die Kommunikation mit dem wettenden Publikum. Nun gilt es aber die Ansprache an die Medien und die Öffentlichkeit zu betrachten und damit auch die Ansprache gegenüber Neukunden, bzw. neuen potenziellen Begeisterten für den Trabrennsport. Es ist wichtig, dass die PR des Trabrennsports auf eine klare Imageverbesserung ausgerichtet ist. Hierzu muss grundlegende Aufklärungsarbeit geleistet werden, um Fragen zu klären und Vorurteile aus der Welt zu schaffen. Die Grundlagen des Sports und der Pferderasse, die Regeln und vor allem die Werte des Trabrennsports müssen der Öffentlichkeit nähergebracht werden, da über den Trabrennsport wenig Allgemeinwissen vorhanden ist. Insbesondere der faire Sport untereinander und mit dem Partner Pferd sollte im Vordergrund stehen. Der Trabrennsport steht für sauberen, also dopingfreien Sport und kommuniziert die Maßnahmen, die dafür getroffen werden nach außen. Es wird Wert auf Fairness im Rennen gelegt, die Regeln, die Fahrer untereinander und den Pferden gegenüber zu beachten haben, müssen ebenso nach außen kommuniziert werden. Es muss intensiver auf eine positive Außendarstellung geachtet werden, da es viele Bereiche im Sport gibt, die gerne für negative Presse sorgen. Denen muss entgegengewirkt werden, am Besten durch Transparenz und Aufklärung.

Außerdem muss die Unique Selling Proposition des Trabrennsports heraus kristallisiert werden und anhand dessen Kommunikationsmaßnahmen über Social Media getroffen werden. Die Pferderasse der Traber bietet so viele individuelle positive Aspekte, über die die Öffentlichkeit bis dato noch gar nichts weiß. Der Einsatz eines Markenbotschafters, in dem Fall entweder ein Aktiver oder auch ein Pferd, könnten dem Publikum einen Bezug bieten, sich mit dem Sport zu identifizieren. Die Vorurteile des altmodischen, aus den Jahren gekommenen Sports müssen gegen junge, dynamische Frische ausgetauscht werden. Das geht am Besten über Social Media und die schon erwähnten Kanäle von Deutschland Trab, über die nicht nur die im Sport Aktiven informiert werden sollen, sondern auch die breite Öffentlichkeit. Deutschland Trab repräsentiert den Trabrennsport nach innen und außen und muss dementsprechend auch die Kommunikationsmaßnahmen wählen und zielgerichtet bedienen.

Die Kommunikation der Werte dient zum Beispiel auch nicht nur der Öffentlichkeit, sondern gibt auch den Sportlern ein Leitbild, an dem sie sich orientieren können. Die Ethischen Grundsätze des Pferdefreundes von der Deutschen Reiterlichen Vereinigung beinhalten zum Beispiel neun Verhaltensrichtlinien, an die sich jeder Pferdesportler zu halten hat.⁴⁵⁸ Eine solche Idee hatte auch die Initiative GoTrabGo vorgeschlagen, jedoch fand diese Überlegung nicht den notwendigen Anklang.⁴⁵⁹ Daran muss aber angesetzt werden, denn solche Leitlinien geben zum Einen nach außen, den Wunsch nach Fairness und tierschützendem Handeln wieder, zum Anderen geben sie nach innen einen Orientierungsansatz, an den sich jeder halten kann und an dem sich auch jeder reflektieren kann. Natürlich begibt sich der Trabrennsport in einen Konflikt mit seinen Kunden, da bei Zuwiderhandlung dementsprechend harte Strafen gegen Fahrer, Trainer und Besitzer erfolgen, jedoch liegt genau darin der Kern einer guten Kommunikation. Wenn alle Beteiligten den Sinn dieser Maßnahmen begreifen, wird einem Konflikt schon von Beginn an entgegen gewirkt.

Die Zielgruppe der Öffentlichkeit sowie der potenziellen neuen Begeisterten, wird demnach über eine breit aufgestellte PR-Arbeit über die Werte und Inhalte des Sports aufgeklärt. Dazu dient das Medium Internet, insbesondere die sozialen Medien, über die schnell eine große Reichweite erzielt werden kann.

⁴⁵⁸ vgl. Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (Hrsg.) (2011): Die Ethischen Grundsätze des Pferdefreundes. Ethik im Pferdesport – Teil I, 11. Auflage, Warendorf, S. 6f.

⁴⁵⁹ vgl. Telefoninterview mit Bernhard Rosengarten, Anlage C, S. XLIV.

Ein weiterer Ansatz mit der Öffentlichkeit zielgruppenspezifisch in Kontakt zu treten, ist die Präsenz auf Messen. Pferdesportmessen wie die „Equitana“, die „Pferd und Jagd“, die „Hippologica“ oder die „Partner Pferd“ sind Events, die Pferdebegeisterte aus ganz Deutschland und über die Grenzen hinaus besuchen. Fachvorträge, Showeinlagen, Shopping, alles rund ums Pferd und damit ein optimaler Ort, um sich dem Pferdesportmarkt zu präsentieren und die Pferderasse des deutschen Trabers sowie die dazugehörigen Leistungsprüfungen auf dem Markt zu vertreten. Hierzu wäre ein Informationsstand von Deutschland Trab sowie gegebenenfalls Info-Vorträge oder Showeinlagen in die langfristige Planung einzubeziehen, um den Traber und den Trabrennsport auf dem Pferdesportmarkt zu positionieren und zu etablieren und durch ein positives Auftreten die Ziele und Werte des Trabrennsports zu vermarkten.

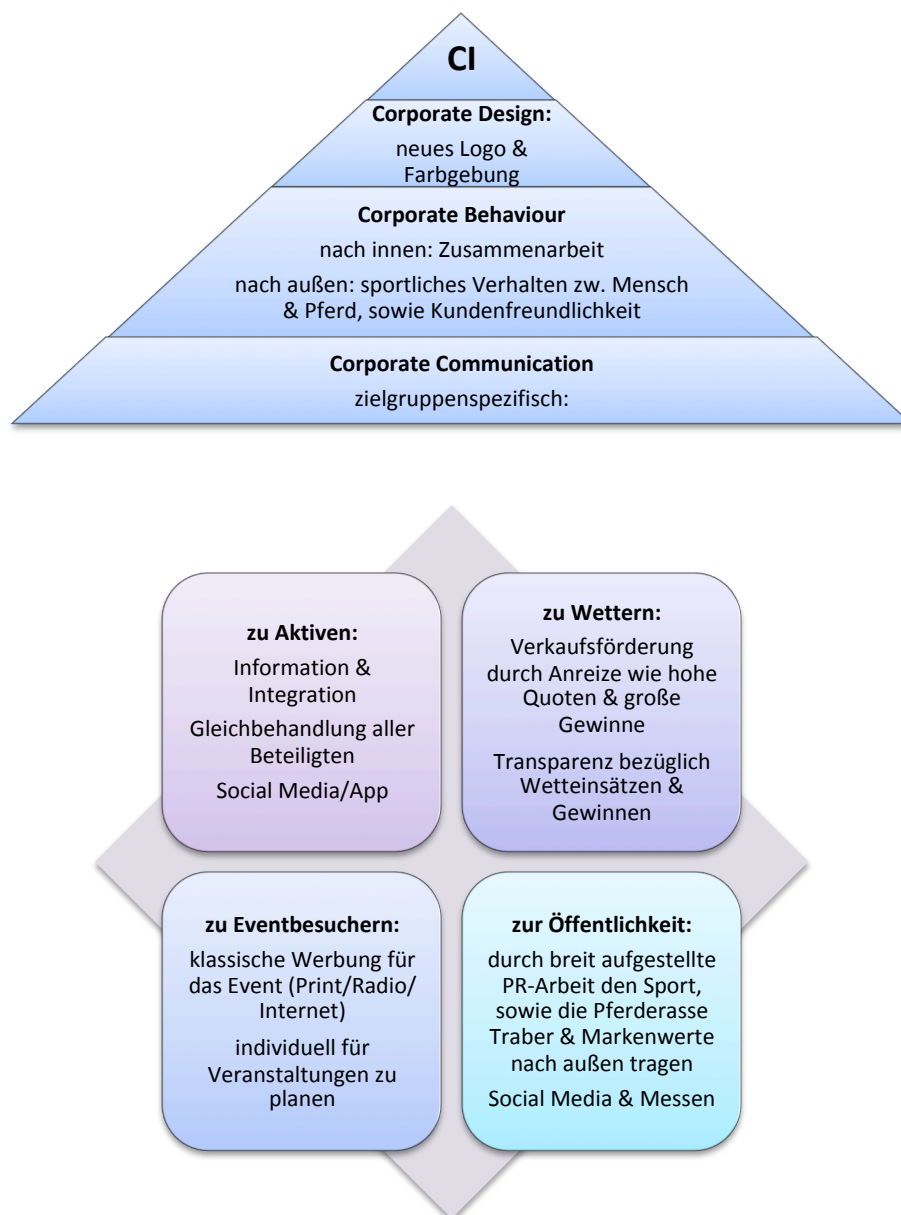


Abbildung 49: Kommunikationspolitik Trabrennsport (eigene Darstellung)

Zusammenfassend ist zu sagen, dass sich die Kommunikationspolitik des Trabrennsports verschiedenen Instrumenten bedient, um auf die Zielgruppe der im Sport Aktiven, der Wetter, der Eventbesucher und der Öffentlichkeit zuzugehen und die CI authentisch zu vermitteln. Ein prägnantes Corporate Design mit neuem Logo, einprägsamen Farben sowie eines aussagekräftigen Slogans soll die neue Marke Deutschland Trab nach außen präsentieren. Das Corporate Behaviour sollte nach innen auf Zusammenarbeit und Unterstützung gerichtet sein, nach außen stehen Kundenfreundlichkeit und das Vertreten der Markenwerte im Vordergrund. Die Corporate Communication wird dementsprechend auf die verschiedenen Zielgruppen ausgerichtet und bedient sich verschiedenen Instrumenten.

Die Öffentlichkeitsarbeit ist insbesondere für die Zielgruppe der Sportler, sprich Besitzer, Züchter und Fahrer wichtig, da diese nach innen gerichtete Kommunikation Transparenz und Vertrauen schafft. Ebenso wie die Zielgruppe der Wetter, die neben verkaufsfördernden Maßnahmen, wie große Gewinngarantien, auch großen Wert auf Transparenz legt. Die Zielgruppe der Eventbesucher muss von jedem Rennveranstalter in Absprache mit der gemeinsamen Vermarktungsagentur individuell auf die jeweilige Veranstaltung abgestimmt sein. Einen sehr hohen Stellenwert hat die Kommunikation mit der Öffentlichkeit und den potenziellen Neukunden. Hier stehen die Bereiche der Social Media Arbeit sowie die Präsenz auf Messen im Vordergrund, da man darüber am besten in Kontakt mit den Menschen treten kann, um die Markenwerte zu kommunizieren. Die Wandlung und die Werte des Sports müssen der Öffentlichkeit gegenüber wahrnehmbar gemacht werden, daher ist vor allem Aufklärungsarbeit von Nöten, um den existenten Vorurteilen und Meinungen einen neuen Anreiz zu geben.

5 Schlussfolgerung und Ausblick

Diese Arbeit hat sich mit Marketing am Beispiel der Randsportart Trabrennen und den damit verbundenen Chancen und Herausforderungen beschäftigt. Dazu wurde die Marketing-Management-Methode angewandt, die aus einer Analyse-, einer Strategie- und einer Gestaltungsphase bestand. Die Durchführungs- und Kontrollphase spielten für diese Untersuchung keine Rolle, da es sich um ein theoretisches Konzept handelt, welches potenziell umgesetzt werden könnte. Diese Arbeit dient damit als Grundlage für eine weitere Konzeptionierung im Bereich des Marketings für die Randsportart Trabrennen.

Es wurde durch die ausführliche Analyse der Ist-Situation im Umfeld sowie im Sport selbst deutlich, dass der Trabrennsport definitiv eine Chance hat den drohenden Niedergang noch zu verhindern, jedoch wird der Weg dorthin lang und es werden zahlreichen Herausforderungen zu meistern sein. Im Rahmen der SWOT-Analyse wurden die internen sowie die externen Einflüsse zusammengeführt und ausgewertet.

Interne Gründe, warum der Trabrennsport in Deutschland noch eine Chance hat, zwar nicht zu alter Größe, aber im Vergleich zur gegenwärtigen Situation zu neuer Größe zu finden, sind: die lange Tradition, die der Sport in Deutschland hat, die trotz allem noch vorhandene Basis von Besitzern und Züchtern, auf der noch etwas aufgebaut werden kann und ein ausbaufähiges, aber nach einigen Veränderungen, attraktives Produkt. Externe Gründe sind: der Markt für Pferdesportwetten ist im Gegensatz zu den Totalisatoreinnahmen der Rennvereine nicht kleiner geworden, das Geld wird nun lediglich an anderer, attraktiverer Stelle eingesetzt, ist aber demnach noch im Umlauf und kann potenziell dem Sport, bei gesteigerten Anreizen wieder zugeführt werden; Deutschland ist ein Land mit großer Pferdebegeisterung, ein wichtiger Aspekt, wenn es darum geht, Menschen für den Trabrennsport zu begeistern; andere Länder zeigen, mit welchen Stellschrauben es sehr wohl gelingen kann, den Trabrennsport erfolgreich zu vermarkten.

Im Rahmen dieser Arbeit wurde ausführlich analysiert, wie es zu den heutigen Umständen kommen konnte, um darauf aufbauend ein neues Konzept und eine neue Herangehensweise für den Sport zu entwickeln. Nach der detaillierten Betrachtung aller Einflussfaktoren, insbesondere der, die in der Vergangenheit schon eine Rolle spielten, bzw. den Niedergang eingeleitet haben, wird deutlich, dass zwei zentrale Gründe zu finden sind. Die Politik hat es versäumt ihrer Aufgabe nachzukommen die Zucht des Trabers zu schützen und zu unterstützen. Der faktische Verlust des Glückspielmonopols der Pferdewette zu Gunsten des Lottospiels und dann Jahre später auch noch die Öffnung des Sportwettmarkts hat dem Pferderennsport jegliche Finanzierungsgrundlage genommen, die ihm vom Staat zugesichert war.

Man muss klar festhalten, dass hier Seitens der Politik grobe Fahrlässigkeit mit dem Produkt der Pferdewette, die vom Staat selbst zur Finanzierung des Sports überhaupt erlassen wurde, betrieben wurde. Es wurde versäumt dieses Produkt für den Sport zu schützen, oder für eine andere Finanzierungsmöglichkeit zu sorgen. Hier muss nachgebessert werden.

Der zweite zentrale Grund für den Niedergang ist das Pendant im Sport selbst. Die sportpolitische Führung hat über Jahrzehnte hinweg die Augen vor der Massierung der Probleme verschlossen. Es wurde keine Ursachenforschung betrieben, die Strohfeder wurden gelöscht, der Großbrand loderte weiter. Warum das so betrieben wurde kann man heute nur vermuten. Ob es an fehlender Selbstreflexion und Einsicht lag oder ob man es schlichtweg unterschätzt hat. Fakt ist, dass es die damalige Führungsriege versäumt hat den Trabrennsport in einer Einheit zusammenzuführen, um in gemeinschaftlicher Zusammenarbeit den sich früh abzeichnenden Warnsignalen zu begegnen.

Die jetzige Führung hat jedoch nicht aus den Fehlern ihrer Vorgänger gelernt, sondern führt diese fort. Es gibt immer noch keine gesamtdeutsche Einigung und Vertretung. Der HVT wurde durch Satzungsänderungen und Intransparenz mehr zu einer Art Geheimbund, als zu einer repräsentativen Marke für den Trabrennsport. Die sukzessive Eindämmung der Mitsprache aller im Sport beteiligten und die daraus resultierende tiefe Vertrauenskrise in der sich der HVT befindet, stellen keine gute Ausgangsbasis für eine positive Zusammenarbeit aller dar. Die im Rahmen dieser Bachelorarbeit getätigte Meinungsumfrage mit 350 Teilnehmern aus dem näheren Umfeld des Trabrennsports gab einen ungefähren Eindruck der gegenwärtigen Stimmung. Für repräsentative Ergebnisse müsste in diesem Bereich gegebenenfalls eine Telefonbefragung durchgeführt werden, um die Grundgesamtheit statistisch noch besser abzubilden.

Dem Trabrennsport fehlt eine Identität, die weder durch den Verband, noch durch die Rennvereine, noch durch charismatische Idole gegeben wird. An dieser Stelle zeigt der Trabrennsport auch kein Bestreben etwas an dieser Tatsache zu verändern, bzw. sieht er darin auch keine Notwendigkeit.

Neben dem gesunkenen Image ist auch die finanzielle Grundlage gesunken und die Folgen dessen musste schlussendlich der Sport bezahlen, durch einen Rückgang von Besitzern, Trainern, Züchtern sowie menschlichem und tierischem Nachwuchs. Auch dabei wird von Seiten der Entscheider nur zugesehen. Es wird an alten Strukturen und Vorgängen festgehalten, frei nach dem Motto: ‚Das wurde schon immer so gemacht.‘

Nachdem die Entwicklung des Trabrennsports analysiert und die Ist-Situation dargelegt wurde, hat sich die Arbeit damit beschäftigt, Lösungswege aus der gegenwärtigen Krise zu suchen. Die dafür geführten Experteninterviews gaben aus verschiedensten Blickwinkeln einen Einblick in die verfahrenen Gegebenheiten. Auffallend war dabei, dass es häufig Widersprüche in den Darstellungen der einzelnen Interviewpartner gab. Insbesondere die Aussagen von Heinz Tell stimmten in vielen Punkten nicht mit den Informationen der anderen Interviewpartner überein. Es wurde aber deutlich, dass eine grundlegende Veränderung im Sport bei Weitem keine neue Idee war. Es gab bereits einige Versuche die veralteten Strukturen im Sport neu zu organisieren, alle Akteure im Sport zu integrieren und nachhaltig eine neue Richtung einzuschlagen. Die Initiative GoTrabGo scheiterte schlussendlich nicht an den detailliert ausgearbeiteten Ideen, sondern an zu geringer Beteiligung und der fehlenden Akzeptanz und Umsetzung von den entscheidungsbefugten Personen. Um nachhaltige Veränderungen und Verbesserungen zu erzielen bedarf es demnach nicht nur Manpower aus den Kreisen der Aktiven, sondern die Entscheider müssen auch am selben Strang und in dieselbe Richtung ziehen.

Die größte Herausforderung, die der Trabrennsport für eine Veränderung zu meistern hat ist, einen Konsens zwischen den Aktiven, den Rennvereinen und dem Verband zu finden, um einen gemeinsamen, einheitlichen Weg beschreiten zu können. Bevor irgendwelche Veränderungen und Innovationen kommen können, muss diese große Hürde zunächst überwunden werden. Wenn es der Trabrennsport schafft, sich auf eine Umstrukturierung der gegenwärtigen Zusammenarbeit zwischen Aktiven, Rennvereinen und Verband einzulassen, wäre der erste Schritt getan. Die Privatisierung des Trabrennsports durch private Geldgeber darf nicht weiterhin über dem übergeordneten Ziel eines Gemeinschaftssports stehen. Die Integration aller im Sport beteiligten Akteure ist für eine allumfassende Neuorientierung des Sports unabdingbar.

Im Rahmen dieser Arbeit wurde ein neues Vermarktungskonzept für den Trabrennsport erstellt. Dieses beschäftigte sich mit den „7 Ps“ des Marketing-Mix: Prozesspolitik, Personalpolitik, Produktpolitik, Preispolitik, Distributionspolitik, Ausstattungspolitik und Kommunikationspolitik. Es wurden ein neuer struktureller Aufbau sowie eine neue Markenstrategie entworfen, die gegenwärtige strukturelle Defizite im Trabrennsport ausbessern sollen. Der Trabrennsport verfolgt aktuell kein Marketingkonzept, hat keine Unternehmensvision, damit kein Leitbild und steuert ohne auf die Bedürfnisse der Stakeholder einzugehen in irgendeine Richtung. Es wäre demnach ratsam dem Trabrennsport in Form einer Marke ein Gesicht und eine Identität nach außen und mit einer Vision, den im Sport Aktiven, eine Richtlinie nach innen zu geben.

Außerdem wurden innerhalb der Produktpolitik Innovationen herausgearbeitet, wie die Produkte Trabrennpferd und Trabrennen, die Pferdewette und Trabrennen als Event ihr Potenzial nutzen und zielgruppenspezifisch Kunden befriedigen können. Insbesondere die Anpassungen im Bereich der Trabrennen sind für eine positive Weiterentwicklung des Sports ausschlaggebend. Mit einer Aufwertung der sportlichen Aktivität gewinnt nicht nur die Sportart an sich an Attraktivität, sondern es hat auch Einfluss auf die angebotenen Pferdewetten und damit auf die Einnahmen der Rennvereine. Es bedarf lediglich Veränderungen in der Systematik, sprich Ausschreibung und Starterangabe der Rennen, um das Produkt mit sofortiger Wirkung aufzuwerten und demnach auch die Ausgangslage für die Wette.

Um das erarbeitete allumfassende Marketingkonzept auch in der Praxis erfolgreich umzusetzen, müssen zunächst aber erst mal alle inneren Stellschrauben gedreht, Strukturen erneuert und Veränderungen aus dem Sport heraus in Gang gesetzt werden. Darauf aufbauend kann man weitere Schritte zur Umsetzung aller vorgeschlagenen Punkte einleiten und sich dazu Bündnispartner zur Seite holen, die den Sport in seiner Entwicklung durch Expertise und finanzielle Mittel unterstützen, ihn dabei aber nicht durch persönliche Befindlichkeiten einschränken.

Mit Blick in die Zukunft kann man sagen, dass durchaus die Chance besteht, dass sich der Trabrennsport aus sich selbst heraus erholen und wieder stärken kann und damit ein drohender Niedergang verhindert werden kann. Jedoch muss dafür der Wille zur Veränderung da sein. Sollten die Verantwortlichen im Trabrennsport weiterhin die Augen vor den gegenwärtigen Problemen verschließen, wird es in Zukunft noch weniger Besitzer, Trainer, Züchter und Trabrennpferde geben. Die vergangenen Jahre haben gezeigt, dass eine Beibehaltung alter Traditionen und Strukturen angesichts der veränderten äußeren Umstände für eine Weiterentwicklung und Anpassung des Trabrennsports hinderlich ist. Die Herausforderungen, die dem Trabrennsport entgegenstehen sind hauptsächlich im Inneren zu finden und demnach überwindbar, wenn der Wille dazu besteht.

Literaturverzeichnis

Klassische Literatur:

Bagozzi, Richard P./Rosa, José Antonio/Celly, Kirstin Sawhney/Coronel, Francisco (2000): Marketing-Management. München.

Bergmann, Heinz-Hubert/Bloch, Gerhard/Rülcker, Christoph (1991): Grün aus – Start frei. Der deutsche Trabrennsport, Essen.

Bruhn, Manfred/Meffert, Heribert/Hadwich, Karsten (2019): Handbuch Dienstleistungsmarketing. Planung – Umsetzung – Kontrolle, 2. Auflage, Wiesbaden.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (2020): Tierschutz im Pferdesport. Leitlinien zu Umgang mit und Nutzung von Pferden unter Tierschutzgesichtspunkten, Berlin.

Bundesregierung (Hrsg.) (2012): Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Dr. Barbara Höll, Frank Tempel, Eva Bulling-Schröter, weiterer Abgeordneter und der Fraktion DIE LINKE. in: Drucksache 17/9358, Köln.

Deutscher Galopp e.V. (Hrsg.) (o.J.-c): Mit Herzblut für Vollblut. Deutscher Galopp, Köln.

Deutscher Galopp e.V. (Hrsg.) (2019): Jahresbericht 2019. Köln.

Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (Hrsg.) (2011) :Die Ethischen Grundsätze des Pferdefreundes. Ethik im Pferdesport – Teil I, 11. Auflage, Warendorf.

Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (Hrsg.) (2018): Jahresbericht 2018. Warendorf.

Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (Hrsg.) (2019): Jahresbericht 2019. Warendorf.

Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (Hrsg.) (2020): Gebührenordnung, Warendorf.

Fa. Marlis Hartmann Handelsvertretungen (Hrsg.) im Auftrag der Buchmacher-Service GmbH (o.J.): Schnupperkurs Pferdewette. vom Anfänger zum Wettprofi, Gehrden.

Freyer, Walter (2004): Grundlagen des Sport-Marketing. In: Krüger, Arnd/Dreyer, Axel (Hrsg.): Sportmanagement. Eine themenbezogene Einführung, München.

-
- Freyer, Walter (2018): Sport-Marketing. Modernes Marketing-Management für die Sportwirtschaft, 5. Auflage, Berlin.
- Furler, Adolf/Klein, Fritz (1976): In Sattel und Sulky. Alles über den Pferderennsport, Hamburg.
- Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) (2006): Trabrennkalendar für die Bundesrepublik Deutschland 51/06.
- Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) (2007): Trabrennkalendar für die Bundesrepublik Deutschland 27/07.
- Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) (2015): Trabrennkalendar für die Bundesrepublik Deutschland 53/15.
- Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) (2016): Trabrennkalendar für die Bundesrepublik Deutschland 52/16.
- Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) (2017): Trabrennkalendar für die Bundesrepublik Deutschland 49/17.
- Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) (2018): Trabrennkalendar für die Bundesrepublik Deutschland 51/18.
- Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) (2019): Trabrennkalendar für die Bundesrepublik Deutschland 52/19.
- Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) (2020): Trabrennkalendar für die Bundesrepublik Deutschland 50/20.
- Hennig, Alexander (2020): Marketing. Schritt für Schritt, Arbeitsbuch 5. Auflage, München.
- Hermanns, Arnold/Riedmüller, Florian (2011): Management-Handbuch Sport-Marketing. 2. Auflage, München.
- Kleibrink, Jan/Köster, Bernhard (2017): Der Glücksspielmarkt in Deutschland. Eine volkswirtschaftliche Betrachtung, In: HANDELSBLATT RESEARCH INSTITUTE (Hrsg.), o.A.

- Kotler, Philip (2003): Marketing Insights from A to Z: 80 Concepts Every Manager Needs to Know. New Jersey, S. XIV.
- Morawski, Thomas/Weiss, Martin (2007): Trainingsbuch Fernsehreportage. Reporter-
glück und wie man es macht – Regeln Tipps und Tricks, Wiesbaden, zit. n. Spiegel
(1997): Das Ascot der kleinen Leute.
- Nufer, Gerd/ Bühler, André (2013): Marketing und Sport: Einführung und Perspektive.
In: Nufer, Gerd/ Bühler, André (Hrsg.): Marketing im Sport. Grundlagen und Trends
des modernen Sportmarketing, 3. Auflage, Berlin.
- Pesch, Jürgen (2010): Marketing. 2. Auflage, Konstanz.
- Pick, Maximilian (o.J.): Pferdesport und Tierschutz. o.A.
- Preißner, Andreas (2008): Marketing auf den Punkt gebracht. München.
- Ramme, Iris (2013): Marketing. Einführung mit Fallbeispielen, Aufgaben und Lösungen,
3. Auflage, Stuttgart.
- Rennhak, Carsten/Opresnik, Marc Oliver (2016): Marketing: Grundlagen. Studien-
wissen kompakt, Berlin Heidelberg.
- Sander, Matthias (2019): Marketing-Management. Märkte, Marktforschung und Markt-
bearbeitung, 3. Auflage, München.
- Schütt, Heinz-Lothar/Barm, Peter (1970): eins zwei ...ab!. Trabrennsport in aller Welt,
Berlin.
- Steinecke, Lorenz (2015): Die neue Öffentlichkeitsarbeit. Wiesbaden.
- Voeth, Markus/Herbst, Uta (2013): Marketing-Management. Grundlagen, Konzeption
und Umsetzung, Stuttgart.
- Walsh, Gianfranco/Deseniss, Alexander/Kilian, Thomas (2020): Marketing. Eine
Einführung auf der Grundlage von Case Studies, 3. Auflage, Heidelberg.
- Zengerling, Dr. vet. Mark Theo (2007): Doping-Screening beim Pferdekauf – Plädoyer
für eine klare Sache. In: Bayerns Pferde Zucht und Sport Ausgabe 09/2007.

Internetquellen:

ARD, ZDF (2020): Anzahl der Internetnutzer in Deutschland in den Jahren 1997 bis 2020 (in Millionen). In: Statista, [online]

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/36146/umfrage/anzahl-der-internetnutzer-in-deutschland-seit-1997/>, 23.12.2020.

ATG (Hrsg.) (o.J.): ATG the company. [online]

<https://www.swedishhorseracing.com/about>, 3.1.2021.

Barth, Dietmar (o.J.): Der deutsche Glücksspiel- und Wettmarkt. Staatliche Einnahmen aus Steuern und Abgaben und deren Verwendung, [online]

https://gluecksspiel.uni-hohenheim.de/fileadmin/einrichtungen/gluecksspiel/Oekonomie/Gluecksspielmarkt2001_2012.pdf, 23.12.2020.

Bechtel, David [High Roller] (18. Dezember 2020): Absage des Renntags in Berlin-Mariendorf am 27. Dezember. In: Hoofworld Forum, [Online-Forum-Post]

<https://www.hoofworld.de/foren/topic/absage-des-renntags-in-berlin-mariendorf-am-27-dezember>, 1.1.2021.

Breit, Lukas (2016): Wo sind all die Fußball-Fans, wenn mal nicht EM ist? [online]

<https://www.spreewild.de/zwischenuebergang/2016/06/wo-sind-all-die-fussball-fans-wenn-mal-nicht-em-ist/>, 27.12.2020.

Bundesagentur für Arbeit (Hrsg.) (o.J.): Pferdewirt/in – Pferderennen. Duale Ausbildung, [online]

https://berufenet.arbeitsagentur.de/berufenet/faces/index;_afPz=6m9qJPV1-8k24eMhvd2xH5k5Z_M427MmiYbr7Ieme4Ptz1K04e3NI!329116517?path=null/kurzbeschreibung&dkz=77694, 22.12.2020.

Bundesagentur für Arbeit (Hrsg.) (2015): Pferdewirtschaftsmeister/in – Trabertraining.

[online] <https://berufenet.arbeitsagentur.de/berufenet/archiv/58568.pdf>, 22.12.2020.

Bundesamt für Kartographie und Geodäsie (Hrsg.) (2015): Übersichtskarte Deutschland. Pferderennbahnen, [online]

https://www.bkg.bund.de/SharedDocs/Downloads/BKG/DE/Downloads-Karten/Downloads-Wussten-Sie-Schon/2015-07_Deutschlandkarte-Pferderennbahnen.pdf?__blob=publicationFile&v=1, 18.12.2020.

- Dacqué, Jennifer (2019): Fans. [online] <https://www.planet-wissen.de/gesellschaft/psychologie/fans/index.html>, 27.12.2020.
- Deutscher Buchmacherverband (Hrsg.) (2010): Umsatz deutscher Buchmacher mit Pferderennwetten von 2005 bis 2009 (in Millionen Euro). In: Statista, [online] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/166791/umfrage/umsatz-der-buchmacher-mit-pferderennwetten-seit-2005/>, 23.12.2020.
- Deutscher Galopp e.V. (Hrsg.) (o.J.-a): Was ist ein Totalisator?. [online] <https://www.deutscher-galopp.de/gr/wetten/weitere-informationen-zur-wette/was-ist-ein-totalisator.php>, 19.12.2020.
- Deutscher Galopp e.V. (Hrsg.) (o.J.-b): Wir über uns. [online] <https://www.deutscher-galopp.de/gr/galopprennsport/wir-ueber-uns/verein.php>, 30.12.2020.
- Deutscher Galopp e.V. (Hrsg.) (2019): Bundesrat beschließt Rennwettsteuer-Rückerstattung. [online] <https://www.deutscher-galopp.de/gr/aktuelles/meldungen/20191129-291119-rennwettsteuer-rueckverguetung.php>, 22.12.2020.
- Deutscher Galopp e.V. (Hrsg.) [Nutzername: Deutscher Galopp] (2020a): Imagefilm ‚Deutscher Galopp‘. In: YouTube, [Video] <https://youtu.be/9gEbzCnZTKM>, 4.1.2021.
- Deutscher Galopp e.V. (Hrsg.) (2020b): Akademie Deutscher Galopp. [online] <https://www.deutscher-galopp.de/gr/akademie/>, 30.12.2020.
- Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (Hrsg.) (o.J.-a): Verbandsstruktur der FN. [online] <https://www.pferd-aktuell.de/deutsche-reiterliche-vereinigung/verbandsstruktur-der-fn>, 2.1.2021.
- Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (Hrsg.) (o.J.-b): Die Persönlichen Mitglieder der FN. [online] <https://www.fnverlag.de/fachkompetenz-rund-ums-pferd/pm-werden>, 2.1.2021.
- Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (Hrsg.) (o.J.-c): FN Verlag. [online] <https://www.pferd-aktuell.de/deutsche-reiterliche-vereinigung/partner/fnverlag>, 2.1.2021.
- Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (Hrsg.) (o.J.-d): Nennung online. [online] <https://www.nennung-online.de>, 2.1.2021.

- Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (Hrsg.) (o.J.-e): FN-App für Smartphones und Tablets. [online] <https://www.pferd-aktuell.de/news/fn-app>, 2.1.2021.
- Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (Hrsg.) (o.J.-f): Tierschutz rund ums Pferd. [online] <https://www.pferd-aktuell.de/ausbildung/pferdehaltung/tierschutz>, 4.1.2021.
- Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (Hrsg.) (o.J.-g): Bildungsfaktor Pferd. [online] <https://www.pferd-aktuell.de/wertpferd/bildungsfaktor-pferd>, 4.1.2021.
- Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (Hrsg.) (o.J.-h): Stammmitgliedschaft und Vereinswechsel. [online] <https://www.pferd-aktuell.de/turniersport/turnierteilnehmer/stamm-mitgliedschaft-und-vereinswechsel>, 8.1.2021.
- Deutsche Reiterliche Vereinigung (Hrsg.) (2019): Erträge der Deutschen Reiterlichen Vereinigung nach Segmenten von 2016 bis 2018. in: Statista. [online] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/959227/umfrage/deutsche-reiterliche-vereinigung-ertraege/>, 27.12.2020.
- Deutsche Reiterliche Vereinigung (Hrsg.) (2020a): Zahlen und Fakten aus Pferdesport und Pferdezucht. [online] <https://www.pferd-aktuell.de/deutsche-reiterliche-vereinigung/zahlen--fakten>, 27.12.2020.
- Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V. (Hrsg.) (2020b): Die Persönlichen Mitglieder (PM) der FN. [online] <https://www.pferd-aktuell.de/news/pm/2020-ab-jetzt-beitragsfrei-pm-werden>, 3.1.2021.
- DHS (Hrsg.) (2020): Umsätze auf dem Glücksspiel-Markt in Deutschland von 2005 bis 2018 (in Milliarden Euro). in: Statista, [online] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/5417/umfrage/umsaetze-auf-dem-gluecksspiel-markt-seit-2005/>, 31.12.2020.
- Diehl, Andreas (2018): Klarheit und Orientierung in der neuen und digitalen Arbeitswelt. [online] <https://digitaleneuordnung.de/blog/personas-erstellen/>, 24.11.2020.
- DIN FLEG mbH (Hrsg.) (o.J.): Zukunft der Trabrennbahn. gemeinsam leben, innovativ wohnen, grün denken, [online] <https://www.zukunft-trabrennbahn.de/startseite.html>, 24.11.2020.

- Dudenredaktion (Hrsg.). (o. J.): „Marketing“. Literaturverzeichnis, Duden online, [online] <https://www.duden.de/node/90389/revision/90425https://www.duden.de/rechtschreibung/Marketing>, 17.11.2020.
- Dudenredaktion (Hrsg.). (o. J.): „Trabrennen“. Literaturverzeichnis, Duden online, [online] <https://www.duden.de/rechtschreibung/Trabrennen>, 23.11.2020.
- E-Horses Magazin (Hrsg.) (o.J.): Deutscher Traber. in: E-Horses Magazin, [online] <https://www.ehorses.de/magazin/pferderassen/deutscher-traber/>, 18.12.2020.
- Employer Branding now (Hrsg.) (o.J.): Brand Ambassador. [online] <https://www.employer-branding-now.de/employer-branding-wiki-lexikon/brand-ambassador-employer-branding-wiki>, 19.12.2020.
- EuGH (Hrsg.) (2011): EuGH, Urteil v. 08.09.2010. Az. C-46/08, in: Kanzlei Flick: EuGH: Lottomonopol europarechtswidrig, [online] https://www.kanzleiflick.de/EuGH_Lotto_Gluecksspiel.html, 23.12.2020.
- Facebook-Seite ‚Deutscher Galopp‘. [online] <https://www.facebook.com/DeutscherGalopp/>, 4.1.2021.
- Facebook-Seite ‚Mein Trabrennsport‘. [online] <https://www.facebook.com/MeinTrabrennsport/>, 4.1.2021.
- Fleig, Jürgen (2018): Benchmarking. Benchmarking durchführen, [online] <https://www.business-wissen.de/hb/benchmarking-durchfuehren/>, 2.1.2021.
- GaloppOnline.de (Hrsg.) (2011): Interview/Jockey Talks. Mit A. Tiedtke, [online] <https://galopponline.de/interview/mit-tiedtke-0>, 23.12.2020.
- GaloppOnline.de (Hrsg.) (2020a): „Wenn wir zusammenstehen, können wir viel erreichen“. [online] <https://galopponline.de/news/galopp-news/vesper-zusammenstehen-koennen-viel-erreichen>, 18.1.2021.
- GaloppOnline.de (Hrsg.) (2020b): Logo „Deutscher Galopp“ auf dem SPOBIS präsentiert. [online] <https://galopponline.de/news/galopp-news/logo-deutscher-galopp-spobis-praesentiert>, 11.1.2021.
- Gaßner, Jürgen (2018): Traberverband nicht mehr gemeinnützig. In: Traber-News, [online] <http://www.ludwigs-pferdewelten.de/index.php/magazin/9022-2018-10-11-10-08-26>, 18.12.2020.

- Gemeinsame Geschäftsstelle Glücksspiel (Hrsg.) (2019): Marktanteile der Spielformen im regulierten Glücksspielmarkt in Deutschland im Jahr 2018. In: Statista, [online] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/753197/umfrage/marktanteile-im-regulierten-gluecksspielmarkt-in-deutschland/>, 31.12.2020.
- Gestüt Lauvenburg (Hrsg.) (2002): Berufsbild Pferdewirt Schwerpunkt "Trabrennfahrer". [online] <http://www.lauvenburg.de/trabrennfahrer.htm>, 22.12.2020.
- Glücksspiel Uni Hohenheim (Hrsg.) (2019): Spiel- und Wetteinsätze der regulierten Glücksspiele und Sportwetten in Deutschland. [online] https://gluecksspiel.uni-hohenheim.de/fileadmin/einrichtungen/gluecksspiel/Oekonomie/Marktdaten_Deutschland.pdf, 23.12.2020.
- Grassmann, Günther/Grolman, Florian (o.J.): Strategieentwicklung: Hier das einzige Modell, das Sie jemals brauchen werden! [online] <https://organisationsberatung.net/vorgehen-strategieentwicklung-strategieprozess/>, 30.11.2020.
- Gruber, Andreas (Hoofworld) (2020): Andy Schwarz: "Nächstes Jahr wird Indigious bei uns auf dem Gestüt decken". [online] <https://www.hoofworld.de/foren/topic/andy-schwarz-nachstes-jahr-wird-indigious-bei-uns-auf-dem-gestut-decken>, 4.1.2021.
- Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) (o.J.-a): Rennbahn-ABC. [online] <https://www.mein-trabrennsport.de/Die-Rennbahn/Rennbahn-ABC>, 26.12.2020.
- Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) (o.J.-b): HVT-Championate. [online] <https://www.hvtonline.de/championate/>, 22.12.2020.
- Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) (o.J.-c): Wir über uns. [online] https://www.hvtonline.de/ueber_uns, 18.12.2020.
- Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) (o.J.-d): Zentrale Verrechnungsstelle. [online] <https://www.hvtonline.de/hvtzvs/>, 19.12.2020.
- Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) (o.J.-e): Wetten. [online] <https://www.mein-trabrennsport.de/Die-Gewinnchance/Wetten>, 26.12.2020.
- Hauptverband für Traberzucht e.V. (2015): In eigener Sache: ein Jahr meintrabrennsport.de. [online] <https://www.mein-trabrennsport.de/Info/NEWS/In-eigener-Sache-Ein-Jahr-mein-trabrennsport.de>, 27.12.2020.

- Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) (2016): Fakten im Nachgang zur HVT-Mitgliederversammlung. [online] <https://www.mein-trabrennsport.de/Info/NEWS/Fakten-im-Nachgang-zur-HVT-Mitgliederversammlung>, 18.12.2020.
- Hauptverband für Traberzucht e.V. (Hrsg.) (2020): Renntermine 2021. [online] <https://www.hvtonline.de/monatstermine/202012>, 21.12.2020.
- Henkenjohann, Natja (2014): Image und Kommunikation des Galopprennsports in Deutschland. [online] Auszug in: <https://www.fachzeitungen.de/ebook-image-und-kommunikation-des-galopprennsports-deutschland>, 11.1.2021.
- Heubel, Martin (2019): Die Makro-Umweltanalyse (PESTEL-Analyse). [online] <https://smartmarketingbreaks.eu/pestel-analyse/>, 24.11.2020.
- Hülshager, Holger/MG-Press (Hrsg.) (2020): Endlich wieder ein sechsstelliger Umsatz in Mönchengladbach! [online] <https://www.mein-trabrennsport.de/Info/NEWS/Endlich-wieder-ein-sechsstelliger-Umsatz-in-Moenchengladbach>, 1.1.2021.
- Jakob, Philipp (2018): Rennen ums Überleben. In: Zeit-online, [online] https://www.zeit.de/sport/2018-05/galoppsport-krise-pferderennen-hoppegarten/komplettansicht?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com, 11.1.2021.
- Kinadeter, Hanni (2019): Ungewisse Zukunft: Traber müssen Rennbahn verlassen – bis 2026. [online] <https://www.hallo-muenchen.de/muenchen/suedost/muenchendamgling-ungewisse-zukunft-traber-muessen-rennbahn-verlassen-2026-12760795.html>, 27.12.2020.
- Kirchgeorg, Manfred (2018): Marketingmanagement. In: Gabler Wirtschaftslexikon, [online] <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/marketingmanagement-40622/version-264002>, 18.11.2020.
- Küster, Uwe (2019): V-Wetten in Gelsenkirchen. [online] <https://www.mein-trabrennsport.de/layout/set/print/Info/NEWS/V-Wetten-in-Gelsenkirchen>, 1.1.2021.
- Landeskanzlei Berlin (Hrsg.) (o.J.): Trabrennbahn Mariendorf. [online] <https://www.berlin.de/sehenswuerdigkeiten/3561226-3558930-trabrennbahn-mariendorf.html>, 18.12.2020.

- Lenz, Andreas (2017): Vision, Mission, Strategie und Ziele – der richtige Weg zum weit entfernten Zielpunkt. [online]
https://www.dietrichid.com/strategy/vision_mission_strategie_ziele/, 4.1.2021.
- Logo Deutscher Galopp von Turf Times, [Bild] <https://www.turf-times.de/kontakt/deutscher-galopp-e-v>, 11.1.2021.
- Logo Hauptverband für Traberzucht e.V. [Bild] <https://www.hvtonline.de>, 11.1.2021.
- manager magazin (Hrsg.) (o.J.): Meister des Kundenfangs. In: manager magazin, [online] <https://www.manager-magazin.de/harvard/marketing/philip-kotler-meister-des-kundenfangs-a-00000000-0002-0001-0000-000077501259>, 14.1.2021.
- markt.de (Hrsg.) (o.J.): Traber-Pferdeportrait. [online]
<https://www.markt.de/ratgeber/pferde/traber/>, 18.12.2020.
- Marschall, Dorit/Hanke, Thomas/Bialek, Catrin/Weishaupt, Georg (2015): Die Macht der Marke Peta. Unternehmen unter Druck, in: Handelsblatt online, [online]
https://www.handelsblatt.com/arts_und_style/aus-aller-welt/unternehmen-unter-druck-die-macht-der-marke-peta/12160858.html, 1.1.2021.
- Meisner, Frederic (o.J.): Mein Engagement für den Trabrennsport. [online]
<http://www.fredericmeisner.de/trabrennsport.php>, 27.12.2020.
- NDR (Hrsg.) (2020): Galopper und Traber ziehen in Hamburg zusammen. [online]
https://www.ndr.de/sport/mehr_sport/Galopper-und-Traber-ziehen-in-Hamburg-zusammen,galopp228.html, 4.1.2021.
- NRZ (Hrsg.) (2019): Pachtvertrag mit der Trabrennbahn Dinslaken endet schon 2022. In: Neue Ruhr Zeitung, [online] <https://www.nrz.de/staedte/dinslaken-huenxevordepachtvertrag-mit-der-trabrennbahn-dinslaken-endet-schon-2022-id212813427.html>, 18.12.2020.
- Oddset, der Wettverlierer (2009). in: ZEIT Online, [online]
https://www.zeit.de/sport/2009-12/oddset-wettskandal-gluecksspiel?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com, 23.12.2020.
- PETA (Hrsg.) (2013): Pferderennen sind Tierquälerei – darauf können Sie wetten! [online] <https://www.peta.de/themen/pferderennen/>, 1.1.2021.

- PETA (Hrsg.) (2019): Pferdesport – die Wahrheit über das stille Leiden der Pferde. [online] <https://www.peta.de/themen/pferdesport/>, 1.1.2021.
- Peters, Gabi (2019): Pachtvertrag Trabrennbahn wird gekündigt. Gladbacher Airport expandiert, In: RP-Online, [online] https://rp-online.de/nrw/staedte/moenchengladbach/pachtvertrag-der-trabrennbahn-wird-gekuendigt_aid-45962833, 18.12.2020.
- pferdewetten.de (Hrsg.) (o.J.): Wettarten. [online] <https://www.pferdewetten.de/info/terms>, 26.12.2020.
- Pferdesportpark Berlin-Karlshorst (Hrsg.) (o.J.): Minitraber. [online] <http://pferdesportpark-berlin-karlshorst.de/index.php?id=628>, 27.12.2020.
- Pferdesportpark Karlshorst (Hrsg.) (2020): Ausschreibung für den Renntag am 31. Januar 2021. [online] http://www.psp-sportpark.de/31_01_21_as.pdf, 27.12.2020.
- Pressestelle VGH Kassel (2015): Vergabe von Konzessionen zur Veranstaltung von Sportwetten gestoppt. [online] <https://verwaltungsgerechtigkeithessen.de/pressemitteilungen/vergabe-von-konzessionen-zur-veranstaltung-von-sportwetten-gestoppt>, 23.12.2020.
- Proll, Uwe R. (Hrsg.) (2017): Zurück auf Null – 2. Glücksspieländerungsstaatsvertrag tritt nicht in Kraft. In: Beiträge zum Glücksspielwesen, [online] <https://www.gluecksspielwesen.de/2017/08/28/zurueck-auf-null-2-gluecksspielaenderungsstaatsvertrag-tritt-nicht-in-kraft/>, 23.12.2020.
- Pulte, Josef (o.J.): Der Weg wurde gefunden. [online] <https://trabhalloffame.de/Geburtsstunde/Trabersport>, 19.12.2020.
- Qualtrics.com (Hrsg.) (o.J.): Zielgruppenanalyse: Definition, Methoden und Vorteile. [online] <https://www.qualtrics.com/de/erlebnismanagement/marktforschung/zielgruppenanalyse/>, 19.11.2020.
- Rassek, Anja (2020): STEP-Analyse: Chancen und Risiken erkennen. [online] <https://karrierebibel.de/step-analyse/>, 30.11.2020.
- Rennbahn Berlin (Hrsg.) (o.J.): Pferdewetten in Mariendorf. [online] <https://rennbahn-berlin.de/trab/pferde-wetten>, 26.12.2020.

- Righi, Katrin (2020): Vorstandsmitglieder: Gesetzliche Regelungen, Aufgaben & Pflichten. [online] <https://www.vereinswelt.de/vorstandsmitglieder>, 3.1.2021.
- RSM Rennsport Management GmbH (Hrsg.) (2014): Untätigkeit der Behörden zwingt RSM-Gruppe zum Ausstieg aus allen Aktivitäten im Pferderennsport. [online] <https://www.isa-guide.de/isa-gaming/articles/119750.html>, 23.12.2020.
- Schindler, Heinz (2019): Trabrennsport in der Krise. Pferdefreunde dringend gesucht, [online] https://www.deutschlandfunkkultur.de/trabrennsport-in-der-krise-pferdefreunde-dringend-gesucht.966.de.html?dram:article_id=465889, 23.12.2020.
- Stadler, Max (2007): Offener Brief an Herrn Jürgen Hunke – Vorsitzender des HTZ e.V. [online] <https://www.yumpu.com/de/document/read/27177260/download-trabrennsportde>, 21.12.2020.
- Stadt Dinslaken (Hrsg.) (o.J.): Trabrennbahn. [online] <https://www.dinslaken.de/de/wirtschaftsfoerderung/trabrennbahn/>, 18.12.2020.
- Statistisches Bundesamt (2020): Anzahl der Auszubildenden in der Pferdewirtschaft in Deutschland nach Ausbildungsberufen in den Jahren 2012 bis 2019. In: Statista, [online] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/323793/umfrage/auszubildende-in-der-pferdewirtschaft-in-deutschland-nach-berufen/>, 27.12.2020.
- Sutter, Peter (2019): Marktanalyse – Ermittle das Marktpotenzial für deine Geschäftsidee. [online] <https://sevdesk.de/blog/marktanalyse/>, 30.11.2020.
- Thielke, Thilo (2001): Pferde wetten, Pferde retten. In: DER SPIEGEL 32/2001, [online] <https://www.spiegel.de/spiegel/print/d-19966198.html>, 30.11.2020.
- Unbekannt [caliph] (20.6.2020): V-Wetten in Gelsenkirchen. In: Hoofworld-Forum, [Online-Forum-Post] <https://www.hoofworld.de/foren/topic/v-wetten-in-gelsenkirchen>, 1.1.2021.
- Unbekannt [Trabereddy] (20.6.2020): V-Wetten in Gelsenkirchen. In: Hoofworld-Forum, [Online-Forum-Post] <https://www.hoofworld.de/foren/topic/v-wetten-in-gelsenkirchen>, 1.1.2021.
- unternehmer.de (Hrsg.) (2019): Auf einen Blick: Die „7P“ des Marketing-Mix. [online] <https://unternehmer.de/marketing-vertrieb/1781-auf-einen-blick-die-7p-des-marketing-mix>, 19.12.2020.

- Verband deutscher Automatenindustrie e.V. (Hrsg.) (o.J.-a): Glücksspielstaatsvertrag / länderspezifische Spielhallenregelungen, [online] <https://www.vdai.de/glstv.htm>, 23.12.2020.
- Verband der Deutschen Automatenindustrie e.V. (o.J.-b): Dritter Staatsvertrag zur Änderung des Staatsvertrages zum Glücksspielwesen in Deutschland. Art 2: Inkrafttreten, [online] https://www.vdai.de/regelwerke/GlueStV/Dritter_GlueAendStV.pdf, 23.12.2020.
- Verband der Deutschen Automatenindustrie e.V. (Hrsg.) (2011): Erläuterungen zum Glücksspieländerungsstaatsvertrag, [online] https://www.vdai.de/regelwerke/GlueStV/GlueAendStV_Erlaeuterungen.pdf, 23.12.2020.
- Verein zur Förderung des Rheinischen Trabrennsports e.V. (Hrsg.) (2020): Ausschreibung zum Renntag am 3. Januar 2021 auf der Trabrennbahn Mönchengladbach. [online] <https://www.hvtonline.de/tracks/mg>, 27.12.2020.
- von Lützu, Victoria (2019): Trabrennsport – ein Relikt aus der Vergangenheit mit Zukunft? [online] <https://traberblog.de/trabrennsport-ein-relikt-aus-der-vergangenheit-mit-zukunft/>, 2.1.2021.
- Wiener Trabrenn-Verein (Hrsg.) (2020): 6x Weihnachtsgeld à 24.213,10 Euro! [online] <https://www.krieau.at/index.php/aktuell/beitrag/2736-6x-weihnachtsgeld-a-24-213-10-euro>, 4.1.2021.
- YouTube-Kanal von ‚Deutscher Galopp‘. [YouTube-Kanal] <https://www.youtube.com/c/DeutscherGalopp>, 4.1.2021.
- YouTube-Kanal von ‚Mein Trabrennsport‘. [YouTube-Kanal] <https://www.youtube.com/channel/UCbvXcs9szR9Q2x5dzCwXhJA>, 4.1.2021.
- YouTube-Kanal von ‚Rennbahn Berlin‘. [YouTube-Kanal] <https://www.youtube.com/channel/UCSgNz18hCgUcx9eZb1IMQXA>, 4.1.2021.
- YouTube-Kanal von ‚Trabrennbahn Bahrenfeld‘. [YouTube-Kanal] https://www.youtube.com/channel/UCBMw4dccT_w2ruV5NRvRhrQ, 4.1.2021.
- zitat-des-tages.de (Hrsg.) (o.J.): Zitate von Mark Twain. [online] <https://www.zitat-des-tages.de/zitate/wer-nicht-weiss-wohin-er-will-der-darf-sich-nicht-wundern-wenn-er-ganz-woanders-ankommt-mark-twain>, 4.1.2021.

Anlagen

A: Telefoninterview mit Klaus Koch am 25.11.2020

Ehemaliger Rennsekretär in Solvalla und schwedischer Kontaktmann für Win Race.

Was war Ihre Funktion in Schweden?

Ich bekam 1991 den Job als Rennsekretär in Solvalla angeboten. Ich war vorher, so ab 1986, in Kopenhagen, also Charlottenlund und dann bin ich nach Solvalla gekommen. Das war eine viel, viel größere Rennbahn. Viele sehen sie als die größte Rennbahn der Welt, also auf jeden Fall in Bezug auf Qualität, Alltagsqualität und auf Visionen. Da waren sie ganz weit vorne und das war natürlich eine ganz große Ehre so eine Anstellung zu bekommen, aber gleichzeitig auch eine große Verantwortung. Aufgabe des Rennsekretärs in Solvalla bedeutet ja nicht nur in normalen Rennen die Starterangabe und Ausschreibungen zu machen, sondern auch den Eliteloppet und insgesamt 85 Renntage damals schon und jetzt sind es noch mehr. Volles Programm und viele Pferde und ganz viele Aktivitäten während des Renntages. Die Organisation war groß. Ich war bis 2001 in Solvalla, dann habe ich gekündigt. Zum Schluss hatte ich ein Rennpreisbudget von 130 Millionen Schwedenkronen, also ca. 13 Millionen Euro für ein Jahr zur Verfügung. Das war natürlich ganz viel Geld und ich hatte freie Hand. Dazu kamen dann noch die ganzen anderen Kosten, also Angestellte und Vertrieb, das war ein ganz heftiger Job.

Ich habe gehört, dass es dem Trabrennsport in Schweden in den frühen 70er-Jahren auch mal sehr schlecht ging. Unter anderem mit niedrigem Rennpreisniveau, es soll zum Teil noch schlechter ausgesehen haben als jetzt in Deutschland. Bis einige Maßnahmen ergriffen worden sind um aus dieser Krise heraus zu kommen?

Das stimmt so nicht ganz. Also es gab eine Krise Anfang der 70er-Jahre, aber die Krise war anders als in Deutschland und auch in anderen Ländern, wie Dänemark oder so. Man hat es rechtzeitig festgestellt, dass man sich in eine untragbare Situation bewegt. Das heißt, der Sport, also die Quantität des Sports, war in Ordnung. Ich war zwar damals noch ein kleines Kind, aber ich kann mich daran erinnern, dass die Schweden viel bessere Pferde hatten als in Dänemark und auch eine bessere Organisation. Aber man hat eingesehen, dass es so nicht so weitergehen kann. Dann hat man die V65-Wette, die jetzt V75 heißt, erfunden. Es war also eine Weiterentwicklung der V5-Wette, die 1959 eingeführt worden ist, und das war eine Weiterentwicklung nach 14-15 Jahren. Das war die richtige Art und Weise, weil es sofort viel höhere Umsätze generiert hat, auch dadurch, dass der Staat mitgemacht hat, in Bezug auf Genehmigungen.

Der Staat war auch an den Wettschaltern und Kiosken beteiligt, an denen man die Wertscheine abgeben musste. In Schweden war sowieso alles viel staatlicher kontrolliert, also keine DDR oder so, aber es war sehr kontrolliert durch den Staat und der Staat hat eben die Veränderung im Wettmarkt mitgemacht. Das war natürlich das große Glück, weil es ab dem ersten Tag im August 1975 große Umsätze und viel Aufmerksamkeit gab und gleichzeitig wurde das Interesse für die Wette sofort groß.

Also kann man sagen, dass diese Krise eigentlich allein durch die neue Wette gelöst wurde?

Ja also erst war es ja die V65-Wette und im Oktober 1992 wurde daraus die V75-Wette. Und das war auch wieder eine Weiterentwicklung, da man bemerkt hat, dass die V65-Wette keine aufsteigende Linie mehr hatte. Sie war zu einfach geworden. Es war zu billig, die Leute haben mehr verdient und konnten somit mehrere Kombinationen auf einen Schein nehmen, was dazu führte, dass mehrere Leute getroffen haben und somit die Gewinne kleiner wurden und die Attraktivität abnahm. Somit hat man sich überlegt die Wette durch ein Rennen mehr schwerer zu machen. Genau wie die Erfindung der Daily Double Wette, in der man zwei aufeinanderfolgende Rennen wettet. Auch hier gab es Umsätze von bis zu 1 Millionen Euro pro Renntag.

In Deutschland gibt es ja diese Wettarten auch, wir haben auch eine V7- oder eine V6-Wette und auch eine Daily Double Wette. Aber in Deutschland bringt das ja nicht den großen Erfolg. Meiner Meinung nach liegt es daran, dass die Rennen einfach zu leicht sind, weil es meistens einen großen Favoriten gibt und viele kleine dahinter?

Da gebe ich dir teilweise Recht, aber nicht ganz. Ich denke, dass es ganz viel mit Wettkultur zutun hat. Es sind einfach zwei verschiedene Kulturen, die Deutschen oder auch die Franzosen wollen direkt wissen ob sie gewonnen haben, und das kann man bei V75 ja nicht. Ich war ja ab 2006 mit Win Race damals sehr involviert, ich habe damals die ganzen Kontakte zur ATG hergestellt. Win Race sollte die schwedische V75-Wette auf den deutschen Markt bringen. Da hatte man gedacht, dass es gut wird. Aber die ersten Umsätze waren sehr enttäuschend. In den 90er-Jahren hatte man schon einmal die V65-Wette in Gelsenkirchen ausprobiert, aber da kostete eine Kombination 1 DM, was das 10-fache von dem Preis in Schweden ist. Das war einfach zu teuer und ist direkt gestorben. Dann hatte man das mit der V75 mit Win Race nochmal versucht und richtig Gas gegeben, aber es war enttäuschend, es wurde nicht viel umgesetzt. Man hat festgestellt, dass in den V75-Rennen, in denen auch die üblichen Wetten angeboten wurden: Sieg, Platz und Dreierwette, auf diese viel mehr Umsatz gemacht wurde. Die V75-Wette ist nicht der Umsatzträger in Deutschland. Tradition kannst du nicht ändern.

Die ältere Generation weiß ja meistens auch gar nicht wie sie so einen Wertschein für diese neueren Wettarten ausfüllen soll. Meinen Sie, dass so ein Ausbau der Kombinationswetten in Deutschland gar nicht den gewünschten Erfolg bringen wie in Schweden, weil einfach der Umsatz es beweist, dass es nicht so gut funktioniert?

Die Idee von V-Wetten kommt ursprünglich aus Dänemark, und die Schweden haben diese Idee genommen und sofort damit Erfolg gehabt. Bei den Dänen sind immer noch Sieg- und Platz-Wetten die großen Umsatzgenerierer.

Aber dann ist er in Deutschland wiederum das Problem, dass die Quoten vor allem auf die Siegwette meistens nicht so attraktiv sind.

Das ist natürlich ein Problem, wenn man bei einer Quote von 30:10 50 Euro einsetzt geht die Quote sofort runter auf 12:10 oder so. Das geht natürlich nicht, dass so kleine Wetten die Quoten so beeinflussen.

Wie wir am Anfang besprochen haben, ist die Situation in Deutschland ja nicht wie in Schweden schnell erkannt worden, sondern da ist es ja auch, was den gesamten Sport angeht, schon sehr weit fortgeschritten. Glauben Sie, dass es da überhaupt reicht sich auf die Wetten und die Wetter zu konzentrieren, oder müsste man erst mal generell am gesamten Sport arbeiten, bevor man die Wette vermarktet?

Ja, beides parallel. In Deutschland gab es vor 3 oder 4 Jahren eine Erhebung von Daten, die besagt, dass die Deutschen rund 500 Millionen Euro im Jahr auf Pferderennen wetten, egal ob Galopp oder Trab und auf welcher Plattform. Insgesamt kann man sagen, dass der Markt gute 500 Millionen Euro wert ist. Meines Wissens nach, hat der Trabrennsport-Totalisator momentan so ca. 25 Millionen Euro, also nur ein kleines Fitzelchen davon. Wenn man das zum Beispiel nur verdoppeln könnte und einige Marktanteile übernehmen könnte, hätte man schon viel gewonnen. Man muss die für den Sport gewinnen, die von Hause aus schon gerne auf Pferde wetten. Das heißt es kommt auch wieder mehr Geld in den Sport rein, sodass man wieder Rennpreise und anderes erhöhen kann.

Um nochmal zurück nach Schweden zu kommen: Die ganzen Modernisierungen, die in dem Sport vorgenommen wurden, sind die alle aus den vermehrten Umsätzen dieser Wette heraus entstanden und ermöglicht worden?

Ja. Jeder Pfennig, der für die Weiterentwicklung dieses Sports eingesetzt wurde, kommt aus den Wettumsätzen. In Schweden gibt es solche großen Sponsoren wie in Deutschland nicht. Herr Herz, Herr Mommert oder Familie Lindinger, das hat Schweden nicht. Es gibt zwar einige große Besitzer, die viel Geld reinstecken, aber das tun sie fast nur in ihre eigenen Pferde. Dieser Markt ist etwas stiefmütterlich behandelt worden in Schweden, wenn ich das so sagen darf. Man hat sich eigentlich nie so richtig auf Marketingeinnahmen und Sponsoren konzentriert. Alle Maßnahmen sind konzentriert auf die Wette und das war ja auch sehr erfolgreich.

Sie haben ja schon festgestellt, dass die Mentalität in Deutschland eine andere ist als die in Schweden. Glauben Sie, dass der Pferderennsport allgemein einfach ein schlechtes Image in Deutschland hat, dass in Schweden vielleicht einfach nicht so viel hinterfragt wird?

Ja, also da sind ganz viele Parameter aktuell. Durch die Etablierung der V65 kamen die Trabrennen in die schwedischen Wohnzimmer hinein. Man hat gute Vereinbarungen mit dem staatlichen Fernsehen gemacht, sodass die Trabrennen zwischen den Sendezeiten des englischen Fußballs liefen. Auch mit Besprechungen im Studio et cetera damit hat man in den 70er-Jahren halt schon begonnen, und das fehlt in Deutschland.

Der Galopprennsport in Deutschland hat es jetzt während Corona geschafft das Image ein bisschen aufzupolieren, die Umsätze zu steigern und sie haben sogar schon Fernsehsendungen und Fernsehzeiten bekommen. Warum schaffen das die Galopper, aber die Traber nicht?

Das kann ich schlecht beurteilen, aber genau darin liegt der Schlüssel. Kommst du mit deinem Sport ins Fernsehen hast du gewonnen. Das müssen aber auch die öffentlichen Sender sein, kein Pay-TV wofür man im Vorfeld schon zahlen muss und somit ja Interesse für das Gezeigte da sein muss. Wenn man den Sport in die ARD, oder das ZDF, oder solche öffentlichen Fernsehkanäle bringt, dann ist ganz viel gewonnen. Ich würde sagen das ist ein Qualitätsstempel.

Da scheitert es ja im Trabrennsport schon an der Qualität der Bildaufnahmen.

Ja, natürlich. Die Qualität, die dabei rauskommt muss dementsprechend vorzeigbar sein. Da kommen wir auch wieder auf das Thema Tierschutz, welches du vorhin angesprochen hast. In Schweden zum Beispiel wird der Peitschengebrauch sehr strikt behandelt. Die Fahrer haben zwar eine Peitsche dabei, diese zeigt jedoch meist nur nach hinten. Wenn in Schweden jemand sieht wie ein Trabrennfahrer, zum Beispiel aus Frankreich, wenn das große Winter Meeting aus Paris übertragen wird, sein Pferd zu stark mit der Peitsche haut, dann ist er wütend darüber. Einfach weil es für den Zuschauer immer schlimm aussieht, auch wenn es das manchmal vielleicht gar nicht ist. Es ist nicht gut ein Produkt zu verkaufen, das einen Anschein von Tierquälerei hat.

Was in Schweden eben auch ein großer Vorteil ist, ist, dass die Wetter besser geschützt werden. Also, es gibt keine ‚disqualifiziert blau-Regel‘ und die Rennleistungsentscheidungen sind meist nachvollziehbarer und transparenter.

Ja, also die ‚dis.blau-Regel‘ ist ja aus dem Mittelalter. Ein Pferd das schlecht trabt muss raus, aber der Wetter darf nicht darunter leiden. Also muss es einen Monat Pause machen und darf dann erst mit einem Gesundheits-Attest wieder kommen. Denn normalerweise haben alle schlecht trabenden Pferde irgendwo ein körperliches Problem. Oder genauso manche Bestimmungen zur Ausrüstung - der Nashorn-Check ist eine Stahlkonstruktion auf der Nase, sieht komisch und etwas brutal aus, ist aber viel tierfreundlicher als der übliche Check. In Deutschland ist dieser normale Check erlaubt, weil man es ja nicht sieht. In Dänemark und Schweden ist das nicht erlaubt, weil es dort als Tierquälerei gilt. Genauso die Kopfstangen, die sehen zwar komisch aus, aber sind ja nicht gefährlich. Irgendwas läuft das falsch in Deutschland. Es ist alles so altmodisch und kompliziert in Deutschland.

Man bekommt das Gefühl, dass sich in Deutschland etwas auf den genannten Sponsoren, Mommert, Herz und Lindinger ausgeruht wird, nach dem Motto: die werden es schon richten...

Ja! Da stimme ich dir zu 100% zu. Da hast du wirklich Recht. Die ersten beiden genannten sind glaube ich schon über 80, da muss man langsam mal anfangen nachzudenken.

Man hört aus vielen Ecken in Deutschland bei den Aktiven so ein bisschen den Frust raus. Und dass viele das Gefühl haben, dass gar nichts verändert werden soll. Und ich denke, da ist es in Schweden der große Vorteil gewesen, dass man es da nicht nur rechtzeitig erkannt, sondern auch reagiert hat. Man gewinnt als Außenstehender bei den Schweden den Eindruck, dass da ein Zusammengehörigkeitsgefühl besteht in allen Ebenen.

Man hat damals in 2006 mit Win Race eingesehen, dass mehr Geld in den Sport muss. Man hat gesehen, dass es Menschen in Deutschland gibt, die zwar auf Pferde wetten, aber nicht auf Traber und die wollte man gewinnen. Man wollte ein Wettmonopol für den Trabrennsport in Deutschland werden und Hamburg und Gelsenkirchen haben dadurch großen Aufschwung erlebt. Und in Berlin hat parallel dazu Herr Mommert viel bewegt.

Und was hat dann dazu geführt, dass Win Race nicht mehr existiert?

2012 kam das neue Glücksspielgesetz, und das war dann für Win Race die Konsequenz, zu schließen.

Das ist eigentlich sehr traurig, denn Win Race auf dem richtigen Weg zu sein schien oder zumindest war es ein guter Anfang in die richtige Richtung.

Absolut. Ich war bei Win Race als Berater dabei in all den Jahren. Aber ich glaube, es wurde vielleicht ein bisschen zu groß. Man hätte denke ich mehr mit dem kleinen Wetter arbeiten müssen, dem richtigen Trabrennwetter. Den hätte man gut pflegen müssen, genau wie man es in Schweden gemacht hat. Wer kommt zuerst, die Großen oder die Kleinen? Ich kann es auch nicht richtig beurteilen, aber es wurde einfach sehr groß und schwer hantierbar.

Und jetzt eine abschließende Frage: Auch wenn Sie das aus der Ferne vielleicht nicht ganz so beurteilen können. Aber wenn Sie jetzt einmal formulieren müssten, was ihrer Meinung nach in Deutschland passieren müsste, um irgendwie auf den richtigen Weg zu kommen, was wäre das?

Oha - das ist wirklich keine leichte Frage. Eine hundertprozentige Lösung habe ich nicht, aber ich meine, in erster Linie müssen sich alle Bahnen und Vereine einigen. Sodass sie einen gemeinsamen Weg suchen. Es war ja damals im Prinzip mit Win Race da, es wurde erreicht. Aber dann ist halt das Problem, zum Beispiel Herr Mommert steckt unheimlich viel Geld in Berlin-Mariendorf und der sieht es dann natürlich als sein Ding. Das ist auch klar, warum sollte er dann in München-Daglfing oder Straubing was reinstecken. Aber es braucht irgendeine Einigung, wo man alles, was zur Verfügung steht, Wetter, Sponsoren und so weiter, verteilt. Es kann natürlich sein, dass man sagt: In die Region lohnt es nicht mehr zu investieren, dann ist es da vorbei. Oder man sagt: Okay, hier müssen wir was tun, das muss aber gemeinsam passieren. Die Wetten müssen wieder unter einem Dach landen, so wie in Schweden. Es gibt zu viele Anbieter, auf die sich alles verteilt und die in Wettbewerb sind und verschiedene Vermarktungsmodelle nachvollziehen. Verstehst du was ich meine? Es ist etwas schwierig zu erklären, aber einfach eine Einigkeit schaffen, gemeinsam, wo jeder Cent vernünftig verwendet wird. Jeder Cent, der dem Sport zur Verfügung steht muss richtig verwendet werden.

Vielen Dank für das Interview, Klaus Koch!

B: Interview mit Heinz Wewering am 25.11.2020 in Schöneiche

Europas bester Sulky-Fahrer: 29 maliger deutscher Champion (1977-2005), Inhaber des Platinhelms (seit 2020), fast 17.000 gewonnene Rennen.⁴⁶⁰

In erster Linie geht es in meiner Bachelorarbeit darum, den Sport marketing-technisch zu analysieren, aber während meiner Recherche bin ich darauf gestoßen, dass das Marketing eigentlich das geringste Problem ist, für den Anfang zumindest. Mir scheint es, als müsste der gesamte Sport innerlich erst einmal rundum eine Erneuerung der Strukturen und Organisationsabläufe bekommen. Aber wir fangen einfach mal am Anfang an, du hast ja die goldenen Jahre miterlebt, du kennst es von damals und jetzt die Gegenwart, was hat deiner Meinung nach den immer weitergehenden Abstieg des Trabrennsports bewirkt?

Na ja, ich würde sagen, man muss den Trabrennsport aufteilen und neue Strukturen bilden. Es sind ja alles verkrustete Strukturen, die wir zurzeit haben. Jeder Sport hat seine Höhen und seine Tiefen, das habe ich ja schon ein paar Mal gesagt und das ist im Grunde so, dass man immer weiter daran arbeiten muss. Der Trabrennsport hatte Höhen, aber diese Höhen hat man nicht genutzt, um den Trabrennsport weiter nach vorn zu bringen, sondern man hat das einfach so genommen, wie es war und war damit zufrieden. Man hat gar nicht gemerkt, dass das immer weiter zurückgeht und nicht nach vorne. Es muss ja nicht immer nur aufwärts gehen, nur man muss versuchen ein Level zu halten, und das ist nicht passiert.

Der Trabrennsport hat sich ja im Grunde so wie ich ihn kennengelernt habe, von Anfang an aus verschiedenen Positionen zusammengesetzt. Das ist einmal die Aufsichtsorganisation, die Rennvereine, die Besitzer, die Trainer und die Amateure. Das waren die Fundamente des gesamten Rennsports. Und die haben den Rennsport auch aufrechterhalten. Bei den Rennvereinen habe ich oft einige Dinge vermisst. Sie haben sich immer auf die Schulter geklopft und haben gesagt: ‚Guck mal, was für tolle Rennen wir haben.‘ Ja, die hatten sie auch, aber die Rennen wurden zum größten Teil von den Besitzern bezahlt, durch Einsätze. Damals gab es wirklich sehr, sehr gute Zweijährigen-Rennen, die immer hoch dotiert waren. Das war auch interessanter Sport. Es gab auch Dreijährigen-Rennen und so lief das immer weiter, bis vierjährig und dann gab's ja noch Fünfjährigen-Rennen. So war das natürlich immer ein Programm, was man Anfang des Jahres lesen konnte und wusste genau welche Rennen nächstes Jahr sind.

⁴⁶⁰ <https://trab-halloffame.de/Hall-of-Fame/Personen/2010/Heinz-Wewering>, 21.11.2020.

Aber irgendwann wurden dann die Einsätze weniger. Es gab weniger Leute, die diese Einsätze finanziert haben. Es war nicht grob, es war immer nur ein bisschen stückweise, und die Rennvereine haben sich da keine großen Gedanken gemacht. Sondern sie sind hingegangen und haben einfach die Dotierungen der Rennen gekürzt, sie haben gesagt: ‚Okay, wenn da weniger Einsätze sind, wenn nicht so viel Einsätze da sind, wenn sich das nicht lohnt und der Rennverein zu viel selber dazutun müsste, dann müssen wir die Rennen niedriger dotieren.‘ Und das hat natürlich nachher Auswirkungen gehabt, weil die Leute dann gesagt haben: ‚Ja, wir bezahlen ja nicht die ganzen Einsätze und die Rennen fallen zum Teil dann noch aus und werden auch nicht richtig dotiert.‘ Und so ist das langsam eingeschlafen, aber das ist ein Kreislauf. Das geht in der Zucht los.

Wir haben ja vorhin noch die Zucht vergessen, in unserer Auflistung der ganzen Bausteine, da ist der Züchter ja auch ein ganz, ganz wichtiger Baustein und das ist ja alles weniger geworden. Es geht ja in unserem Sport um Leistungsprüfung und es ist ein Sport, der zu bewetten ist und der Sport lebt von den Wetten. Die Wettgeschichte ist eine ganz andere Geschichte noch, das ist eine Sache, die gut war, aus meiner Sicht. Es wurden 95 Prozent der Wettumsätze auf den Rennbahnen getätigt. Gut, die Zeit hat sich verändert, das ist ganz klar, durch die Medien und auch durch Digitales ist ja alles einfacher geworden. Daher versucht man natürlich auch den Sport über andere Kanäle zu bewetten. Das ist aber eine Sache, die ja erst ganz langsam anfing. Erst mal kamen die Buchmacher ins Spiel, die die Wetten angenommen haben. Die Buchmacher waren dann quasi Partner von den Rennbahnen und haben die Wetten angenommen. Aber was da im Endeffekt nachher herausgekommen ist hat man ja gesehen: Und zwar, dass die Wettumsätze auf den Bahnen immer geringer wurden und die Wettumsätze bei den Buchmachern immer gestiegen sind. Nachher waren es ja nicht mehr 95 Prozent Bahnumsätze, da waren es ja nur noch 70 Prozent, dann 60 Prozent, dann 50 Prozent und so ging es immer weiter runter. Nur man hat nicht dagegen gesteuert. Man hätte sagen müssen: ‚Wir müssen versuchen, unsere Wettumsätze wieder nach oben zu bringen.‘ Nicht wieder aufs alte Niveau, das wäre gar nicht mehr gegangen. Nur der Sport hätte eine eigene Wettschiene auf machen müssen und nicht das Ganze aus der Hand geben dürfen.

Also in etwa wie in Schweden, wo es mit der ATG ein Monopol gibt, das staatlich gelenkt wird und das den ganzen Wettumsatz konzentriert und dann verteilt?

Ja, vor allen Dingen das Geld, was gewettet wird muss im Sport bleiben. Also das, was an Prozenten überbleibt sollte auch im Sport bleiben. Aber wenn ich anfangs, das auf Buchmacher und Totalisator aufzuteilen, dann bleibt für den Sport nachher zu wenig übrig. Die Verpflichtungen für den Sport sind dann zu groß. Er muss Rennpreise zahlen, muss die Bahn in Ordnung halten, er muss für das gesamte Drumherum sorgen, dass der Sport auch funktionieren kann. Und wenn ich das alles zusammenrechne, kommt ein riesen Apparat an Kosten auf den jeweiligen Verein zu. Das ist im Grunde eine Sache, die eigentlich gar nicht durchzuhalten ist. Und die, die dann das fertige Programm bekommen, die sagen: ‚Okay, davon kriege ich jetzt so und soviel Prozent, aber sie brauchen nicht das investieren, was der Rennverein investieren müsste.‘

Weil du gerade den schwedischen Sport angesprochen hast, den kenne ich ja auch noch aus der Vergangenheit. Und als ich in den Sechzigerjahren zum Sport kam, da war Schweden ganz unten. Es funktionierte wenig in Schweden oder sie waren auf dem Stand, wo wir heute sind und haben dann aber in kürzester Zeit den ganzen Sport umgekrempelt, dadurch kam ja die ATG zum Vorschein. Seitdem läuft es da, genauso wie mit der PMU. Wenn es von einer Stelle gesteuert wird, ist das natürlich ganz anders, weil alle Vereine rundherum auch mitreden. Da gibt es nicht, dass ein Verein einen guten Umsatz hatte und einer nicht, so wie es früher bei uns war. Berlin hat einen guten Umsatz, Gelsenkirchen hat einen guten Umsatz, aber alles, was rundherum war, die sind so mit gekrepelt, und irgendwann konnten sie nicht mehr. Und das ist ja nicht gesund, ich muss versuchen den Sport auf einem gesamt guten Niveau zu halten.

Ich nehme immer gerne Frankreich als Beispiel, die Provinz im Sommer. Sie haben gute Rennpreise, im Vergleich zu Vincennes sind sie natürlich niedriger, aber die sind so interessant, dass die Leute dort auch starten können. Und das ist für den Sport gut, dass viele mitmachen. Wenn man anfängt zu sagen: ‚Ne, da fahre ich nicht hin, da gibt's zu wenig Geld, das ist alles zu teuer, das ist alles zu aufwendig', dann ist das natürlich gefährlich, wenn man an diesen Punkt kommt. Und ich meine, da sind wir ja heute. Wir haben uns, ich sag einfach mal aus meiner Sicht, zu Tode gespart.

Als Win Race gegründet wurde, hatte ich ein gutes Gefühl und ich glaube auch, dass Win Race mit Sicherheit die Sache weiter vorwärts gebracht hätte, aber da waren wahrscheinlich einige Kanäle, oder einige Organisationen, die dann nicht so mitgespielt haben und dann ist Win Race ja ausgestiegen. Win Race war auf dem Weg, wie zum Beispiel die ATG oder die PMU. Was dabei unterm Strich letztendlich mal rausgekommen wäre, weiß ich auch nicht, aber das hatte auf jeden Fall alles ein bisschen Gesicht, so wie das sein musste. Und vor allen Dingen war auch Kapital dahinter, dass das weitergemacht worden wäre, aber da sind einige Dinge nicht so gelaufen, wie sich Win Race das vorgestellt hat und dann ist es eingeschlafen, und das war meiner Meinung nach eine Sache, die nicht so schnell wieder auf die Beine zu bringen ist.

Über die PMU ist jetzt eine Lösung entstanden, wo man sagt: ‚Okay, PMU – bis zu einem gewissen Punkt unterstützen sie ja den Sport', aber auf der anderen Seite sehe ich auch kein weiteres Vorwärtkommen. Denn, wenn man immer nur an einer Nabelschnur hängt, kommt man nie weiter, das funktioniert nicht. Da muss der Sport aus eigener Kraft oder Initiative heraus wieder versuchen die Sache umzukrempeln und das ist im Moment sehr, sehr schwer. Wir haben Rennbahnen, aber der Sport hat keine Rennbahnen mehr. Wir haben zwar Rennbahnen, aber die Rennbahnen gehören zum Teil Privatbesitzern oder es sind Erbpacht-Verhältnisse, die dort bestehen, die auch schon nicht mehr als Erbpacht gelten, weil die Vereine ja zwischendurch schon insolvent waren, vielleicht sogar zweimal. Also sind die Verträge auch schon alle hinfällig und dadurch hat im Grunde der Sport gar nichts mehr zu sagen. Gelsenkirchen ist ja zum Beispiel ein Verein, der immer sehr, sehr gut war und auch auf gesunden Füßen stand, aber nach der Insolvenz und nachdem die Erbpachtverhältnisse dann erloschen waren, ist der Insolvenzverwalter hingegangen und hat noch 65 oder 55 Jahre Erbpacht, glaube ich, an eine Gesellschaft verkauft.

Und die Gesellschaft sagt natürlich: ‚Ich habe gar kein Interesse an Rennen, eigentlich nicht, aber sie mussten das mit übernehmen, dass Rennsport stattfindet.‘ Da stecken ja auch noch andere Interessen hinter, Flohmärkte oder was weiß ich, was da alles im Moment auch abgehalten wird. Aber dass der Sport dadurch wieder nach oben kommt, das sehe ich nicht so, aus eigener Kraft wird das jetzt im Moment gar nicht funktionieren.

Siehst du das Problem auch darin, dass jeder sein eigenes Süppchen kocht? Der HVT sieht sich nicht in der Position eine Gemeinsamkeit zu entwickeln, und jeder Rennverein macht irgendwie so ein bisschen seins, hat man ja das Gefühl?

Ja, so sehe ich das aus meiner Sicht. Ich meine, manche Dinge sind ja auch mal sehr kritisch zu beurteilen. Von der anderen Seite wird das dann wiederum kritisch beurteilt und sie sagen: Wie kannst du so eine Scheiße da erzählen? Das ist aber aus meiner Sicht kein Müll, sondern das sind Tatsachen, nur mal aus einer anderen Perspektive. Der HVT würde es anders sehen. Aber wenn ich jetzt zum Beispiel den HVT nehme, der sagt: ‚Okay, wir machen die Verträge mit der PMU, wir lassen PMU-Rennen laufen.‘ Da sieht er natürlich auch seinen eigenen Vorteil. Der HVT ist im Grunde eine Aufsichtsorganisation, er ist für den Züchter zuständig, eine Zucht Organisation, und es laufen aber andere Geschäfte. Jetzt sagt der HVT, wenn man das jetzt so ansprechen würde, würde man wahrscheinlich so etwas in der Art zuhören bekommen, wie: ‚Was willst du? Du musst froh sein, dass wir heute Rennen haben.‘ Da haben sie ja einerseits Recht, aber wenn man sich die Aufgaben des HVT ansieht, muss man das aufteilen. Zum Beispiel in vier Gruppen: Aufsichtsorganisation, Rennsport, Zucht und einmal was weiß ich - also in verschiedenen Sparten aufgeteilt.

Aber die ursprüngliche Aufgabe, des HVT ist, die Zucht zu fördern, und das passiert ja nicht. Ich sehe in der Zucht gar nichts mehr, ganz im Gegenteil. Wenn du ein Pferd hast, was aus Frankreich kommt und dein Pferd startet in Deutschland, dann kriegst du auch keine Züchterprämie, aber sie geht in den Zuchtfonds, also die Züchterprämie geht nicht an den Züchter aus Frankreich, was normal ist, denn wir kriegen in Frankreich auch keine Züchterprämien, aber es geht in den Zuchtfond. Also müsste das Geld, was dort angesammelt wird, ja dem Züchter oder dem Sport auf irgendeine Art wieder zur Verfügung gestellt werden. Dann fragt man sich, wo das landet? Im Haushalt oder wo auch immer und dann heißt es: ‚Jetzt rede mal nicht so einen Quatsch, wenn es uns nicht gäbe, wären ja gar keine Rennen.‘ Das sind dann immer diese Gegenargumente. Damit haben sie ja nicht unrecht, ich sage aber, dass der HVT nicht aus dem Zuchttopf nehmen kann um damit den HVT zu finanzieren. Oder wenn die PMU einzahlt, da bleiben auch Gelder übrig und keiner weiß wo die landen, das ist doch kein Vorwärtskommen, so funktioniert es nicht.

Wenn man sich dann zum Beispiel über die Initiative GoTrabGo informiert, da gab es ja eine Ideen-Sammlung, die sehr, sehr vielversprechend geklungen hat. In vielen Bereichen hieß es aber immer nur, dass der HVT kein Geld dafür hat, oder auch nicht in der Pflicht ist, eine bestimmte Sache durchzuführen. Bei all diesen Vermutungen, die es so gibt, wäre da nicht eigentlich Transparenz das richtige Mittel? Wäre es nicht vielleicht ein richtiger Weg zu sagen: hier schaut doch, wo unser Geld hingeh?

Also, ich möchte jetzt niemandem etwas unterstellen und sagen, der HVT lässt das Geld verschwinden, das sag ich gar nicht. Nur, wie du schon sagst, es muss transparent sein. Es muss ja zu sehen sein, was mit den Geldern passiert. Und wir sitzen ja alle in einem Boot, wir möchten alle vernünftigen Rennsport haben und vernünftigen Rennsport können wir nur haben, wenn alles transparent ist. Wenn man weiß wo die Gelder hingehen, dann kann man das auch abhaken und sagen: ‚Okay, das ist eine vernünftige Sache, das ist eine gute Investition – das braucht der Sport.‘ Es gibt immer wieder Gerüchte über Gelder, die irgendwo rumschwirren und man kann es ja nicht überprüfen und wenn ich jetzt zum Beispiel hingeh und frage, was mit dem Geld passiert, dann würden sie sagen: ‚Das hat niemanden zu interessieren.‘ Dann sage ich: ‚Doch dies ist ja ein gemeinnütziger Sport, den viele betreiben. Viele beteiligen sich daran, viele geben viel Geld dafür aus und sie haben natürlich auch das Recht zu erfahren, was mit den übrigen Geldern passiert.‘ Aber jeder sagt, dass man das nicht öffentlich machen muss, nur ist das ja kein Geschäft für sich alleine, wo ich alleine derjenige bin, der dafür verantwortlich ist. Aber wenn ich ein gemeinnütziger Verein bin, dann kann ich das gar nicht alleine entscheiden, das ist einfach nicht möglich.

Es ist ja auch so, dass man in dem Sport eigentlich froh sein kann, so große Sponsoren, wie einen Herrn Mommert oder Herz oder Lindingers, im Hintergrund zu haben, das hat ja nicht jeder Sport. Warum gibt es dennoch diese Rückstände? Vor allem auch, was die Bahnen angeht, es ist ja einfach unattraktiv, dort hinzugehen.

Ja, wenn ich zum Beispiel Mariendorf nehme. Ich bin jetzt mal Herr Mommert, und ich habe jetzt auch die finanziellen Möglichkeiten. So wie mein Gedanke wäre, dann würde ich als Herr Mommert sagen: ‚Okay, das ist eine Rennbahn, die ich betreibe, das ist ja auch meine eigene Bahn, ich muss versuchen, sie attraktiver zu machen für das Publikum, sodass die Leute sich wohlfühlen und so weiter.‘ Aber dafür fehlt, glaube ich, das nötige Fingerspitzengefühl für oder er will das nicht. Das kann ja auch sein, dass Herr Mommert sagt: ‚Ich bin jetzt mittlerweile 80 oder über 80, was soll ich da noch Millionen investieren, wo ich sowieso im Grunde nicht mehr viel von erlebe.‘ Vielleicht lebt er noch 100 Jahre oder 20 Jahre, oder wie auch immer. Herr Mommert oder die Familie Mommert hat natürlich auch selbst Spaß am Trabrennsport, und darum betreiben sie ja wahrscheinlich auch die Rennbahn, sie möchten den Sport natürlich in Berlin erhalten und ich glaube, wenn Herr Mommert damals nicht eingesprungen wäre, wäre die Rennbahn ja auch nicht mehr da, oder sie wäre noch da, aber hätte es vielleicht gar nicht überlebt.

Aber ich möchte jetzt nicht unbedingt sagen, dass es allein daran liegt, er hat die Rennbahn übernommen, aber er hat ja nicht etwas übernommen, was keinen Wert hat. Man muss das auch von einer anderen Seite sehen, vom Geschäftlichen. Herr Mommert hat jetzt das Gelände von, ich sag mal, 25 Hektar, das sind 250.000 Quadratmeter, gekauft. Es liegt eigentlich direkt in der Stadt und hat natürlich einen unschätzbaren Wert, und die Wertsteigerung merkt man ja von Jahr zu Jahr. Grund und Boden wächst nicht nach, das ist nun einmal so. Es wird nicht günstiger, es wird teurer. Aber das Objekt, was er gekauft hat zu dem Zeitpunkt hat er ja im Grunde für wenig Geld bekommen. Die Verpflichtung, die darauf war, war natürlich eine Verpflichtung, die auch nicht jeder eingehen konnte. Also, wenn ich jetzt sage: ‚Gut, okay, ich kaufe die Bahn für vier oder fünf Millionen, wie auch immer, weiß jeder was da für Verpflichtungen hinter steht. Ich habe jedes Jahr Kosten, vielleicht von zwei Millionen einfach mal so grob gerechnet. Also muss ich jedes Jahr zwei Millionen zur Verfügung haben, um diesen ganzen Apparat am Laufen zu halten mit Rennen und so weiter.‘ Dann gab's ja wohl nur eine Verpflichtung über zehn Jahre, ich kenne die Verträge aber wirklich nicht, ich habe da noch nie reingucken dürfen, und da kann ja auch so schnell keiner reingucken, aber ich meine zu wissen, dass sie über zehn Jahre laufen sollte. Ich habe nach zehn Jahren gedacht, dass sich jetzt irgendwann mal was ändern wird, also nicht dass er aufhört, ich hab schon geglaubt, dass er weitermacht, aber nicht so wie es war. Aber er hat es so weitergemacht und er hat dann auch die Rennen so beibehalten, Derby und so weiter, was ja auch immer Geld gekostet hat.

Aber wenn man sieht, wie sich das Ganze verändert hat, weniger Renntage, noch weniger Renntage, und wie man alles noch mehr zusammengespart hat, dann sieht man, dass der Sport unterm Strich eigentlich nicht mehr funktioniert. Es geht nicht. Wir haben alle 14 Tage Rennen. Früher war es anders, früher waren viermal die Woche Rennen oder dreimal die Woche wenigstens in Mariendorf, aber das hat sich nun mal eben verändert. Jetzt sind alle 14 Tage Rennen und manche Renntage fallen aus, und ich meine, das hat jetzt mit Corona nichts zu tun, das ist ja schon alles lange vorher gewesen. Und dass der Rennsport von den Wettumsätzen nicht mehr existieren kann, das weiß jeder. Ich weiß zwar nicht, wie hoch die Umsätze im Außenbereich sind, das kann ich nicht sagen.

Ich habe von einer Studie gehört, die ich aber nicht im Internet finden konnte, die wohl besagt, dass in Deutschland der Markt für Pferdewetten generell, also offizielle und inoffizielle Buchmacher sowie Totalisator, bei circa 500 Millionen Euro liegt und davon der Trabrennsport um die 25 Millionen Euro als Totalisatorumsatz hat.

22 bis 25 genau.

Und das ist so marginal, da frage ich mich: Woran ist es gescheitert, dass sich der Sport weder technologisch noch zielgruppenorientiert noch wett-technisch weiterentwickelt hat? Und worauf warten diejenigen, die in Entscheidungspositionen sitzen? Warten sie darauf, dass der Sport einfach zu Ende geht?

Das Gefühl müsste man zum jetzigen Zeitpunkt haben, das ist einfach so und das wird ja auch oft ausgesprochen. Viele Leute sprechen es ja auch aus und sagen, dass sie glauben der Sport wäre zu Ende. Dann sage ich immer: ‚Nein, der Sport ist nicht zu Ende, nur man muss versuchen, ihn wieder auf die Füße zu stellen. Er ist im Moment ein bisschen in Seenot geraten.‘ Ja, und das ist ja noch human ausgedrückt. Aber da gibt es so einen schönen Spruch, den Charles Grendel immer gesagt hat: ‚Die Titanic ist schon gesunken, und die Musik spielt immer noch.‘ Er hat das immer so dargestellt, dass der Rennsport schon untergegangen ist, aber sie meinen immer noch das ist alles in Ordnung sei. Ich meine, jeder weiß, dass es nicht mehr in Ordnung ist, aber ich glaube auch, so lange wie ich den Sport kenne hat's immer diese Wellenbewegung gegeben, und er hat sich immer wieder gefangen. Momentan ist es aber eine Situation, da sehe ich nicht, dass es sich so einfach wieder fängt, weil unten zu viel weg gebrochen ist. Das heißt der Züchter ist weggebrochen. Wir haben ja kaum noch Züchter, wenn ich überlege, die Zuchtbetriebe, die wir früher hatten, du kennst das bestimmt auch von deinem Vater noch. Es gab große Gestüte, und dass es mal weniger wird, das ist okay, aber die sind ja alle nicht mehr da.

Es ist erschreckend und was auch erschreckend ist, dass man kaum Zahlen und Fakten über den Sport irgendwo findet. Der gesamte Internetauftritt ist so überholt, warum ist der Sport so eingeschlafen? Warum schauen die Verantwortlichen nicht mal über die Grenzen hinaus, nach Schweden oder Frankreich?

Ja, das ist wirklich alles ganz, ganz schwer nachzuvollziehen. Ich meine da, wo wir momentan stehen, das wissen wir, da brauchen wir gar nicht drüber zu diskutieren. Wo wir waren, wissen wir auch. Aber wie man die ganze Sache wieder auf gesunde Füße stellen kann, das ist eben das Problem und da sehe ich im Moment schwarz, weil es keine Macher gibt. Macher heißt, dass es jemanden braucht, der das alles einmal wieder auf Vordermann bringt. Aber das Problem ist immer wieder, selbst wenn ich's auf Vordermann bringen wollte, könnte ich es gar nicht. Dann gehe ich morgen hin und nehme alle Rennbahnen zusammen. Dann sage ich: ‚Aha, okay, gut, wir haben jetzt sieben oder acht Rennbahnen oder sechs, auch völlig wurscht, diese Rennbahnen schließe ich jetzt zusammen.‘ So, was kann ich aus diesen acht Rennbahnen machen, wenn ich einen Zusammenschluss habe? Ich kann eine eigene Wett-Plattform machen, sodass alles, was gewettet wird, wirklich in den Toto geht und auch da bleibt, bei uns bleibt, damit die Quoten sich auch wieder verbessern, damit der Wetter wieder mehr Interesse hat in Deutschland zu spielen. Momentan wetten alle am französischen Toto, wenn in Deutschland die PMU-Rennen sind, weil da die Quote stabil bleibt. In Deutschland geht die Quote schnell runter, also wettet keiner mehr mit hohen Einsätzen. Selbst wenn ich alle Rennvereine unter einen Hut bekommen würde, dann würden die ersten aufstehen und sagen: ‚Ja, ja, Moment, die Rennbahn gehört nicht dem Sport, das ist meine Rennbahn.‘

Win Race wollte ja im Grunde genau das. Herrn Stadlers Idee war: vier Rennbahnen – Gelsenkirchen, Hamburg, Berlin, München. Das sind die vier Säulen und da sollte der Rennsport stattfinden, und dieser Sport sollte finanziert werden. Am Anfang gab es ja noch mehr Bahnen. Aber irgendwann sollten die Bahnen alle verschwinden. Recklinghausen ist verschwunden. Es sind ja viele, viele Bahnen weg. Und jetzt stehen Bahnen wie zum Beispiel Dinslaken oder Gladbach auf der Kippe, weil das alles nicht mehr finanziert werden kann. Dinslaken hat gesagt, es geht nicht mehr und die Stadt wollte das Gelände zu bekommen, sodass sie bauen können. Das ist ja kein Eigentum (der Rennvereine).

Und München ist auch in diesen Strudel reingeraten. München war ja der Vorzeigeverein in den Siebzigerjahren überhaupt. Es ist ja auch nur nachher abgesackt, weil Missmanagement betrieben wurde. Mal aus meiner Sicht: Der damalige Geschäftsführer, den ich ja noch kenne, Wolf Dieter Ohrner, der hatte eine gute Idee, als er mir gesagt hatte, dass sie die Rennbahn verkaufen müssen, sagte ich: ‚Ihr habt doch gerade erst die Rennbahn neu saniert, neuer Lichtanlage und so weiter?‘ Da sagte er: ‚Das spielte alles keine Rolle, wir kriegen 180 Millionen DM fürs Gelände und haben keine Schulden mehr.‘ Zu dem Zeitpunkt war da glaube ich einen Schuldenberg von ungefähr 40 Millionen DM, das wäre alles weg gewesen. 180 Millionen hätten sie bekommen, neues Gelände in Riem hätten sie auch bekommen, da hätten sie eine neue Bahn bauen können. Wenn sie 80 Millionen DM ausgegeben hätten, hätten sie eine Bahn bauen können vom Allerfeinsten, die hätten sie gar nicht ausgeben müssen. Also ich sag mal, mit 50 Millionen DM hätten sie eine super, super, super Rennbahn gehabt und hätten noch 130 Millionen DM und keine Schulden mehr. So, da hat er gesagt das müssen wir machen, aber die Mitglieder waren dagegen, darum ist es in Daglfing geblieben. Sonst wäre die Bahn damals schon weg gewesen. Das war in den Achtzigerjahren.

Da stellt man sich eine Frage – Warum?

Ja, die Verschuldung war ja schon zu dem Zeitpunkt so hoch. Ich weiß nicht, ob es 1980 oder 1985 war, auf jeden Fall so um den Zeitraum. Vor allem stellt sich da aber die Frage: Wie konnte es dazu kommen, dass der Rennverein, der immer im Plus war, unter dem Geschäftsführer Wolf Wondratschek oder wie der hieß, Wojaczek, der hatte ja immer den Verein so gut geführt. Da waren immer schwarze Zahlen und naja, auf jeden Fall wurde dann nachher auf einmal alles verändert, und dies verändert das verändert. Und wir haben aber nie auf das ursprüngliche Problem geachtet und das war der Rückgang des Totalisators. Wenn ich sehe, in einer Firma läuft es schlecht, es geht immer weiter zurück, rückläufig, alles ist rückläufig, dann fange ich doch da an, an dem Hauptpunkt fang ich an. Dann frage ich mich, wo die Wettumsätze sind, die wir mal hatten? Sie sind nicht mehr da. Warum sind sie nicht mehr da? Muss ich etwas verändern im Wettgeschäft? Und da hätten sie anfangen müssen.

Also haben sie ihre Situation einfach nicht im Auge behalten und das macht jetzt diese Ausgangssituation aus. Du hast richtig gesagt, man muss sich jetzt eher fragen, wie man aus dem Loch wieder rauskommt, aber du meinstest, da siehst du schwarz für. Gibt es denn in deinen Augen überhaupt noch eine Möglichkeit, den Sport, so wie er jetzt ist, zu retten? Oder muss alles erst mal komplett kaputt gehen, um es wieder aufzubauen?

Ich glaube nicht, dass das funktionieren wird, wenn der Sport jetzt wirklich insgesamt zusammenbricht, wenn in Berlin Herr Mommert aufhört und Herr Herz in Hamburg, der ja im Grunde Betreiber der Rennbahn ist, Eigentümer der Rennbahn ist ja die Stadt Hamburg. Das Gelände soll ja, so wie ich gehört habe, schon verkauft sein und soll nach Hamburg-Horn gehen und da kommt ja alles unter ein Dach: Galopp und Trab. Das ist auch eine Lösung, aber das zieht sich jetzt schon sehr lange hin und ich glaube, das Hauptproblem da wird sein, dass sie keinen Betreiber finden. Dass die Rennbahn gebaut wird von der Stadt Hamburg ist möglich, das steht so gut wie fest, nur wenn's gebaut ist, wer betreibt sie? Das will die Stadt Hamburg nicht machen.

Und Herr Herz auch nicht?

Nicht in dieser Form, wie er es jetzt betreibt. Ich weiß nicht, wie es dann da weitergeht, obwohl das ist ja bei den Galopprennen nicht besser...Ich sage immer die Verpackung ist besser. Die haben einfach starke Leute dahinter, die, wenn's mal ganz große Not gibt, auch mal in den Keller gehen und dann mal ne Schippe da reinschmeißen. Ich meine das ist ja bei uns auch über Herrn Mommert oder über Herrn Herz so, sonst wäre es ja auch schon schlechter, aber bei den Galopprennen ist es im Moment auch so. Das alles hat alles wieder mit dem Punkt zu tun: Pferdesport, bewettbarer Pferdesport. Und ich sehe das Problem in beiden Sportarten, und es geht nicht allein um den Trabrennsport. Es geht um den gesamten Pferdesport, der zu bewettende Pferdesport sag ich jetzt mal, als Rennsport. Wenn der sich komplett zusammenschließt, könnte es vielleicht sein, dass dann noch mal etwas entstehen könnte, aber wenn das weitergeht mit dem Verkauf der Rennbahnen, auch bei den Galopprennen, wie Frankfurt und Dortmund ist zum Teil verkauft und alle verkaufen ja nur noch. Wenn ich meine Fabrik irgendwann verkauft hab, dann kann ich nichts mehr produzieren und dann nochmal eine neue aufzubauen. Weiß ich nicht. Ist das möglich?

Es sieht sehr düster aus für den Sport, der mich so begeistert.

Ja, hätte der Sport eine Chance? Diese Frage stelle ich mir auch immer wieder, hat er eine Chance, nochmal wieder auf die Beine zu kommen? Das ist sehr, sehr schwer. Ich weiß nicht ob er noch eine hat, ich habe keine Ahnung, wie er auf die Füße kommen soll.

Ich denke auch, dass die Ausgangsposition sehr schlecht aussieht. Wie willst du einen Sport vermarkten, der eigentlich unattraktiv ist? Man müsste erst den

Sport attraktiv machen. Das kostet Geld, was man nicht hat, weil alles rückläufig ist. Neue Begeisterte findet man schwer, weil man ihnen ja den Sport nicht näher bringen kann, weil er unattraktiv ist. Also man fragt sich an welcher Stelle man anfangen soll? Wenn man die Wettumsätze steigern will, dann braucht man dafür auch erst einmal Geld, weil man die Rennpreise wieder steigern müsste, damit die Rennen interessanter werden.

Das ist ein Punkt, der sehr wichtig ist. Die Rennpreise müssten attraktiv sein, damit die Wettumsätze nachher wieder steigen, weil die Rennen interessant werden müssen. Und diese Basis ist der Rennpreis, denn wenn der Besitzer sieht, dass da was getan wird, dann ist er ja auch bereit zu investieren. Aber solange, wie er das Gefühl hat, in ein Loch zu investieren, sagt er irgendwann: ‚Ja, gut, okay, der Sport macht mir unheimlich Spaß, aber da jeden Monat 20.000 Euro reinzustecken oder 10.000 Euro wie auch immer, der eine kann sich ein bisschen mehr erlauben, der andere ein bisschen weniger – ne, das mache ich nicht.‘ Das ist ja auch der Punkt gewesen, dass sich viele, viele Leute zurückgezogen haben. Viele, viele Leute sind aus dem Sport ausgeschieden, die finanziell in der Lage waren, den Sport weiterzuführen, aber das waren die Ersten, die ausgestiegen sind, komischerweise.

Ein bisschen Phantasie: jetzt kommt Scheich Mohammed, was weiß ich, wie er heißt – völlig wurscht. Der hat jetzt ein Pferd, und ich sage, wir können nächste Woche in Mariendorf starten. Jetzt guckt der wahrscheinlich gar nicht und sagt: ‚Gut, okay, können wir starten‘, aber jetzt sieht er auf einmal, dass sein Pferd für 500 Euro Siegpriis läuft, dann sagt er: ‚Für 500 Euro kommt mein Pferd gar nicht aus der Box‘. Wenn ich jetzt sage, der läuft in Frankreich oder in Dubai, oder was weiß ich wo, und da kriegt der Sieger 100.000 Dollar, dann ist er zufrieden, aber wenn da 1.000 Dollar für den Sieger stehen würden, da würden die gar nicht starten.

Der Sport schient immer mehr und mehr zum Hobby zu werden, ähnlich wie der Reitsport, nur kann man den besser vermarkten.

Sollte man jetzt mal hingehen, ist jetzt eine blöde Idee, für die wirst du mich vielleicht auch auslachen, und wir sagen: So funktioniert es gar nicht, wir lassen jetzt die Rennen ohne Rennpreise laufen?

Das könnte höchstens noch bei den Amateuren funktionieren, aber kein Trainer dieser Welt würde rausfahren...

Darauf will ich hinaus, weil der Reitsport so funktioniert. Es gibt aber keine Preise. Es gibt Preise, die sind so gering, es gibt auch Preise die höher sind, im gehobenen Sport von Sponsoren. Den Sport jetzt so zu verkaufen, entweder gibt's hohen Sport, oder es gibt Sport, wo es Schleifen gibt. Da geht es dann los, da muss ich vermarkten, weil ich vermarkte ja nur noch den Sport, ich vermarkte keine Wette mehr.

Und wenn ich jetzt sage, es gibt kein Geld, aber ihr könnt alle teilnehmen, Hobbysport, Hobby-Reiten, denn Reitsport läuft ja auch ohne Preisgelder. Dann müsste der Trabrennsport ja auch ohne Preisgeld funktionieren?

Ich glaube, da hat der Trabrennsport ein zu schlechtes Image, weil daran ja nie gearbeitet wurde. Beim Reitsport ist es nicht so gravierend mit den Vorurteilen, der hat nicht so ein schlechtes Image.

Wenn ich jetzt den Reitsport, den Galopprennsport und den Trabrennsport miteinander vergleiche, man hat ja nicht so einen Einblick, aber es heißt oft, dass es bei den Reitturnieren, bei den Kleinen um nichts geht. Dann sage ich: ‚Ja, aber es geht doch um etwas da, sonst wären die Leute nicht da. Es geht um Spaß, wer ein Pferd hat, möchte sein Pferd präsentieren, er möchte reiten.‘ Und wenn man jetzt, sagt der Trab- oder der Galopprennsport läuft jetzt ohne Rennpreis, kommt die Frage auf, wer setzt sich jetzt auf einen Galopper?

Ja schwierig... wahrscheinlich nicht so viele.

So, jetzt kommen wir nämlich auf das Problem, über diese Dinge habe ich ja zigmal schon nachgedacht. Warum funktioniert es nicht? Es funktioniert aus einem Grund nicht, nämlich einen Traber zu trainieren. Es ist ja nicht so, wie viele glauben. Da muss ich einen Kollegen von mir zitieren Eddy Freund, der ist schon lange tot und der hat immer gesagt: ‚Heinz, ich bin kein Automechaniker, ich bin kein Arzt, ich bin kein Apotheker, ich habe keine Tankstelle. Warum habe ich das nicht? Weil ich das nicht kann. Das ist auch nicht mein Job und auch nicht mein Leben, aber eins habe ich festgestellt, Pferde trainieren können sie alle.‘ Und da habe ich überlegt, da sage ich: ‚Eddy wie meinst du das?‘ ‚Ja‘, sagt er, ‚überleg mal: Ich hatte einen Besitzer, der hat ein Pferd bei mir im Training und hat mir dann Ende des Monats vorgerechnet, was das Pferd, gekostet hat. Und hat wortwörtlich zu mir gesagt: Ich habe so und soviel bezahlt, diesen Monat, und gewonnen haben wir gar nichts. Ich hab dann gesagt, passen Sie mal auf, ihr Pferd, das steht bei mir im Stall, in meinem Training. Es möchte fressen, es braucht eine Box, es braucht einen Schmid, es braucht einen Pfleger, es braucht einen Trainer, es braucht einen Tierarzt und einen Sattler. Alle diese Leute wollen von Ihrem Pferd leben und jetzt kommen Sie und Sie wollen auch noch davon leben, gucken Sie mal, ihr Pferd ist nur so groß, das geht nicht!‘

Und dann geht es ja los, beim Pferd trainieren. Jetzt hast du Spaß und möchtest ein Rennpferd haben und dieses auch trainieren. Aber dafür braucht man ja eine Rennbahn oder zumindest eine gute Bahn in der Natur. Und dann geht es schon los, dann kommen wir schon weiter nach unten und dann wird's schon enger. Trainer gibt es heute keinen mehr, es gibt kaum noch Trainer, die die Pferde ausbilden. Es geht nicht darum, wenn die Pferde soweit sind, es geht ja erst mal um die Ausbildung. Du musst ja erst einmal ein Pferd ausbilden, um ein Rennpferd daraus zu machen, und dabei stoßen viele an ihre Grenzen, was ganz normal ist.

Das ist auch in der Reiterei so. Wenn mir Traber morgen keinen Spaß mehr machen und ich jetzt Reitpferde machen möchte, dann habe ich keine Ahnung davon. Ich weiß wohl, dass ein Pferd springen kann und ich weiß auch, dass ein Pferd galoppieren kann, über ein Hindernis geht, das könnte ich aber gar nicht ausbilden, weil ich nicht weiß, wie das funktioniert. Mit dem Galopper könnte ich schon eher umgehen, aber nicht mit einem Springpferd. Das ist dann so ein Punkt, wo man sagt, da kann ich gar nichts mit anfangen und genauso wird es im Pferdesport mit dem Trabrennsport sein, das ist ja nicht so einfach alles wie das manchmal so aussieht.

Die Trainer, die wir früher hatten, die heute nicht mehr da sind und wo auch keiner mehr nachkommt, da sehe ich ein Riesenproblem im Nachwuchs, darum ist es einfacher ausgebildete Pferde zu haben und engagierte Leute. So wie Emma Stolle, die fahren möchte, die auch Spaß dran hat, was ja absolut richtig ist, aber ich brauche jemanden, der das erst einmal in Gang setzt – und das ist das Problem.

Ich denke auch, dass man sich auf den Nachwuchs konzentrieren muss, ohne den wird es schwer und mit einer einstelligen Anzahl an Lehrlingen und mit Lehrlingen, die in ihren Ställen aber eigentlich nie fahren dürfen und nie Fahrten bekommen und dann, wenn sie fertig sind mit der Ausbildung, Probleme haben einen Job zu finden, kann man nicht viel erreichen. Also außer im Pflegebereich, da wird ja immer gesucht.

Wenn ich da einhaken darf. Der Pflegebereich ist ein Beruf, der im Grunde aus dieser ganzen Geschichte resultiert ist. Du hattest damals zum Beispiel fünf Auszubildende, von denen kam einer weiter, vier kamen nicht weiter. Die sind aber nachher so gut gewesen, dass sie im Pflegebereich und im Training mitarbeiten konnten, weil sie den Beruf erlernt hatten. Das gibt's ja heute nicht mehr.

Ich denke, was in diesem Sport aus zu stark unterschätzt wird, sind die Amateure, sie sind in meinen Augen die konstanteste Stütze, die der Sport noch hat. Amateuren geht es meistens weniger ums Preisgeld, es geht viel eher um den Sieg, eine gute Platzierung oder einfach den Spaß am Rennen fahren. Der Amateursport müsste in meinen Augen viel mehr unterstützt werden, weil ich glaube, dass man über Gäste- und Amateurfahren mehr Leute zum Sport bringen kann.

Aber es ist doch so, das Endresultat, auf die Dauer wird es wahrscheinlich nur noch Amateursport geben. Viele fangen als Amateur an, man braucht aber erst mal genügend Geld, um die Pferde zu kaufen und auch vernünftiges Material. Aber dann kommt der Amateur, der die Amateurfahrerprüfung macht und irgendwo ein Pferd hat, was gar nicht seines ist und wahrscheinlich kann er sich auch gar kein Pferd erlauben und der sagt: ‚Ich könnte Folgendes machen, ich könnte von meinem Freund, meinem Bruder oder von meinem Bekannten ein Pferd trainieren, da kriege ich ja Geld‘ und das wird so bisher überall praktiziert.

Das sind dann die Amateure, die gar keine Amateure sind, die verdienen ihr Geld damit, was eigentlich das Hobby sein sollte und da muss man einen Riegel vorschieben, da muss man aufpassen. Darum sage ich immer: Amateure müssen Amateure bleiben und da muss man genau aufpassen. Früher war es auch schon so. Früher war es ja zum Teil noch schlimmer, wenn ich an Hansi Stamp denke und dann diese ganzen Leute, die waren ja alle Amateure. Er hatte nachher mehr Pferde im Training als mancher Trainer und die haben unter Preis angeboten. Das ist genau das Problem, was heute da ist. Die Kollegen oder viele Kollegen bieten einfach unter Preis an, wo sie genau wissen: Damit können sie gar nicht zurechtkommen. Das kann gar nicht funktionieren.

Wir sind jetzt in alle möglichen Richtungen abgeschweift und wenn man sich das alles so anhört, könnte man meinen: lass uns einfach morgen aufhören und Tennis spielen (Lacher).

Das war gerade gut, was du gesagt hast. Lass uns nicht morgen aufhören, lass uns so weitermachen. Wir sind an einem Punkt, wo wir sagen: Dann lasst uns in Gottes Namen so weitermachen, bevor gar nichts mehr funktioniert. Und ich habe immer gesagt, schon früher in , als Hubert Bergmann noch Geschäftsführer war, da war ich oft, weil ich auch zum Training in Gelsenkirchen war, habe ich dienstagsmittags da ein, zwei Stunden bei ihm gesessen und dann haben wir uns so unterhalten. Da habe ich mal gesagt: ‚Hast du schon gehört, der Holtschneider hört auf.‘ ‚Wie der Holtschneider hört auf?‘ ‚Ja‘, ich sage, ‚der macht das Gestüt zu, der verkauft alles.‘ ‚Ach‘, sagt er zu mir ‚ist nicht so schlimm, da kommt ein Neuer.‘ Ich sage: ‚Hubert, kriegst du noch was mit? Da kommt kein Neuer mehr.‘ Das ist mittlerweile 18 Jahre her. Ich sage: ‚Merkst du noch was? Es kommt kein Neuer mehr. Es hören immer mehr auf. Die Zeit ist vorbei.‘ Ja, und das ist schon lange her. Es ist auch kein Neuer danach gekommen, sie sind immer weniger geworden. Ich habe gesagt: ‚So lange, wie Leute hierherkommen und schimpfen, kannst du nur froh sein, wenn hier keiner mehr herkommt, der schimpft, dann kannst du deine Sache nehmen und kannst nach Hause gehen, denn dann hat keiner mehr Interesse. Derjenige, der noch Interesse hat, der sagt auch noch was, der sagt auch vielleicht Dinge, die man besser nicht sagt, aber aus seinem Sportgeist heraus sagt er das und er sagt dann die Wahrheit.‘ Wenn die nicht mehr da sind ist alles tot.

Und wenn man jetzt in Kompaktform zusammenfasst, was in Deutschland im deutschen Trabrennsport passieren muss, dass es einen Aufschwung gibt, können wir das überhaupt formulieren?

Ja, es gibt eine Möglichkeit. Der Sport in Frankreich zusammen mit der PMU, der ist stark. Ob er immer so stark ist, wie alle glauben, weiß ich nicht, ob er jetzt auch Probleme hat, weiß ich auch nicht, es kann rauf und runter gehen. Da gibt es bestimmt auch genau die Probleme, in einer anderen Form, weil sie auf einer ganz anderen Wellenlänge schwimmen und der Sport ganz anders dasteht in Frankreich. Aber die Möglichkeit, die bestehen würde, ist die:

Wir haben PMU-Rennen in Deutschland, das habe ich auch schon mal zu Heinz Tell gesagt, ich sage: ‚Heinz dann lass den Trabrennsport in Frankreich, die PMU, dass die unseren gesamten Rennsport übernehmen. Selbst wenn sie sagen würden, wir dürfen dann nur mit französisch gezüchteten Pferden hier herumfahren, würden wir das auch noch machen, wenn sie sagen würden, wir geben die Rennpreise, die es auf der Provinz gibt, in den normalen Rennen in Deutschland auch und wir bauen dann ein Programm auf, höher dotierte Rennen und besser dotierte Rennen wie in Frankreich, dann sollen sie den ganzen Sport in Deutschland übernehmen.‘ Es geht ja im Grunde für den Markt PMU um den Wettmarkt, es geht ja um die Wetter und der Markt in Deutschland ist ja gar nicht angefasst. Er ist ja sehr groß. Nur die PMU weiß auch, dass die sowieso unsere Wetter haben, weil das, was du vorhin gesagt, was mit den 500 Millionen Euro, das kommt ja hin, dass das gewettet wird. Nur das wird nicht bei uns gewettet.

Da sind sie ja schon in Frankreich, wenn sie den Markt übernehmen würden. In Deutschland hätten sie natürlich wahrscheinlich einen riesen Wettumsatz, sie müssten das nur genauso aufbauen wie in Frankreich. Aber da gibt es ein Problem, und das ist Lotto, das ist staatlich und PMU ist auch staatlich in Frankreich und da ist unser Problem, der Staat wird nicht genehmigen, dass die PMU in Deutschland den Wettmarkt übernimmt. PMU übernimmt ja nicht nur den Wettmarkt von Pferderennen, die haben ja in Frankreich auch Fußball und was weiß ich. PMU ist ja so ein Wettanbieter, der viele, viele Wettarten hat, aber Pferderennen ist natürlich mit 10 Milliarden Euro im Jahr Umsatz enorm. Ob das PMU machen würde, weiß ich nicht.

Also du siehst für den Trabrennsports, so wie er jetzt ist, keine Chance sich selbst wieder rauszuziehen?

Nein, weil das zu teuer ist. Man müsste ja eine Rennbahn bauen oder umbauen, dass sie Atmosphäre bekommt, dass Leute gerne hingehen und so weiter. Da müssten wir ja so viel Geld investieren, was wir wahrscheinlich so schnell nie mehr reinkriegen und dann müssten wir so einen Berg da haben, wo wir sagen, wir wissen nicht, wohin mit dem Geld. Es gibt mit Sicherheit Leute, die nicht wissen wohin mit ihrem Geld. Herr Mommert vielleicht, aber dann sollte er die Rennbahn mal wieder in Schwung bringen.

Vielen Dank für das Interview, Heinz Wewering!

C: Telefoninterview mit Bernhard Rosengarten am 30.11.2020

Züchter von Trabrennpferden und Initiator der Projekte GoTrabGo und Trab 2025.

Wie kam es zu der Initiative GoTrabGo, was genau hat sie beinhaltet und warum ist sie schlussendlich gescheitert?

Ja, es gab immer mal so Zusammenkünfte von Züchtern und Besitzern. Eingeladen hatte immer Otto Kleverbeck. Ich bin da am Anfang nicht hingegangen, aber dann doch und das waren dann auch sehr viele, ich nenn's jetzt mal vorsichtig Kritikstunden, man kann auch sagen Meckerstunden. Es wurde viel beklagt, was nicht gut ist und was alles Murks ist. Bis dahin, also so 2013 oder 2014 rum, hat mich Sportpolitik, Trabrennsport-Politik eigentlich wenig oder fast gar nicht interessiert. Ich hatte ja meinen Beruf, meinen Hof und die Zucht und ich war viele Jahre Besitzer, das hat mir gereicht, und ich hab mich da eher auf diese Sachen konzentriert, die ich direkt beeinflussen konnte. Aber dann kamen ja diese, ich weiß gar nicht mehr wie sie hießen, Züchtergespräche glaube ich, nachher hieß es dann Regionalkonferenz, dazu hatte immer der HVT eingeladen. Sie waren hier mal im Westen, aber dann auch mal bei einer Großveranstaltung in Berlin, da bin ich dann auch hin. Da waren ganz wenige Leute, vielleicht sechs, sieben, acht, irgendwas zwischen fünf und zehn. Und es war wieder so, es wurde kritisiert und manche brachten auch ihre Einzelsorgen oder Probleme nach vorne. Nachdem das jetzt mehrfach so war, kann man auch fast so formulieren, ist mir so ein bisschen der Kragen geplatzt und ich habe gesagt: Jetzt bin ich zum x-ten-Male hier und es wird immer geklagt und erzählt was alles nicht in Ordnung ist und man müsste ja, und man sollte und haste nicht gesehen. Ich sagte, da hab ich keinen Bock mehr drauf, wir packen das jetzt mal richtig an, mit Managementtools, und versuchen das zu ändern. Es gab Zustimmung und Hilfsangebote. Na ja, aber dann stellte sich schon schnell heraus, dass es damit nicht weit her war. Als ich auf die Leute zugegangen bin, und wollte eine E-Mail haben, da wurde es schon schwieriger. Und wenn ich eine hatte und ich habe sie angeschrieben: ‚Hallo, jetzt legen wir doch mal los‘, kam schon gar keine Antwort mehr. Aber letztlich hatten wir dann gesagt, dass wir mit drei Themen erst mal starten müssen. Diese Themen kamen aus dem Gemecker so heraus: Das eine war das Feld der Besitzer, das andere war die Kultur, die viele anprangerten und Zucht beziehungsweise Zuchtfragen. Dann ist es mir gelungen Dirk Frahm und Maren Hoever zu gewinnen. Ich sollte den Bereich der Besitzer machen, Maren Hoever Kultur und Dirk Frahm Zucht. Damit sind wir drei auch gestartet. Aber das lief sich dann auch irgendwie tot, in so einer Dreiergruppe kamen wir nicht so wirklich weiter. Wir haben zwar einige Ideen gesammelt, ich glaube 39 oder so sind dabei rausgekommen. Ich bin dann mit Dirk Frahm in eine Präsidiumssitzung gegangen und wir haben für diese Ideen geworben. Einiges wurde akzeptiert, aber bei vielem wurde auch gesagt: Nein, machen wir nicht, trauen wir uns nicht. Vor allen die kulturellen Dinge waren ganz schwierig, also mehr Transparenz zu bekommen, mehr Offenheit. Ach, das war ein unendliches Thema, da stieß man mehr oder weniger auf taube Ohren.

Die ethischen Grundsätze des Traberfreundes wurden zwar verabschiedet, aber sind dann mehr oder weniger in der Versenkung verschwunden. Der Rollout-Prozess ist total untergegangen. Da sollten Broschüren an die Aktiven gehen und an die Züchter, aber letztlich ist es noch nicht mal auf der HVT-Seite drauf, auch das Leitbild nicht und so weiter. Ja, das waren so die ersten Schwierigkeiten. Auf jeden Fall in 2015/2016, merkte ich dann, so kommt man nicht weiter. Es wurde einiges erreicht. Die Stutenrennen hatten die gleiche Dotierung, in den Zirkelrennen wurde die Züchterprämie angehoben, ja noch mehr so Dinger, der Marktplatz ist entstanden, Deckhengst-Register und alles so viele Kleinigkeiten, letztlich auch meintrabrennsport.de, was ich wirklich gut finde. Aber das war's dann auch und ich suchte dann nach einer breiteren Unterstützung. Ich habe oft nachts bis um halb drei gegessen, hatte dann auch wirklich so einen Rhythmus, dass ich vor halb drei gar nicht ins Bett zu gehen brauchte, weil ich noch gar nicht schlafen konnte und dann nur geschrieben und getan und gemacht habe. Und irgendwie ja, lässt dann auch mal die Energie nach.

Dann ist die Idee gekommen, dass wir eine große Veranstaltung machen sollten, erst mal hier im Westen, weil ich im Westen bin und habe dann eingeladen, in ein Hotel hier und habe da so eine Art Workshop gemacht. Angefangen mit dem Befinden, habe dann so vier oder fünf Fragen auf Plakate geschrieben und jeder konnte seine Punkte kleben, so wie er es gerade sieht, bei ganz mies oder ganz gut und so weiter und so fort. Diese ganze Technik hat sicherlich viele begeistert, es waren so knapp 40 Leute da, wenn ich mich recht erinnere, aber auch die Möglichkeit, sich mal zu äußern und richtig zu diskutieren, in einem sehr engen Kreis von wirklich Trabrennsport-Begeisterten, die mit Herzblut dabei waren. Und ja, letztlich haben wir dann eine ganze Anzahl von Themen herausgefiltert. Dazu haben wir Arbeitsgruppen gebildet und die Arbeitsgruppen sollten das dann ausarbeiten. Eine war zum Beispiel, was heute immer noch läuft, die TraberParti, damals Traberfond genannt. Das Andere war Überarbeitung der Satzungen und Überarbeitung der Trabrennordnung. Ein weiteres Thema war Wetten. Marketing, weiß ich jetzt schon gar nicht mehr, das war immer so ein Thema, das vagabundierte überall mit herum, aber letztlich ging es mehr um das Erscheinungsbild und so. Naja, und dann haben alle Arbeitsgruppen ca. vier Monate gearbeitet. Dann haben wir uns wieder neu getroffen.

Am zweiten großen Meeting wurden die Ergebnisse vorgestellt. Da wurde eine ganze Menge zusammengetragen, eine ganze Menge Holz in Form von Ideen, aber auch Behauptungen und Meinungen aufgeschichtet. Ja, und dann stand ich da mit meinem Kurs und habe gedacht: Was macht man daraus, wie kriegt man das verändert? Dann bin ich dann so mit drei bis fünf Leuten, die immer sehr enge Berater waren, in Diskussion gegangen. Letztlich haben wir festgestellt, ohne die Machthaber in dem Sport und ohne die Leute, die in der Schaltzentrale sitzen, kommen wir nicht weiter. Oder wir müssen eine Revolution machen, was von durchaus einigen und auch namenhaften Leuten gefordert wurde, die wirklich ganz radikal vorgehen wollten und sagten: ‚Wir müssen jetzt für eine neue Macht sorgen und wir gewinnen auch so viele Leute, entweder die verändern jetzt Strukturen und sind bereit oder wir stürzen.‘ Ich gebe aber ehrlich zu, ich hatte davor Schiss, weil ganz schnell was eingerissen, aber noch lange nicht so schnell wieder aufgebaut ist.

Ich habe gesagt, dass das nicht mein Weg ist und ich würde es wirklich lieber in der Zusammenarbeit versuchen und den Druck in der Zusammenarbeit machen. Indem wir immer wieder mit Ideen und Ansätzen, Impulse habe ich das dann genannt, Impulse gebend, diejenigen dazu zu bringen Veränderungen zu schaffen. Da ist dann „Trab 2025“ gegründet worden.

Da waren alle drin, von denen wir glaubten, dass die was bewegen könnten für den Trabrennsport. Irgendwann hatten wir auch endlich mal einen Termin gefunden und alle schätzten die nicht übliche Zusammenkunft und Zusammenarbeit. In einem zweiten Meeting wurden die Ergebnisse vertieft und letztlich ist der Entwurf der Deutschen Trabergesellschaft entstanden. Der Vorschlag der Superintegration hat nicht so einen Anklang gefunden, damit ist gemeint, dass die unterschiedlichen Disziplinen eines Gewerkes sich klar definieren und untereinander abstimmen und sagen: Wie arbeiten wir zusammen, wie könne wir uns gegenseitig unterstützen und dazu eben auch die Tools erarbeiten? Aber eben dieser Organisationsplan der DTG fanden alle toll und haben gesagt, dass das der Weg ist und den müssten wir gehen und auch mit der Marketingabteilung. Um das im weiteren Meetings zu vertiefen und abzustimmen ist der ganze Prozess ins Stocken geraten. Ich habe alles versucht, über unzählige Anrufe, über Terminanfragen, über persönliche Anrede bei diversen Gelegenheiten, wenn ich zum Beispiel jemand auf der Trabrennbahn getroffen habe um den Fuß in die Tür zu kriegen und weiterzumachen. Letztlich ist es nicht gelungen und man wollte wohl nicht mehr. Warum und weshalb weiß ich auch nicht so wirklich. Man konnte spüren, dass man lästig wurde, man sagte das aber auch nicht, weil da doch noch der Druck einer größeren Gruppe war. Die Anzahl der Leute, die zu GoTrabGo hielten, das alles toll fanden, das hatte schon eine gewisse Macht, das will ich nicht verkennen. Aber da ich auch nicht der große Hauruck-Typ war oder der Revolutions-Typ, ist das mehr oder weniger versandet.

Es gab dann nochmals Ansätze und wir haben gesagt, wir müssen jetzt zwei ganz wichtige Leute des deutschen Trabrennsports überzeugen. Das war einmal Herr Herz und Herr Mommert. Ich bin dann wieder, mit einem meiner engsten Leute, die ja auch bis zuletzt zu mir gehalten haben, da hingefahren. Wir hatten ein Gespräch bei Herrn Mommert, über mehrere Stunden und er sagte, dass er sich dazu noch äußern würde, hat er aber nicht gemacht. Verschiedenste Leute, die Zugang zum Herrn Herz hatten, haben immer wieder versucht dort einen Termin zu bekommen. Manche haben wohl einen gehabt, habe ich mitbekommen, aber ich nicht. Es ist nicht weitergegangen.

Aber wir haben immer noch nicht aufgegeben. Es gab immer noch eine Gruppe, so um die acht Leute, die weitergearbeitet haben. Wir haben dann Broschüren entworfen, wir haben so eine kleine transportable Ausstellung gemacht, Faszination Trabrennsport. Damit sind wir auch zu den Galoppfern gefahren, sind auch auf anderen Veranstaltungen gewesen, alle mit Pferdebezug, haben uns da in irgendeine Ecke, die uns zugeteilt wurde, hingestellt und wenn uns Leute angesprochen haben, haben wir dann mit denen über den Trabrennsport gesprochen, haben Broschüren und Flyer verteilt und so weiter und so fort. Wir waren im Süden, Norden, Osten und Westen, auch auf allen ländlichen Veranstaltungen.

Im Wesentlichen hat's geholfen, TraberParti-Anteile an den Mann zu bringen, aber daraus, sagen wir mal, eine große Veränderungswelle zu kreieren, das war auch nicht möglich. Man hatte schöne Reisen, hat gute und interessante Leute kennengelernt und jeder hat seine Kosten selbst getragen. Dann sind wir aber noch mal hingegangen und haben gesagt: Jetzt ist Jahreshauptversammlung und Wahl, das war die letzte Chance, etwas zu verändern und dann haben wir nochmals einen Vorschlag gemacht, einen abgespeckten Vorschlag zu ersten Anfängen einer Reform. Und zwar, dass die Präsidiumsmitglieder eine Ressortverantwortlichkeit bekommen. Da war dann auch ein Ressort Marketing dabei. Und zu dieser Ressortverantwortlichkeit auch einen Beirat, Leute aus dem Sport, aber nicht zwingend, auch sonstige, einfach Leute, die zu dem Gelingen was beitragen könnten, vier Leute oder fünf Leute, oder so, das war so unsere Idee. Unser Favorit war zu dem Zeitpunkt Herr Schachtner. Es gab die Idee, mit Herrn Schachtner auf Reisen zu gehen: ‚Road-Show 2019‘. Ja, und da wollten wir dann alle Regionen bereisen, das haben wir alles im Januar entworfen. Und wir wollten dafür werben, dass sich Leute sowohl fürs Präsidium als Kandidaten, wie auch für diese Beiräte zur Verfügung stellen. Erklären, wohin man wollte und so weiter und sofort. Die Road Show 2019 ist nicht zustande gekommen. Nichtsdestotrotz, in einer letzten Aktion bin ich dann hingegangen und habe ein Anschreiben an alle möglichen Leute gemacht, mit der Bitte zu der Jahreshauptversammlung zu kommen und ihre Stimme abzugeben und sich zu überlegen, was sie wählen, denn ein ‚weiter so‘ dürfte es nicht geben. Das ist ganz klar so aufgefasst worden, dass ich den Präsidenten stürzen wollte, aber ich habe daraus auch kein Geheimnis gemacht, dass wir eine Erneuerung brauchten, meiner Meinung nach. Das hat letztlich dazu geführt, dass natürlich das andere Lager auch alles mobilisiert hat, ich haben auch jede Menge mobilisiert, es sind noch einige Leute in den HVT eingetreten. Dieses Jahr waren so circa 16 Leute auf der Versammlung und in 2019 waren es 61 Stimmberechtigte, glaube ich, daran kann man schon erkennen, dass man was mobilisieren konnte.

Da hätte ich eine schnelle Zwischenfrage: wie viele stimmberechtigte Mitglieder sind überhaupt im HVT?

Weiß man nicht wirklich, es gibt private Aufzeichnungen und Einpflegungen in frühere Mitgliederlisten.

Das andere Lager hat dann auf jeden Fall gewonnen. Josef Schachtner hat schon vorher durchgezählt, wer steht zu mir, wer nicht, und hat dann in der Sitzung gesagt: ‚Ich kann nicht gewinnen‘ und hat zurückgezogen. Das war meiner Meinung nach taktisch unklug, natürlich hätte er sehr wahrscheinlich nicht gewonnen, aber er hätte mit den zweithöchsten Stimmen ganz andere Ämter beanspruchen können. Für mich war das dann aber letztlich das Zeichen, dass ich mich zurückziehe und das habe ich dann auch relativ konsequent gemacht. Ich bin immer noch dabei, hin und wieder treffen sich noch mal so kleine Gruppen, aber ich packe nichts mehr richtig konkret an. Ich unterstütze weiterhin TraberParti, aber das war's dann auch.

Erst einmal Hut ab vor so viel Energie über fünf Jahre! Das ist ja bei so vielen Rückschlägen auch mehr als verständlich, dass man irgendwann sagt: okay, dann sollte es nicht so sein. Zusammenfassend kann man eigentlich sagen, dass die GoTrabGo-Initiative daran gescheitert ist, dass man die großen Entscheider nicht so auf seine Seite kriegen konnte?

Kann man schon fast so sagen, das Zweite war aber auch, noch ein wesentlicher Aspekt, den ich vergessen habe zu sagen. Es gab dieses zweite GoTrabGo-Meeting, wo die Ergebnisse ausgetauscht wurden, da habe ich nach Leuten gefragt, die umsetzen würden und da hat sich so gut wie keiner gemeldet. Dann kamen so unüberlegte Bemerkungen wie, ach, das machst du schon. Und da muss ich sagen, da war ich ziemlich sauer und hab gedacht: Ihr könnt ich mich doch mal. Ich habe natürlich noch weiter gemacht, habe weiter gekämpft, aber das ist ja trotzdem noch im Hinterkopf geblieben. Es war so gut, aber es waren nur ganz, ganz wenige bereit, sich wirklich einzubringen. Da hin zu kommen, was zu essen, zu trinken, seine Meinung äußern zu können, das fanden sie alle ganz toll, aber konkrete Arbeit - ne, das war nicht unbedingt aller Ding. Was man dann aber auch gemerkt hatte ist, dass das nötige Prozess-Know-how, wie packe ich das an, wie führe ich das zu Ende, nur mangelhaft ausgebildet ist.

Warum wurde das Modell der Deutschen Trabergesellschaft nicht umgesetzt?

Na ja, da war natürlich einmal die Frage des Geldes, aber auch, wer diese Positionen übernehmen kann.

Also, man kann sagen, dass der Sport nicht die Leute hat, die solche Positionen besetzen könnten?

Zumindest aktuell nicht deutlich erkennbar. Es gibt bestimmt welche, die da irgendwo im Verborgenen sind. Ob einige nicht noch mehr könnten, als sie meinen? Aber dann mit ganz neuen Ansätzen, mit einer neuen Denkweise, nicht nur so Knusperbären wie ich mit 70 und dann der nächstjüngere schon um die 60, und der nächstältere schon um die 80. Wir haben auch in einem relativ alten Saft gerudert damals.

Nochmal zum HVT, der sieht sich ja nicht in der Position, den Sport zu vermarkten?

Ist er auch klassisch nach Satzung nicht. Aber er tut es ja teilweise mit der PMU.

Glauben Sie, dass es nochmal zu so einer Initiative kommen könnte, die dann auch erfolgsversprechend ist, dass sich nochmal eine Gruppe findet, dass die nochmal irgendetwas bewegen könnte? Oder meinen Sie, aus der Erfahrung heraus, dass man eigentlich nur gegen einen heißen Ofen pinkelt?

Ja, sagen wir mal so, ich gebe die Hoffnung nie auf. Aber dann ginge es nur, wenn auch wirklich jede Menge junge Leute mitmachen würden, die einfach auch den Zeitgeist anders formulieren. Ich bin ausgebildeter Ingenieur, mein engster Mitstreiter auch. Beide sind wir um die 70 und damit mit einer gewissen Denkweise behaftet und auch mit einem gewissen Prozess-Know-How im Kopf, aber ich spüre auch, dass vieles heute ganz anders geregelt wird. Ich habe es da auch teilweise schon in den Gruppen von TraberParti gemerkt, da gab's einen Austausch über eine WhatsApp-Gruppe, da habe ich mich extrem schwer mit getan, aber letztlich hat es auch immer wieder Ergebnisse produziert. Wie gesagt, da müsste eine andere Dynamik hin. Vielleicht ist das noch so ein Punkt: Ich sehe zurzeit nicht alles schwarz. Zum Beispiel gibt es doch jetzt auch diesen ‚TraberTalk‘, das war schon mal ein Ansatz, dann gibt's doch dieses ‚Gemeinsam für den Trabrennsport‘, ‚meintrabrennsport.de‘ ist deutlich besser geworden, dann ist ‚Hoofworld‘ deutlich besser als das was vorher war. Nur leider ist da die Diskussionskultur kaputtgegangen, das ist sehr schade. Die ‚TrabInside‘ hat sich auch verbessert, mit den ‚drei Fragen - drei Antworten‘, leider noch immer zu wenig, aber sie machen es wenigstens. Also, das sind alles, finde ich, ganz, ganz, ganz durchaus positive Anzeichen, an die ich vor vier Jahren noch gar nicht geglaubt habe, denn da gab's so was überhaupt nicht. Es war wirklich, man kann schon sagen, fast komplett tote Hose. Und Sie selber haben ja auch in der Derbywoche diese Talkshow gemacht.

Ja, genau. Der „Talk mit Emma“ habe ich das genannt.

Solche Dinge, mit guten Leuten und sehr locker gestaltet, das sind für mich positive Ansätze, sodass ich nicht alles schwarz sehe. Aber wenn von oben nicht mehr kommt... Man hat ja das Gefühl, es gibt gar nichts mehr. Im letzten Jahr haben 61 Leute eine neue Präsidentin gewählt. Sie hat in ihrer Antrittsrede gesagt: ‚Wenn nicht sie, wer denn dann‘, hätte ihr Mann gesagt. Und es kommt nichts, 0,0, nicht einmal zur Derbywoche oder zur Breeders Crown ein Grußwort, irgendeine Botschaft zur Breeders Crown an die Züchter. Im Sieger-Zirkel zu stehen und ein paar Blümchen überreichen, wenn das das Präsidentenamt-Verständnis ist, dann herzlichen Glückwunsch. Und das ist leider noch schlimmer eingetreten, als wir es schon alle, die unterlegen waren auf der Jahreshauptversammlung letztes Jahr gedacht haben, so ungefähr 29 Leute war meine Gruppe, wir haben das alle vorhergesagt. Sie ist eine liebe, nette Frau, aber aktuell keine spürbare Präsidentin.

Sie sagten relativ am Anfang des Interviews, dass einige damals einen revolutionären Weg einschlagen wollten, Sie selbst aber eher den verträglichen integrativen Weg. Glauben Sie denn jetzt, dass es auf die ‚harte Tour‘ vielleicht besser gelaufen wäre oder dass, sollte es nochmal versucht werden, ein härterer Weg besser wäre?

So ein bisschen waren wir ja auf dem Trip, wenn wir auf unserer Road-Show 2019 eine richtige Mannschaft zusammenbekommen hätten, die wir auf der Jahreshauptversammlung präsentiert hätten, um den Verband zu führen, dann wäre das ja eine kleine Revolution gewesen, weil wir dann die Alten abgewählt hätten.

Wenn wir da eine Mannschaft zusammengekriegt hätten, mit zwei, drei Leute, die ich schon hatte, die auch aus dem Trabrennsport kommen, die aber auch unternehmerische Fähigkeiten haben, die von der ganzen Art viel kommunikativer und offener sind, dann wäre was möglich gewesen. Ist dann zwar eine demokratische Revolution, aber ja, es wäre eine Revolution gewesen. Jetzt kann ich da nur vor warnen, wenn man so eine Mannschaft nicht hat, die eintritt, wenn alle anderen sagen: So, jetzt ist Schluss. Und wenn man kein Szenario hat, wenn Mommert mal sagen würde: So pass mal auf, unter diesen Voraussetzungen habe ich keine Lust mehr - und es soll trotzdem weitergehen mit dem Sport... Das muss sehr gut überlegt sein.

Vielen Dank für das Interview, Bernhard Rosengarten!

D: Telefoninterview mit Dimitrios Vergos am 02.12.2020

Geschäftsführer des Pferdesportparks Berlin-Karlshorst und damaliger Mitbegründer der Traberliga.

Was genau war die Traberliga, woraus ist sie entstanden und warum gibt es sie heute nicht mehr?

So circa 2006 rum war das. Da gab es die Problematik mit Win Race. Die Zusammenarbeit zwischen HVT und Win Race sah so aus, dass für bestimmte Vereine, zumindest zur damaligen Zeit, die Gefahr bestand, dass man sie nicht mehr wollte. Win Race hat den Standpunkt vertreten, dass es eigentlich nur eine Bahn pro Region geben sollte und das vollkommen ausreichen sollte und dass man die eben hochpushen wollte. Und dann wären natürlich pro Region bestimmte Bahnen weggefallen. Damals war es dann eben so, dass es in erster Linie Pfaffenhofen war, dann hier Karlshorst und Hamburg noch als Spezialfall, weil der damalige Präsident Hunke von Hamburg, der war, was Win Race anging, nicht gerade als Freund zu bezeichnen war. Und das gab wahrscheinlich auch den Ausschlag, dass Hamburg sich auch auf dieser Seite der zu gründenden Traberliga gesellt hat. Das ist eigentlich der Grund gewesen, dass die Traberliga entstanden ist, weil man das Gefühl hatte, dass bestimmte Rennvereine durch das Raster fallen sollten und nicht mehr erwünscht waren. Es ist zwar offiziell immer wieder widersprochen worden, aber es gab genügend Anhaltspunkte, diese Gefahr etwa zu erkennen und deshalb haben wir dann die Traberliga gegründet. Und da gab es eben einmal diese Gründe, wie ich gerade gesagt habe, aus der Opposition zu Win Race heraus und dann gab es einfach Gründungsmitglieder, die auch in der Opposition standen, direkt zum HVT, weil sie mit der Arbeit des HVT, wie sie damals geleistet worden ist, nicht zufrieden waren und die waren dann auch Gründungsmitglieder der Traberliga gewesen, obwohl sie keinen Rennverein in dem Sinne vertreten haben, aber eben den Zuchtverband nicht mehr so in der Form akzeptieren wollten. Das war der eigentliche Hintergrund.

Das Problem der Traberliga ist gewesen, dass du erst mal ein Verein gründen musstest, das ist natürlich das kleinste Übel gewesen, aber du musst eine Anerkennung des entsprechenden Ministeriums haben, um als Zuchtverband agieren zu können. Das entsprechende Ministerium ist in Brandenburg das Landwirtschaftsministerium, da es kein Landwirtschaftsministerium in Berlin gibt. Deshalb ist das sowohl für Berlin als auch für Brandenburg zuständig und das Landwirtschaftsministerium hat uns eine Anerkennung für drei Jahre gegeben. In diesen drei Jahren hat natürlich der andere Verband, sprich der HVT, alles dafür getan, um gegen uns zu arbeiten, damit wir nicht genügend Pferde zusammenbekommen, die ins Zuchtbuch eingetragen werden. Um dann auch eine Verlängerung dieser Anerkennung zu bekommen, weil du musst als Zuchtverband nach einer gewissen Zeit eine bestimmte Anzahl an Pferdematerial haben.

Es war dann leider so, dass der HVT das Starten auf Traberliga-Bahnen, um das jetzt mal ganz deutlich zu sagen, massiv erschwert hat. Pferde die beim HVT genannt waren und am Sonntag in Mariendorf gestartet sind mussten, um am nächsten Sonntag in Karlshorst zu starten, einen Ausfuhrschein beantragen. Karlshorst war dann also Ausland. Ich glaube das hat damals schon 30 Euro gekostet, damit war es also für jeden viel zu teuer und man musste es auch jedes Mal machen. Das hat natürlich sehr viele Besitzer davon abgehalten, hier zu starten und umgekehrt auch bei der Traberliga anzumelden, weil, wer bei der Traberliga angemeldet war, musste dann auch einen Ausfuhrschein beantragen, um dann beim HVT starten zu können.

Also, es war total umständlich, und dadurch sind kaum Pferde in die Traberliga gewechselt. Ich glaube, im Endeffekt waren es dann doch um die 100 Pferde, aber das waren eben die, die auch in Karlshorst stationiert waren in erster Linie. Pfaffenhofen hatte keine eigenen Stationierten und Hamburg hatte auch sehr wenige oder besser gesagt, die haben sich auch nicht so getraut. Ja, und dann hat man eben nach drei Jahren nicht genügend Pferde nachweisen können und darauf hat es dann noch eine kurze Verlängerung vom Ministerium gegeben, aber dann haben wir auch gesagt, „Okay wir wollen jetzt gar nicht mehr weiter den Kampf durchführen. Wir haben dann gesehen, dass es keine Chance gibt und haben uns dann dem HVT und Win Race auch angenähert. Als einzelne Rennbahnen muss man dazu sagen, nicht als Traberliga, aber dann die einzelnen Rennvereine. Die Anerkennung als Zuchtverband ist nicht mehr da, aber als Verein existiert sie immer noch. Sie könnte zwar jederzeit wieder aktiviert werden, wenn man den Antrag stellte und je nachdem was sie dann für Auflagen haben vom Ministerium aber im Moment ruht sie seit dem.

Die Maßnahmen, die da zur regelrechten Bekämpfung eingesetzt wurden waren ganz schön hart und deutlich muss man sagen. Gab es denn nach der Annäherung irgendwelche Veränderungen im HVT? Oder war alles wieder wie vorher und es hat eigentlich nichts gebracht?

Nein. Ich sag mal so, beim HVT gab's überhaupt keine Veränderungen. Es ist ja so, dass der Karlshorster Rennverein überhaupt kein Mitglied des HVT ist, weil die damals geändert haben und keine Rennvereine mehr aufnehmen in ihrer Satzung, nur noch die alten Rennvereine, die damals schon drin waren, dürfen drin bleiben. Aber da wir uns 2004 neu gegründet haben kommen wir da nicht mehr rein und auch alle Rennvereine, die zwischendurch insolvent gegangen sind und jetzt durch neue Vereine vertreten werden, kommen da nicht mehr rein. Das hat sich nicht geändert damals. Das Einzige, was sich geändert hat war die Zusammenarbeit mit Win Race, aus persönlicher Erfahrung muss ich sagen, dass die sehr gut funktioniert hat. Und da waren wir auch ein volles Mitglied, was die Win Race-Rennbahnen angeht, aber das hat dann ja leider auch nicht lange funktioniert. Damit hatte Karlshorst oder die Traberliga dann mal ausnahmsweise nichts mit zu tun.

Konnte man in den drei Jahren denn einige Ziele, die die Traberliga verfolgen wollte, umsetzen?

Es gab einen einzigen Punkt, den wir positiv umsetzen konnten und das war die Zusammenarbeit mit den Buchmachern. Das war auch der große Unterschied der politischen Anschauungen zwischen Traberliga und HVT. Damals hieß es immer, die sind der Tod des Rennsportes, weil die uns auch alles wegnehmen und so weiter und so fort. Diese Ansicht haben wir nie vertreten. Wir haben mit den Buchmachern versucht zusammenzuarbeiten, die uns auch am Anfang überhaupt unterstützt haben, damit es dahin kommen konnte, dass eine Traberliga sich gründen konnte und überhaupt Geld da war. Damit man diese Unannehmlichkeiten übernehmen konnte, also in den ersten Monaten, solange wir konnten, haben wir für die Besitzer die Kosten übernommen, also für die Ausfuhrscheine zum Beispiel. Aber das ist natürlich ein Grund. Das geht natürlich nicht lange, wenn man keine Einnahmen hat. Die Zusammenarbeit mit den Buchmachern basiert auf der Traberliga oder auf den einzelnen Traberliga-Vereinen und die ist sehr positiv gewesen. Die haben uns unterstützt, überhaupt da hin zu kommen, zu gründen und haben auch danach weiter dafür Sorge getragen, dass es zu Übertragungen, zu Fernsehübertragung und so weiter kam, weil wir uns das alleine nicht leisten konnten. Und ich glaube auch behaupten zu können, dass die jetzige Zusammenarbeit mit den Buchmachern darauf basiert, dass die Traberliga das dahin gebracht hat. Das ist das, was wir geschafft haben. Alles andere ist mehr oder weniger im Sande verlaufen.

Die Traberliga ruht sagtest du, also man kann sie immer wieder aktivieren. Aber man hat ja in der Vergangenheit gesehen, dass so ein rapider Weg der Revolution durch die Macht des HVT wenig Erfolg verspricht. Wenn du jetzt mit der Erfahrung von damals zurückblickst, wie meinst du, könnte man da nochmal was bewegen?

Zwei Verbände, muss ich im Nachhinein sagen, war wahrscheinlich nicht der richtige Ansatz. Dafür sind wir ein viel zu kleiner Sportbereich, wir haben einfach insgesamt zu wenige Pferde um beide vernünftig, nebeneinander als Konkurrenz agieren zu lassen und zu glauben, Konkurrenz belebt das Geschäft. Da glaube ich, das ist auf jeden Fall vorbei, das ist dafür viel zu klein um das als Konkurrenz entstehen zu lassen. Die Traberliga ruht ja, sie ist als Verein aktiv, wir machen kleine Beratungen, wir machen kleine Unterstützungen, Anfängerklassen und so weiter. Aber wirklich, ganz klein, auf ganz kleinem Feuer wird hier was getan, eben nur als Verein und nicht als Verband. Das ist der große Unterschied. So, was man jetzt zu der Veränderungen innerhalb des Verbandes, sagen kann: Ich bin persönlich absolut enttäuscht, was jetzt in den letzten Jahren, Jahrzehnten über den HVT gelaufen ist. Ich finde, die Abhängigkeit am HVT ist für den Sport ganz katastrophal, auch wenn dadurch Geld rein fließt in den Sport. Ach, ich glaube einfach, ich kann es auch beim Namen nennen, dass der Berliner Trabrenn-Verein unter der Führung oder des Eigentümers Herrn Mommert zwar sehr viel Geld in den Sport investiert, aber es natürlich insgesamt dazu führt, dass der Sport doch untergeht. Weil ich glaube auch, dass da falsche Maßnahmen und falsche Berater daran sitzen und alleine mit dem Geld kann man das nicht machen.

Wenn man jetzt alleine die Corona-Krise heranzieht, bin ich als Rennverein von ungefähr fünf, sechs verschiedenen Verbänden angeschrieben worden. Von der IHK, und so weiter und so fort, die uns mitgeteilt haben, welche Möglichkeiten es gibt Gelder zu organisieren, um zu überleben und was man machen kann und so weiter und sofort, man hat sich um uns gekümmert, obwohl wir nur peripher irgendwie dazugehören. Vom HVT habe ich in dieser Richtung null gehört oder Unterstützung bekommen. Dann gibt es das schöne Blättchen, das herausgegeben wird, und da strahlt uns die Präsidentin als Bild an und teilt uns mit, dass in Mönchengladbach wieder Rennen sind, oder auch in Karlshorst, das ist egal. Das weiß ich auch so. Ich glaube einfach, dass viel zu wenig vom Verband kommt. Selbst die Hygiene-Konzepte haben die Rennvereine selber gemacht. Ich glaube, bei allen anderen großen Verbänden, DFB und so weiter, sind die auch vom Verband gekommen. Da fehlt natürlich absolute Unterstützung und ich kann, also, ich muss ganz klar sagen, auf Grund dessen ist es auch so bei mir persönlich, dass mich der Trabrennsport nicht mehr oder nur noch peripher interessiert. Ich interessiere mich jetzt noch für Karlshorst als Verein und setze meine Kraft ein, dass wir hier solange wie möglich Rennen veranstalten können und überleben können, aber der Trabrennsport im Allgemeinen, was auch dazu geführt hatte mich damals der Traberliga anzuschließen und auch zu kämpfen mit dem Gedanken, dieser Kampfeswille ist jetzt auf jeden Fall weg und der kann tatsächlich nur noch... vielleicht kann er nochmal entfacht werden, wenn es eine vernünftige Führung beim HVT gibt, oder ein vernünftiges Konzept, wo gefragt wird, dass man noch Leute braucht, die dahinterstehenden und die Kräfte haben. Vielleicht kann man es ja wieder wecken, aber im Moment ist es weg. Und mich interessiert das Konzept eines Gesamtsports, was ja eigentlich das Wichtigste ist, auch zum Nachteil muss man sagen, das interessiert mich aber nicht mehr, da ist die Kraft weg um da irgendwas zu machen.

Der HVT entbindet sich ja von jeglichen Vermarktungsaufgaben und schiebt die alle entweder den Vereinen oder dem Unternehmen German Tote zu, aber ist es die Aufgabe von German Tote?

German Tote gehört zu 51 Prozent der PMU, ist sozusagen die Tochtergesellschaft der PMU. Und sie sind schon die Vermarkter der Rennvereine, aber nicht für den Sport, das ist schon richtig, sie sind Vermarkter für die Wetten. Sie haben die Bilder von den Vereinen zugesprochen bekommen und vermarkten diese, also indem sie die den Buchmachern anbieten, indem sie alles Mögliche im Ausland versuchen und so weiter und so fort und davon Einsätze zu generieren, über die Bilder. Dafür sind sie die Vermarkter und dafür haben sie die Rechte von den Rennvereinen bekommen.

Was den Sport angeht, da mischten sie sich null ein und haben damit auch nichts mit zu tun. Sie versuchen zu vermitteln oder sie reden dann mit, indem sie zum Beispiel sagen: pass auf, im Galopp Rennsport machen sie es jetzt so und so und sie sagen, dass es nicht gut ist wenn die Viererwette verwässert wird, indem man eben mehr als eine am Tag anbietet, als Beispiel, oder dass es nicht gut ist eine Viererwette unter zehn Pferden anzubieten, aber eben nur als Beratung. Nicht, dass sie da irgendwas entscheiden könnten, das entscheidet der Sport selbst, also die Rennvereine in dem Fall.

Bei den Galopprennen ist jetzt zur Corona-Zeit ganz viel passiert ist. Viele verschiedene Aktionen vor allem vom Verband aus gesteuert, aber auch aus privaten Initiativen. Vor allem die Übertragung war sehr professionell, mit einem ganzen Potpourri an schöner Unterhaltung und einem Moderator, der ein Gesicht abgegeben hat. Das lief ja auch über Wettstar, warum geht das bei den Galopprennen, und bei den Trabrennen wird das alles so schleifen gelassen?

Also sie haben klipp und klar erklärt, dass es nur der Anfang war und, dass man sich für die Galopprennen entschieden hat, weil sie sind ja auch die restlichen Gesellschafter von den 49 Prozent muss man dazu sagen, daher haben sie natürlich damit angefangen. Sie wollen das auch für den Trabrennsport ausweiten, das ist der Ansatz. Aber es ist natürlich verständlich, dass man zuerst zu den Gesellschaftern geht, wenn man nicht alles auf einmal machen kann. Und das kostet natürlich einiges an Geld und das muss auch freigegeben werden und deshalb wollten sie das erst mal mit denen testen. Die letzte Aussage war die, dass man jetzt auch ab nächstem Jahr versuchen will, die Rennvereine, sprich Trabrennvereine, einzubinden. Ob das jetzt im Endeffekt funktioniert, werden wir sehen, die wollen das auf jeden Fall, aber hängt natürlich auch vom Geld ab. Ist gerade jetzt mit dieser Corona-Geschichte auch nicht einfach, was die Umsetzung angeht. Sowohl für die Rennvereine, aber auch die anderen Wettanbieter online, es ist nicht so prickelnd. Die Onlineanbieter haben bei der ersten corona-bedingten Schließung und dann bei der Durchführung ohne Publikum auf ihre Prozente verzichtet. Was bei den Vereinen natürlich sehr gut ankam, weil man hatte zwar Verluste, aber kaum Verluste, die unerträglich waren. Jetzt sieht es anders aus, jetzt haben sie gesagt, wir können nicht mehr verzichten, wir kämpfen ja auch. Und damit haben wir natürlich irgendwo um die acht Prozent weniger Ertrag bei sowieso nur Onlineanbietern. Aber gut, deshalb sage ich ja, weiß ich nicht genau, vom Plan her wollten sie das Anfang des Jahres anfangen, ob das so auch hinhaut, aber das ist auf jeden Fall der Plan.

Jetzt kommt ja noch mit dazu, dass man nur etwas vermarkten kann, wenn es auch was zu vermarkten gibt. Die ganzen Umstände in denen sich der Trabrennsport momentan befindet begünstigen ja auch jegliche Vermarktungsabsichten nicht wirklich?

Das ist richtig, aber es kommt einfach nicht zu einem vernünftigen Zusammenschluss um so etwas zusammen zu besprechen, um dann zu sagen: okay, so wollen wir es machen - und das gemeinsam. Das ist das große Handicap des Trabrennsports. Wir haben keine Gemeinsamkeit, ohne jetzt irgendeine Schuld zu schieben zu wollen. Jeder ist dabei einfach seine eigenen Vorteile zu suchen. Kleines Beispiel, bei der letzten Sitzung, wo wir die Renntermine verteilt haben, gab es für Karlshorst im April keinen, oder doch es gab einen einzigen Sonntag, den wir nutzen konnten, weil die anderen Sonntage waren entweder mit Mariendorf oder Hoppegarten besetzt. Dieser Sonntag ist dann von Hamburg beansprucht worden, obwohl sie auch einen Sonntag weiter gehen könnten. Allerdings hätten sie dann gegen Mariendorf veranstalten müssen. Anstatt hinzugehen, und zu sagen, okay, jeder schluckt ein bisschen was.

Hamburg kann gegen Mariendorf veranstalten und Karlshorst natürlich nicht, muss man ganz klar sagen, auch wenn's schlechter ist. Nein, die haben sie nicht bewegt, sodass wir dann auf den Montag gegangen sind, anstatt einen Sonntag zu haben. Und das ist nur ein kleines Beispiel, es wäre eigentlich problemlos möglich gewesen einen Sonntag weiter zu gehen mit Hamburg, aber da wäre Mariendorf drauf gewesen, gut, da hätten sie zwei, drei, vier, fünf Pferde verloren, wenn überhaupt, kommt ja auch darauf an, wie man die Ausschreibung gestaltet.

Diese Zusammenarbeit, die fehlt natürlich absolut, dass man auch sagt okay, wir wollen jetzt nicht nur den Vorteil für unseren Verein, sondern wir wollen den Vorteil für den Sport. Ich persönlich sage auch immer: Wir haben ja keine PMU-Rennen mehr, aus bestimmten Gründen, aber wir sind ja sowieso egal. Ich will auch gar keinen Sonntag als kleiner Rennverein. Ich will gar keinen Toprenntag haben, wenn es Vereine gibt, die an diesen Tagen viel mehr Umsatz generieren können. Ich will nur eine Möglichkeit des Überlebens haben und deshalb fordere ich schon seit langem: Wir müssen einen gewissen Umsatzanteil in einen Pool spielen, der dann dafür genutzt wird, kleinen Vereinen, die die guten Termine den anderen geben, damit auch viel mehr Umsatz generiert wird an dem Tag, überleben können. Und daher brauchen wir einen Ausgleich. Aber da sind wir so weit von entfernt, das gibt es gar nicht. Dabei wäre das eigentlich das logischste. Sagen wir mal, Mariendorf macht jeden Sonntag einen Schnitt von 10.000 Euro, Karlshorst macht einen Schnitt von 5.000 Euro, als Beispiel, warum soll dann eben Mariendorf nicht jeden Sonntag bekommen und dann halt nicht Karlshorst drauf sein, weil die eben 5.000 Euro pro Rennen mehr generieren. Aber dafür muss dann natürlich was in den Topf fallen und dann kann Karlshorst Montag oder Freitag veranstaltet, hat dann meinetwegen nur einen Schnitt von 4.000 Euro pro Rennen und der Tausender muss dann ausgeglichen werden. Wäre doch für den Gesamtsport viel positiver, aber da gibt es keine Bewegung.

Warum hat Karlshorst keine PMU-Rennen mehr?

Ich sag jetzt mal klipp und klar, meine Meinung ist die, dass es eine Contra-Meinung gibt, die nicht will, dass Karlshorst mindestens 3.500 Euro darüber schreibt. Das ist meine Meinung. Die offizielle Meinung ist die: Wir haben ein Werbeschild am Ziel, mit Lucky Million, hat man mir gesagt, und Frankreich ist nicht damit einverstanden, dass wir so einen Partner haben. Und deshalb wollen sie uns nicht in dem Programm der PMU-Rennen haben. Ich habe bei denen, die ich in Frankreich kenne nachgefragt und die haben mir gesagt, dass man in Frankreich, also sowohl über PMU, als auch über die Buchmacher-Schiene, die ja auch Franzosen und so weiter machen, nichts davon wusste. Also, so viel dazu.

Könnt ihr da was gegen tun?

Nein. Es ist eine Vergabe über den HVT und wenn die sagen: geht nicht, dann geht's nicht. Da schafft's noch nicht mal die PMU sich einzumischen.

Man hat das Gefühl, dass es untereinander ein Konkurrenzkampf ist. Wer macht den höchsten Umsatz? Wer hat die bessere Bahn? Aber alle vergessen, wenn der Sport kaputt ist hat ja keiner mehr eine Bahn und keiner mehr Umsatz.

Ja, genau. Und deshalb sage ich auch immer: München und Hamburg waren früher einigermaßen die stärksten Gegenden, was Pferde-Anzahl angeht, insbesondere Hamburg. Als dein Vater noch fast jeden Tag im Kreis gefahren ist, waren in Hamburg jeden Sonntag und jeden Donnerstag Rennen und dann gab's samstags noch Elmshorn. Dafür gab es genügend Pferde. So und jetzt ist Elmshorn platt gegangen und schon ist der Bestand total zurückgegangen. Ich sag's immer wieder, auch an Mariendorfs Stelle, sag ich immer: Überlegt euch, ob ihr Karlshorst verlieren wollt, weil wir haben eine Menge an Besitzern, die nur deshalb da sind, weil es Karlshorst gibt und wenn wie wegbrechen, dann werden die Renntage in Mariendorf noch schlechter zu bestücken sein. Ich meine, das ist jetzt schon nicht so positiv bestückt, wenn man bedenkt, wenn man alle Auswärtigen rausziehen würde, dann würde Berlin keinen Renntag zusammenbekommen. Ist vielleicht ein bisschen übertrieben dargestellt, müsste man genauer nachgucken, aber jeder zweite Renntag würde ausfallen, wenn wir nur Berliner Pferde nehmen würden. Das ist jetzt das Konzept von Mariendorf, okay. Damit machen die das. Es ist aber einfach notwendig, dass die kleinen Vereine bestimmte Besitzer auffangen können. Das war in Pfaffenhofen genauso, als der weggebrochen ist, dass Pferde einfach weg waren.

Und dann noch mal zurück zu deiner Frage, weil die alle rummeckern. Da gehe ich aber auch, muss ich ganz klar sagen, nicht in diese Foren. Weil, entweder stellt sich jemand mir vor und hat Kritik und kann dazu stehen und auch sagen wer er ist, dann kann ich da drüber nachdenken und das akzeptieren. Aber dann sage ich denen auch immer gerne in den letzten Jahren: Ich habe kein Problem mit den Ideen, wir können die gerne auch noch mal ausprobieren und sage dann im Endeffekt, wenn es unter die Gürtellinie geht: Pass mal auf, ihr könnt gerne die Rennbahn haben für null Euro und einen Renntag durchführen, auf eigene Kosten. Und ich sag mal so, ich bin mit Sicherheit von 20 Leuten im Laufe der Jahrzehnte so angegangen worden und keiner von denen hat überhaupt am nächsten Tag noch mal gesagt: ja, wäre eine interessante Geschichte, das mal in die Hand zu nehmen. So viel zu diesen negativen Meinungsäußerungen, insbesondere anonym.

Aber wenn du jetzt mal zusammenfassen müsstest, was passieren müsste, das sich noch einmal was zum Positiven verändert und der Sport noch mal einen Aufschwung erlebt, was wäre das?

Es ist eigentlich genau das, was schon vor 20 Jahren hätte passieren müssen, das Wichtigste ist eigentlich, dass die Veränderung unserer Gesellschaft heutzutage und diese Bahn-Geschichte nicht mehr up to date ist. Wir müssen uns eigentlich ein Beispiel nehmen an den erfolgreichen europäischen Staaten wie Frankreich, aber die haben natürlich eine Tradition, also wenn wir damit anfangen dauert es.

Wir müssen versuchen, mindestens die Hälfte an Läden aufzumachen und den Sport nach außen zu tragen. Genau so wie es in Frankreich mit den PMU-Läden läuft, das ist für mich die einzige Möglichkeit, um diesen Sport zu retten. Um ihn als Lobby zu stärken, um ihn nach außen zu tragen und wirklich Massen zu begeistern. Wobei ich persönlich glaube, das Produkt kann es, wir müssen es nur an den Mann bringen und das tun wir ja nicht. Ich meine wir haben so 60 bis 65 Buchmacher-Läden, wo die Bilder gezeigt werden. Das ist dann natürlich absolut in den Hintergrund gedrängt worden, durch die Fußballwette, weil Fußball natürlich viel mehr Anhänger hat als der Pferdesport. Jetzt hast du zwar immer noch die 60 Läden, aber da läuft im Vordergrund natürlich Sport und irgendwo in einer Ecke meinetwegen Pferde, das ist weit zurückgegangen.

Und dann haben wir fünf oder sechs Onlineplattformen, wo du dich anmelden kannst. Aber ich denke diese fünf, sechs Onlineplattformen leben mehr oder weniger von dem gleichen Publikum. Ich glaube, dass ein Fan wahrscheinlich mindestens zwei oder drei Konten hat und sowohl bei Wettstar, Pferdewetten.de, RaceBets und Trotto registriert ist. Jeder Anbieter hat mit Sicherheit keine 3.000 oder 4.000 Konten, die jeweils Einzelne sind. Die Masse fehlt und die kriegst du nur, wenn die Leute zur Bahn kommen oder man den Sport hinausträgt. Wir brauchen keine 20.000 Geschäfte, aber 5.000 Geschäfte wären auch mal was in Deutschland, im Vergleich zu 60, die wir derzeit haben.

Wenn wir das nicht hinkriegen und angehen, haben wir nur die Chance, so wie jetzt im Kleinen rum zu wurschteln und im Endeffekt passiert genau das, was nicht passieren soll. Ich meine, keiner möchte gerne mit Mariendorf gemeinsam veranstalten, kann ich auf der einen Seite verstehen, weil ganz klar, da wird so viel Geld reingepumpt, positiv, um die Wette natürlich auch dahin zu locken mit den ganzen Jackpots, mit den Garantien, soviel hat kein anderer Verein die Möglichkeit zu machen. Also gehen die Wetter dahin. Das zeigt aber, dass die Jackpots gar nicht neues Geld akquirieren, sondern einfach nur eine Verschiebung herstellen. Weil das Geld fehlt dann München als parallel Betreiber oder was weiß ich. Wir haben einen geschlossenen kleinen Kreis und aus dem kommen wir in der Art nicht raus. Wenn wir damit so zufrieden sind, okay. Aber selbst wenn wir damit zufrieden sind, weil wir es schaffen, als einzelner Verein, alles auf uns zu konzentrieren, wird es irgendwann mal natürlich langweilig werden. Denn wenn es nur noch einen Rennverein gibt, dann gibt es auch keine interessanten Rennen mehr. Die Struktur und die Anzahl wird weiter zurückgehen, und dann wirst du meinetwegen noch einen Renntag in der Woche machen können auf einer Bahn, aber das werden immer dieselben Pferde sein, ne. Das kann nicht interessant sein.

Deine Worte waren ja, dass der Sport auch nach außen gebracht werden muss, wie in den PMU-Läden, aber dafür müsste man ja eigentlich die Wetten unter einen Hut bringen, sodass alles im Sport bleibt, dass man einen Anbieter hat, der dem Sport irgendwie zugehörig ist?

Richtig, keine Frage. Ich bin leider kein Insider gewesen, aber Win Race war eigentlich ein solches Modell, das ist natürlich auch vollkommen gescheitert. Ob die Rennvereine zu wenig Kompetenz abgegeben haben oder ob da die falschen Leute einfach nur saßen, das kann ich nicht beurteilen, aber vom Ansatz her war das ja der richtige Ansatz. Vielleicht ist der richtige Weg ja schon eingeschlagen, mit Wettstar und der PMU. Es könnte ja sein, wenn man der PMU vertraut, und sagt: Pass auf, wir sind schon so stark globalisiert, das die PMU auch unseren deutschen Sport übernehmen könnte, um ihn ähnlich wie in Frankreich zu vermarkten. Die Durststrecke bis genügend Geschäfte aufgemacht sind und so weiter, sollten die vielleicht stark genug sein, dann ist es vielleicht sogar der richtig positive Weg. Man muss nur einfach davon überzeugt sein, dass es aufgrund der Globalisierung grenzüberschreitend möglich ist. Wenn man natürlich kleinkariert, denkt: ‚Ne, ne, das ist uns viel zu gefährlich, denn die PMU wird Franzosen immer bevorzugt behandeln‘, dann kann das wahrscheinlich wieder nichts werden. Aber ich denke, soviel haben wir nicht zu verlieren, wenn man den Versuch starten würde.

Vielen Dank für das Interview, Dimitrios Vergos!

E: Interview mit Heinz Tell am 02.12.2020 in Berlin

Ehemaliger Präsident des HVT, nun Geschäftsführer und zweiter stellvertretender Präsident.

Wie bekommt man eine Totalisatorgenehmigung und was hat es mit den Buchmachern auf sich?

Der Verein muss die Totalisatorgenehmigung beim zuständigen Wirtschaftsministerium beantragen, der Wirtschaftssenat, oder der Wirtschaftsminister, ist auch derjenige, dem der Verein gegenüber Rechenschaft ablegen muss, beispielsweise über die Mittelverwendung. Und die Totalisatorgenehmigung kann der Verein nur bekommen, weil der Staat dem HVT die Zuchtüberwachung und die damit verbundenen Leistungsprüfungen übertragen hat. Daher gibt es ja auch diese 96 Prozent Rennwettsteuerrückstattung. Das ist eine reine Subvention des Staates. Das kann man dann relativ leicht berechnen, wir haben im letzten Jahr 15 Millionen Euro Umsatz gemacht, davon fallen fünf Prozent Rennwettsteuer an, früher waren 16 zwei Drittel Prozent, jetzt sind es nur noch fünf Prozent, also 750.000 und davon werden 96 Prozent an die Rennveranstalter zurück ausgeschüttet. Insofern hat der Staat da schon immer noch ein Wörtchen mitzureden. Wir stehen aber wegen dieser Rennwettsteuerrückstattung, weil das Subventionen reinsten Wassers sind, auch tatsächlich immer unter EU-Recht. Das spielt dann bei der Neufassung Glücksspielstaatsvertrag aus 2011 eine große Rolle.

Aber vorher sah es ja so aus, dass ganz am Anfang alle Wetten nur auf der Bahn getätigt wurden. Dann gab es irgendwann Leute die wetten wollten, aber nicht auf der Bahn, daraus entstanden die Buchmacher. Die bekamen von der Rennbahn 8-12 Prozent Provision, sie haben aber nur die Wetten weitergeleitet, von denen sie sich keine Rendite erhofft haben. Als diese dann auch noch nach Malta gegangen sind, ging nichts mehr an die Bahnen, sie haben lediglich die Bilder bezahlt. Der Abfluss nach Malta wurde groß und immer größer. Die Buchmacher haben die Rennvereine langsam ausgeschmolzen, oder alles das abgeschmolzen, was da war. Der Unterschied zwischen der Buchmacher-Wette und einer Totalisator-Wette ist der: Am Totalisator spielt der Wetter gegen den Wetter und dessen Spielverhalten verändert die Quote. Beim Lotto findet man dieses Prinzip zum Beispiel auch wieder, auch da spielt der Spieler gegen den Spieler. Diese ersten Geburtstagszahlen bis 31, wenn die kommen, gibt's immer weniger. Alles das, was jenseits von 31 ist, ist das, wo es die entsprechend hohen Summen gibt. Bei einer Buchmacher-Wette spielt man gegen den Buchmacher, er rechnet sich etwas aus und sagt ich gebe dir 15 für 10, oder jetzt sagt man ja 1,5 für 1.

Wir waren also damals in der Situation, dass wir einen Aufstand gegen Herrn Wilms im HVT gemacht haben und ich gehörte schon in dieser Zeit damals mit Herrn Mommert zusammen zu den Umstürzern. Das war im Dezember 2005, im Januar 2006 haben wir den HVT dann in die vorläufige Insolvenz abgemeldet, der hatte 1 Millionen Euro Schulden, wie wir dann festgestellt hatten.

Das, was die Rennveranstalter umgebracht hat, war völlig legal. Das muss man sich mal überlegen, es war nichts Schöfeliges dabei. Das war eben das Wirtschaftsleben und gerade wo die Globalisierung immer mehr und mehr um sich greift, ist das natürlich so, dass die Gewinnmaximierung ins Auge gefasst wird und dass danach gestrebt wird und sie umgesetzt wird. Jetzt ging es weiter, ich habe den HVT von 2006 an dann mit Herrn Mommert und mit einigen anderen Leuten zusammen gemacht. Herr Stadler war da noch mit dabei, nicht immer als Präsident, aber doch eigentlich immer im Vorstand. Ich bin also für alles das, was heute schlecht läuft, mitverantwortlich, das muss man sagen, seit 2006 zumindest hab ich das alles wesentlich mitgeprägt.

Aber auch diese Neufassung des Glücksspielstaatsvertrags und jetzt sind wir im Jahre 2011: Wir mussten das natürlich austrocknen, das, was den Rennsport an dieser Stelle umgebracht hat, musste eine neue gesetzliche Grundlage kriegen. Das ist mit unglaublich viel Lobbyarbeit gemacht worden, auch mit Hilfe von Herrn Herz und mit Win Race damals, sodass es eine Neufassung des Glücksspielstaatsvertrages gegeben hat und dieser Glücksspielstaatsvertrag einherging mit einer Neufassung des Rennwett- und Lotterieggesetzes. Man wollte die Wette, die Pferdewette, die es ja seinerzeit nur als Sonderform gab, um die Leistungsprüfung als solche refinanzieren zu können, auf eine Sportwette erweitern. Das war die Pferdewette nie, es gab sie immer als Sonderform und sie ist es auch heute nicht. Wir weigern uns immer noch Teil einer ganz normalen Sportwette zu sein, wir wollen natürlich diesen Sonderstatus haben, denn nur über diesen Sonderstatus gibt es eine Subvention oder ist eine Subvention auch nach EU-Recht möglich, nämlich diese Rennwettsteuer-Rückerstattung. Ein Sportwettanbieter kann keine Steuerrückerstattung erhalten, die kriegen wir nur für die Pferdezucht, deswegen ist dieser Zuchtgedanke ein so wertvoller.

Die Rückerstattung richtet sich also nach den Bahnumsätzen? Wenn die immer weniger werden, dann wird die auch die Rückerstattung weniger?

Na klar. Jetzt sind wir aber trotzdem erst mal bei der Neufassung des Glücksspielstaatsvertrags. Er kam dann im Jahre 2012. Ich weiß nicht, es gab keinen Wirtschaftsausschuss in Deutschland, vor keinem Länderparlament, vor keinem Bundestagsausschuss, an dem wir nicht vorbei getingelt sind und wo wir nicht versucht haben, die Dinge dann in diese Richtung zu bringen. Irgendwann gab es dann diese Neufassung, wo wir eben eine bestimmte Position hatten. Diese Position war die, dass man gesagt hat: Jede Wette, die in Deutschland abgegeben wird ist ihrer Rechtsnatur nach eine deutsche Wette. Das heißt, sie muss in Deutschland versteuert werden. Ob der Wetter in London, Paris oder in Honolulu sitzt spielt überhaupt keine Rolle. Es ist den Buchmachern eigentlich verboten worden, Festkurswetten anzubieten, auch die, die es jetzt gibt sind eigentlich illegal und das, was das Entscheidende ist wurde unser schärfste Waffe, nämlich den Buchmachern zu untersagen, kopierte Quoten zu verwenden. Der Rennveranstalter kann eine Quote errechnen aufgrund des Wettverhaltens der Spiele, der Buchmacher kann es natürlich nicht, weil der diese Möglichkeit ja überhaupt nicht hat. Wir haben es ihm über den Glücksspielstaatsvertrag eigentlich auch verboten. Der Buchmacher darf keine Quote ermitteln und er darf sie eigentlich auch nicht kopieren.

Er müsste eigentlich jede Wette, die beim ihm ankommt auch tatsächlich abschmeißen, weil er selber überhaupt keine Zahl fassen kann. Er darf eigentlich keinen Festkurs machen und er darf die Quoten nicht kopieren und damit hast du sie eigentlich trocken gesetzt, eigentlich. Das war schon Zauber-Zug an dieser Stelle damals. Denn auch wenn's zwischen dem Kunden, dem Buchmacher und Malta hin und her gegangen ist, die 31:10, die das Pferd zum Beispiel gezahlt hat, der in Mariendorf gewonnen hat, war natürlich die Quote, die auf der Bahn aufgrund des Totalisators ermittelt worden ist. Er sagt, ich gebe dir 31:10 und die hätte er ja überhaupt nicht gehabt.

Diese drei Sachen waren eigentlich ziemlich genial und dann kamen so viele Dinge, wo wir eigentlich damals mit Win Race zusammen weiter waren als wir es dann ein bisschen später waren. Dr. Michael Vesper, jetzt Präsident des Deutschen Galopp Rennsportes, war zu der Zeit Präsident des Deutschen Olympischen Sportbundes, und der Deutsche Olympische Sportbund hatte natürlich eine unglaublich starke Position. Wir sind eigentlich dazu gekommen damals. 14 Tage lang schien es in trockenen Tüchern zu sein, der Urheberrechtsschutz für Sportveranstaltungen. Wir haben gesagt, wir brauchen nur etwas zu machen, wie das GEMA-Modell, also die sportliche Veranstaltung, die irgendwelche Umsätze generiert, soll tatsächlich daran, zu welchem Anteil auch immer, beteiligt werden. Dann wären wir ja sehr schnell auf der sicheren Seite gewesen, denn dann kann wetten, wer, wo und wie auch immer will, wenn also absolut sichergestellt ist, dass es davon eine entsprechende Rückerstattung gibt. Der Deutsche Olympische Sportbund hat in Deutschland natürlich ein besonderes politisches Gewicht, sehr viel mehr als der Rennsport hatte. 14 Tage später zog sich der Deutsche Olympische Sportbund aus unerklärlichen Gründen zurück und dann hatten wir keine Chance mehr. Das Urheberrecht wollten die großen Wettanbieter natürlich überhaupt nicht haben, sie wollten weiter in diesem Graubereich operieren wie sie es bis jetzt auch machen.

Aber wenn man jetzt also Online bei den Wettanbietern außerhalb der Bahn wettet müssen die doch irgendeine Quote anbieten, damit ich auch was gewinnen kann?

Ja, nach wie vor die kopierte Quote von den Rennveranstaltern. Nun ging es also weiter, Glücksspielstaatsvertrag kam, nicht mit dem Urheberrechtsschutz, aber wenigstens so weit, dass man eben sagen konnte, jede Wette, die in Deutschland gemacht wird, ist eine deutsche Wette und muss in Deutschland der Steuer unterworfen werden. Daher hat es dann die Änderung vom Rennwett- und Lotteriegesezt gegeben, nämlich die 16 zwei Drittel Prozent, die bis dahin für Sportwetten, beziehungsweise Pferdewetten da drin standen, wurden jetzt auf fünf Prozent gesenkt.

Das zusammen ist eigentlich die wirtschaftliche Grundlage des Pferderennsports und mit diesem Glücksspielstaatsvertrag zusammen sollte also die Sportwette freigegeben werden. Der Staat wollte 20 Lizenzen dafür vergeben. Damit war das Unglück natürlich vorprogrammiert. Wir haben unisono damals alle, die wir da drin saßen gesagt: Macht diesen Scheiß nicht. Legt es nicht fest.

Ihr könnt diese 20 nicht belegen, es ist eine wild gegriffene Zahl. Warum 20, warum nicht 18 oder 21? Wenn du nur 20 hast, dann ist das in Ordnung, aber in dem Moment, wo der 21. kommt, liegt alles auf Eis. Und genau so ist es, der 21. hat geklagt und seit 2011 gibt es keine Rechtsverordnung, die tatsächlich sicherstellt, dass das, was damals eigentlich geregelt werden sollte, geregelt wird. Das Gesetz schwebt jetzt irgendwo, alle anderen machen nach wie vor das, was sie wollen, da ist niemand da, der sich verpflichtet fühlt da einzugreifen. Das ist die politische Situation, in der wir uns nach wie vor befinden. Eigentlich wären alle Dinge da und es dauert jetzt, die Klage ist vor dem EuGH anhängig und sie wird mit Sicherheit erfolgreich sein, weil die Zahl 20 eben nicht zu rechtfertigen ist.

Habe ich das richtig verstanden, dass die Rennwettsteuer durch diesen neuen Staatsvertrag im Moment noch in der Schwebe ist? Weil ein 21. geklagt hat?

Das ganze Gesetz ist nicht in der Schwebe, nur die Vergabe der 20 Lizenzen ist in der Schwebe. Die Änderung von den 16 zwei Drittel auf die fünf Prozent das hat sehr schnell geklappt. Weil die Differenz von fünf zu 16 zwei Drittel Prozent kriegt natürlich der Staat. Und 96 Prozent von 16 zwei Drittel Prozent waren natürlich entsprechend mehr als 96 Prozent von 5 Prozent und der Rest davon ist jetzt natürlich im Staatshaushalt verschwunden.

Die Wettanbieter zahlen also weiterhin 16 zwei Drittel Prozent Steuern, aber die Rennvereine kriegen nur 96 Prozent von 5 Prozent wieder?

Nein, die zahlen auch nur fünf Prozent, die Buchmacher und auch die renommierten Anbieter.

Also alle, die Wetten anbieten, zahlen 5 Prozent Steuern und der Staat gibt doch aber dann 96 Prozent davon zurück?

Nur an die Rennveranstalter. Das, was im Glücksspielstaatsvertrag stand, ist, dass die deutschen Buchmacher das, was sie auf deutsche Rennen an Buchmachersteuer zahlen, Buchmachersteuer und Wettsteuer ist identisch, geht auch an die Rennveranstalter zurück. Das ist der Unterschied zu früher, wo die Buchmachersteuer eigentlich weg war oder gleich immer beim Staat war.

Warum hat es der Trabrennsport in Deutschland nie geschafft sein eigenes staatliches Monopol dafür zu gründen, wie zum Beispiel die ATG in Schweden?

Eine interessante Frage. Was haben die anderen Länder besser gemacht? Warum ist die ATG oder die PMU besser? Frankreich hat ein bisschen mehr als 60 Millionen Einwohner, Schweden rund 10 Millionen, von der Größenordnung her.

Die ATG setzt 3,5 Milliarden Euro umgerechnet von Kronen pro Jahr um und die PMU, in ihren guten Jahren 10 Milliarden, jetzt sind sie bei 8,5, das schwankt auch immer so einen bisschen. Corona hat auch da einige Einbußen gefordert, denn der Lockdown ohne Rennen ging sehr lange und sie haben damit ihre beste Einnahmequelle verloren. Sie leben von den Umsätzen, die in den Bars und den PMU-Läden gemacht werden, der Online-Umsatz spielt da nicht so eine überragende Rolle. Das, was bei uns anders ist, als bei denen, fangen wir mal an: Jeder einzelne Rennveranstalter durfte seinen Totalisator bilden, konnte Außenstellen machen und alles das, was da umgesetzt worden ist, ist tatsächlich an den Veranstalter gegangen. Wir hatten seit 1922 allerdings in Deutschland auch die Werbefreiheit für Buchmacher. Seitdem hatten wir ein Parallelsystem in Deutschland. Wir hatten Buchmacher auf der einen Seite und auf der anderen Seite ein Totalisator-Prinzip, etwas, dass es in Ländern wie Frankreich oder in Schweden nicht gegeben hat, Buchmacher waren dort ganz einfach verboten.

Warum wollte man überhaupt Buchmacher haben?

Das ist schwer im Nachhinein zu begründen. Man hat sie in der Weimarer Republik ganz einfach zugelassen, da sind die entsprechenden Anträge gekommen, im Zuge der damals herrschenden Gesetze war es eben möglich entsprechende Buchmacher Lizenzen zu bekommen und darauf wetten zu halten. Das ist dieses angelsächsische Prinzip, in England gibt es überhaupt kein Totalisatorsystem, es gibt nur dieses Buchmachersystem. Überall, wo der Rennsport funktionierte, war er zentralistisch geführt, das war er in Deutschland natürlich nicht. Es gab die großen Rennveranstalter: München, Berlin, Gelsenkirchen, Hamburg, Dinslaken, Gladbach, die waren eigentlich alle große Nummern damals. Jeder war sehr darauf bedacht, sein Geschäftsfeld zu machen. An eine gemeinsame Vermarktung hat in Deutschland niemand gedacht. Die Rennvereine waren untereinander spinnefeind muss man sagen. In Deutschland waren Galopp und Trab eigentlich verfeindet, das haben wir erst zu meiner Zeit aufgelöst, bis dahin waren sie genauso miteinander verfeindet, wie die Rennvereine untereinander. Die Rennvereine im Galopp untereinander auch. Es war ein ständiges Konfrontationsfeld, sodass man also auch der Politik gegenüber nicht mit einer Stimme gesprochen hat.

Das, was die anderen also anders machen konnten, war so, weil die von Anfang an nicht diese Mix-Form hatten, in England gab es nur die Buchmacher und in Schweden und in Frankreich beispielsweise nur ein Totalisator System. Alles das war da zentral gelenkt, da gab es eine Genehmigungsbehörde und alle Rennbahnen hatten sich dem zu unterwerfen. Diese Dinge waren somit wesentlich einfacher als in Deutschland, wo du acht verschiedene Machtzentren hattest. Es ist ein konföderatives System, so ein bisschen wie die Sache mit den Bundesländern. Wenn du einen Zentralstaat hast, dann ist es leichter, eine Covid-Verordnung durchzusetzen, als wenn du sie mit 16 Ländern abklären musst. Genauso war es hier auch.

In Schweden spielt der Galopprennsport fast überhaupt gar keine Rolle, in Frankreich ist es es 50/50, was die Umsätze anbetrifft. Dann haben sich die Verbände zusammengesetzt, in Frankreich genauso wie in Schweden, wobei das in Frankreich jetzt für uns die größere Rolle spielt, und haben gesagt: Wir müssen die Vermarktung unserer Wette zentral machen, wir müssen ein Vermarktungskonzept haben, wir brauchen alles das, was dazu notwendig ist. Gleicher Auftritt, gleiche Wett-Slips, gleiche Wett-Schiene, die wir anbieten wollen und das dann alles landesweit. Die Wettleidenschaft der Franzosen ist natürlich wesentlich größer als das normalerweise hier hierzulande der Fall ist. Diese Gesellschaften fürs Wetten, die PMU, gehört jeweils zu 50 Prozent France Galop und Cheval Francais, das ist unser eigentlicher Partnerverband, also der HVT von Frankreich, das gleiche System gilt in Schweden. Das heißt also, dass die Vermarkter den Verbänden gehören, damit ist natürlich klar: Egal, womit die Vermarkter ihr Geld verdienen, auch bei der PMU kannst du inzwischen Fußballwetten machen, können die Inhaber dieser Firma sagen, dass eine bestimmte Marge, zwischen sechs und acht Prozent in die Ausgangssportart, Trab oder Galopp zurückfließen muss. Mit dem Ergebnis, wir nehmen jetzt mal die zehn Milliarden: fünf Milliarden kommen von Galopp und fünf Milliarden von Trab und diese fünf Milliarden müssen erzielt werden. Die Umsätze in Trab sind normalerweise besser, als die in Galopp, damit aber eine Parität hergestellt wird, kriegt Galopp so viele Rennen mehr, bis die diese fünf Milliarden auch erreicht haben, von der Vermarktung her.

Jetzt gibt es ja in Frankreich jeden Tag fünf, sechs, sieben, acht oder neun Rennveranstalter aktiv, aber landesweit bewettbar sind immer nur zwei, nämlich die, die man auf Equidia im TV sehen kann. Nur die bei Equidia gezeigten Veranstalter sind landesweit bewettbar, alle anderen sind nur regional über die Bahn selber zu bewetten, also die haben nur Bahnumsatz. Den Bahnumsatz können die auch behalten. Wenn sie auf Equidia sind, gibt's das Andere dann oben drauf. Die Rennpreise an sich werden aber immer von der Zentralorganisation bezahlt, von France Galop genauso wie von Cheval Francais. Wir sprechen da jetzt in einer Größenordnung in Frankreich von 500 Millionen Euro, die an Rennpreisen und Züchterprämien ausgekehrt werden, 250 bei Trab und 250 bei Galopp. Das ist natürlich dieses Schlaraffenland, das wir uns immer wünschen und wo wir so gerne hinwollen, aber wo wir sicherlich nicht hinkommen.

Eine kurze Zwischenfrage, dieses Lotto-Toto-System hier in Deutschland, das ist doch ein Hemmschuh, im Vergleich zu den genannten Ländern Schweden und Frankreich?

Ja, also Lotto Toto ist für den Staat ein Goldesel. Lotto Toto ist damals nur durch die Zustimmung des Pferderennsports in Leben gerufen worden, weil die sich gedacht haben: Lotto, das kann nichts Besonderes sein. Dann gab es auch eine Zeit lang diese Rennquintette, die ja über Lotto vermarktet worden sind. Die waren ungeheuer erfolgreich, diese Rennquintette waren immer zwischen 50 und 100 Tausend DM dotiert. Die gab es jede Woche einmal und du konntest von außen wetten und die Umsätze waren immens.

Nur dann hat Lotto natürlich so lange an der Spielform rum experimentiert und rumgedoktert, bis die Umsätze immer geringer wurden, bis sie dann irgendwann mal gesagt haben, es lohnt nicht mehr, wir stellen ein. Die haben natürlich überhaupt kein Interesse daran gehabt, neben Lotto eine Spielform zu entwickeln, die Geld abgesaugt hat von Lotto. Also ganz einfach, 60 Prozent dessen, was bei Lotto an Umsatz generiert wird, wird wieder ausgeschüttet. 40 Prozent versickern im System. Da gibt es 17 Lotto Vorstände, wo jeder mehr verdient als die Bundeskanzlerin.

Dann kann man ja sagen, dass damals schon eine absolute Fehlentscheidung seitens des Pferderennsports getroffen wurde?

War eine absolut falsche Entscheidung. In Schweden und in Frankreich gibt es kein Lotto. Dieses Lotto-Euromillionen, da sind sie dabei. Es gibt aber kein Länder-Lotto in Frankreich, nur am Eurolotto dürfen sie sich beteiligen. Das Entscheidende ist aber, es gab in diesen Ländern keine Buchmacher. Du könntest ein Totalisator-System etablieren, wo es natürlich über dieses Totalisator-System tatsächlich auch gesetzlich immer möglich war, die entsprechenden Rückflüsse in die jeweilige Ausgangssportart zu kanalisieren. Der Staat war in Schweden sowieso daran beteiligt, in Frankreich war er es nicht, aber die PMU steht unter sehr starker Aufsicht durchs Landwirtschaftsministerium, weil eben alles das, was mit Zucht in Frankreich zu tun hat, darüber gemacht wird.

Wenn der deutsche Trabrennsports sich damals zusammengeschlossen hätte, damals hatten wir ja noch ein paar Rennvereine mehr, die es ja inzwischen alle nicht mehr gibt, Recklinghausen oder Pfaffenhofen, die ja alle umsatzstark waren, wenn die sich damals zu einer gemeinsamen Vermarktungsorganisation zusammengeschlossen hätten, dann wäre es natürlich möglich gewesen. Es hat nur den Willen dazu nie gegeben, weil sich jeder in seinem eigenen Universum bewegt hatte. Den Rennveranstalter in Frankreich ist es niemals anheimgestellt worden, selber etwas zu machen, sondern es ist immer von oben verordnet gewesen. Da wird von oben nach unten durch regiert und da werden die entsprechenden Vorgaben gemacht.

Da sind die Entscheidungswege natürlich entsprechend kurz und die sind dann wirklich nur an der Sache selbst orientiert, weil eben nicht lauter Landesfürsten dann noch mitentscheiden können, sondern da entscheidet einer ganz oben, natürlich auch mit dem entsprechenden Gremium und die haben ganz viel richtig gemacht. Muss man ganz einfach sagen, indem sie dahin gekommen sind, wo sie jetzt stehen. Bei uns ist es jetzt also so, dass wir uns immer in Abhängigkeit von irgendwelchen Veranstaltern befinden. Das ist in Frankreich nicht so, die können den Veranstaltern die entsprechenden Direktiven geben und können dann eben auch entsprechend beeinflussen, was da passiert.

Hätte man nicht trotz der Erlaubnisse für Buchmacher und trotz Lotto eine eigene Institution gründen können, die alle Rennbahnen zusammenfasst?

Ja, hätte man müssen, nach heutiger Sicht oder wenn man damals bereit gewesen wäre, über den Tellerrand zu sehen und wie die anderen es machten, die waren ja damals schon sehr erfolgreich, dann lag es einfach auf der Hand. Man hat es aber nicht getan. Es gab auch niemals einer Bestrebung des Zusammenschlusses der Rennvereine oder die Überlegung, sich mit Galopp zusammenzutun, gemeinsame Wettten zu etablieren, einen gemeinsamen Vertriebsweg aufzubauen, das gab's nie.

Das große Problem war, dass es überhaupt kein Problembewusstsein gab, was das anbetreffend hat, oder auch gar nicht den Wunsch nach Veränderung, oder die Idee, tatsächlich aktiv eine neue Art der Vermarktung zu entwickeln, die dann zu etablieren und entsprechend zu unterstützen, mit einem Produkt, das ja in sich wertig war. Diesen Ansatz, so wie er bei den anderen gemacht worden ist, den gab es gar nicht. Man hätte ja nur mal nach Frankreich zu schauen brauchen, auch da hat sich das erst in den Neunzigerjahren alles so ergeben, genauso wie in Schweden, dass man da hätte versuchen müssen oder können, den Schulterschluss herzustellen. Es hat ja nie den Ansatz gegeben, sondern erst, nachdem wirklich alle Rennvereine im Grunde pleite waren und Win Race kam. Keiner hat eigentlich mehr einen Toto kriegen können, weil Sporttech nicht mehr bereit war, mit den einzelnen Rennveranstaltern überhaupt noch Leasingverträge zu machen. Dieses komplette Toto Equipment ist immer geleast worden und drei Prozent vom Umsatz mussten dafür bezahlt werden. Dieser komplette Elektro-Toto ist auf der Basis von Umsatz-Leasingraten berechnet worden und als die dann eine Zeit lang nicht bezahlt haben war Sporttech auch nicht mehr bereit, den Rennveranstaltern diesen Toto zur Verfügung zu stellen. Genauso wenig wie die Telekom bereit war, den Satellit zur Verfügung zu stellen, weil die Rennvereine einfach nicht bezahlt haben oder nicht konnten. Da kam dann Herr Herz und das muss man ihm zugutehalten, der hat alle mit der Keeper eingesammelt hinter sich und die waren heilfroh, dass sie erstens Bilder hatten, und zweitens, dass sie einen Toto hatten, den sie alle schon nicht mehr haben bezahlen können. Das war diese Win Race-Situation, die dem deutschen Trabrennsport damals schon sehr geholfen hat.

Wo aber die Rennveranstalter natürlich, aufgrund von Knebelverträgen, das muss man ganz einfach so sagen, alle nichts zu sagen hatten. Win Race hat ihnen die Bilder natürlich nicht umsonst gegeben, sondern das war immer in Form von kleinen Kreditverträgen, sodass nach kürzester Win Race-Zeit, München eine halbe Million Euro Kreditverbindlichkeiten bei Herrn Herz hatte, Dinslaken hatte 700.000 Euro, Gladbach auch, alle in der Größenordnung. Die Rennvereine haben dann quasi ihre eigene Fähigkeit, wirtschaftliche Entscheidungen treffen zu können, abgetreten. Auf Grund dieser Verträge und der Umständen der alleinigen Vermarktungsrechte an Win Race, die international nicht sonderlich erfolgreich waren. Das ist damals wie heute so, unsere Rennen sind, wenn wir sie in Deutschland vermarkten, um die 10.000 Euro wert, denn größere Umsätze pro Rennen gibt es in aller Regel nicht. In Frankreich sind diese Rennen jedoch weitaus mehr wert.

Also hat Win Race mit dem Sport viel verdient?

Nein, man muss einfach sagen, die haben unterm Strich nichts verdient. Die haben ganz viel Geld in den Sport geblasen, manchmal auch an der falschen Stelle, vielleicht auch mit dem falschen Personal. Sie haben Geld für Dinge ausgegeben, die es eigentlich nicht gebraucht hätte. Nur das, was tatsächlich entscheidend war, war die politische Wende. Die ist mit Herz Geld und mit von Herz bezahlten Lobbyisten tatsächlich herbeigeführt worden. Der neue Glücksspielstaatsvertrag, der hätte funktioniert, wenn er denn entsprechend umgesetzt worden wäre. Die Instrumente, die man sich damit gegeben hat, die waren scharf genug, damit konntest du das alles ändern. Das, woran es eben gefehlt hat, war der ganz große Wurf, tatsächlich so etwas wie eine Volkswette zu etablieren, Fernsehzeit zu kaufen, für eine Viertelstunde, fünf Minuten, zehn Minuten auf einem öffentlichen Sender. Um das Spiel mit lebenden Zahlen zu zeigen und dass es wesentlich interessanter ist, als die Ziehung der Lottokugeln, die ja todlangweilig ist. Du hättest eben bereit sein müssen, diese Dinge standen alle im Raum, aber sie hätten Geld gekostet. So etwas wie einen „Harry Boy“ bei Aldi aufzustellen. Diese Dinge, waren alle schon besprochen. Wir sind da überall gewesen, haben mit denen geredet. Und dann kaufst du dir die Fernsehzeit und dann garantierst du eine Million Euro, aber nicht wie die V75, wie sie in Schweden gewettet wird, wo du sieben Sieger in Reihe erraten musst, die liebt der Deutschen nicht so sehr wie diese normale, einfache Wette. Diese Dinge hätte es gebraucht, um dieses große Geld hineinzubringen, was eine Quinte+ Fünferwette in Frankreich zum Beispiel jede Woche leistet, nämlich die garantierte Million.

Auch bei Lotto rennen die Leute wegen der Millionen hin und nicht wegen des dritten Ranges, wo du 27,80 Euro kriegst. Dann musst du natürlich auch bereit sein, wenn sie denn getroffen wird, zu bezahlen und das ist eben mit verdammt viel Geld verbunden. Daran ist es nachher gescheitert, weil diese Entwicklung auf 20 Jahren beruht, die sich Frankreich und Schweden genommen haben, wo sich die Töpfe auf diese Art und Weise aufgrund der Umsätze so aufgebaut haben, dass du sie garantieren kannst.

Wenn man jetzt mal ausrechnet: 10.000 Euro sind Umsatz, 75 Prozent davon müssen nach Rennwett- und Lotteriewettgesetz ausgeschüttet werden, das heißt, wir sprechen über 7.500 Euro, die du überhaupt nur angreifen kannst. Alles andere sind ja sowieso Milchmädchenrechnungen. Diese 7.500 Euro teilen sich auf: auf eine Siegwette, auf eine Platzwette, auf einen kleinen Einlauf, auf einen großen Einlauf und auf eine G4. Nun weißt du genau, was du aus dieser Wette rausholst, selbst wenn du der Einzige bist, der mit Macht trifft, du hast überhaupt gar keine Chance. Und das ist das Problem, dass der Pool einfach nicht so groß ist, dass er für einen Wetter einen Anreiz bietet. Das tun aber die anderen Töpfe im Ausland. Daher kommen ja diese immensen Umsätze, die sich natürlich immer wieder selber befruchten. Wenn da so viel drin ist, dann sagst du: Den wette ich jetzt mal einen Hunderter, ob er nun gewinnt oder nicht, aber erste Chance hat er schon für mich. Wenn der Schuss dann sitzt, dann wettest du die nächsten drei, vier, fünf Rennen natürlich auch nochmal in derselben Größenordnung hinterher, weil du ja angefixt bist dann in dem Moment. Alle diese Dinge, die haben wir doch nicht, es gibt doch überhaupt nicht diesen Anreiz.

Den versuchen wir doch erst mit dem deutsch-französischen Gemeinschafts-Toto wieder zu machen. Fängt ja auch langsam wieder an, aber nur, weil wir natürlich aus eigener Kraft, das gehört zur Ehrlichkeit dazu, überhaupt nicht mehr dazu in der Lage sind einen solchen Topf zu bilden, den man angreifen möchte oder kann.

Jetzt ist ja der Pott aber nicht so klein, weil wenig Leute wetten, denn laut meiner Info von Andreas Gruber (trotto.de) beträgt der gesamte Markt für Pferdewetten ca. 600 bis 800 Millionen Euro. Das ist richtig viel, vor allem wenn man bedenkt, dass die Traber letztes Jahr ca. 15 Millionen Euro Umsatz an ihrem Toto hatten, ist das nur ein kleiner Bruchteil des eigentlichen Marktwertes. Die Rennen, auf die gewettet werden soll sind einfach nicht wirklich attraktiv für Wetter, weil es meistens einen klaren Favoriten gibt der bei 1,0:1 oder 1,2:1 steht. Das liegt meiner Meinung nach daran, dass immer nachgefragt wird, welche Pferde im Rennen starten und sich gute Pferde so meistens aus dem Weg gehen.

Also die Zahl an sich, die stimmt, wir sind dichter bei einer Milliarde als bei 600 Millionen. Genau aus dem Grund, wie wir gerade gesagt haben, Geld sucht sich immer seinen Weg, ähnlich wie Wasser. Das ist natürlich sehr einfach, gerade wenn du so seriöse Anbieter wie die PMU hast. Du kannst natürlich auf ganz vielen Wettplattformen auf der Welt Geld verlieren, wenn die Kohle weg ist, dann ist es einfach so. Es ist aber oftmals ganz schwer, wenn du gewonnen hast, auch tatsächlich das Geld zurückzukriegen. Das macht natürlich diese seriöse Abteilung anders, wie die PMU, wie auch Trotto mit Herrn Mommert, die gehören natürlich alle dazu, sodass wenn du triffst, du natürlich auch dein Geld wieder kriegst.

Internet ist ja Fluch und Segen zugleich. Früher bist du davon abhängig gewesen, nach Mariendorf zu gehen, 104 Mal im Jahr. Du hattest eine Traberzeitung und hast dir die Formen ansehen können. Diese Lokalität von Umsatz, die ist ganz einfach aufgehoben. Auch früher gab es schon Rennen in München, aber da hat man aus Berlin nicht drauf gewettet. Jetzt wettet man nach München, weil man ja jetzt ein Bild hat. Früher konnte man diese Rennen gar nicht sehen und hatte auch die damalige Traberzeitung aus anderen Regionen gar nicht. Dadurch war man gar nicht informiert, man kannte die Pferde nicht und auch nicht die Formen. Heutzutage hat man jedoch alles auf Knopfdruck parat. Man kann sich alle Rennen angucken, auch die früheren, man hat sofort einen Vergleich. Thorsten Tietz, zum Beispiel, ist ein Phänomen. Egal wo er fährt, er kann dir immer sagen wer da läuft, auch wenn der in Italien fährt, dann sagt er dir aus dem Kopf jedes Pferd, das in diesem Rennen ist, wo sie die letzten Male waren und ob der anfangen kann oder nicht. Alle diese Informationen hattest du doch früher nicht. Das ist natürlich jetzt die Globalisierung, die eben anders ist, als es früher war. Das ist der Grund, dass du dann automatisch die Kohle dahin schickst, wo es den entsprechend größeren Ertrag gibt. Und die Fehler haben wir vor 20 Jahren gemacht, als wir nämlich versäumt haben eine Vermarktungsorganisation, eine Vermarktungsstruktur zu schaffen, die in der Lage war, solche Quoten, wie du sie überall erzielen kannst, tatsächlich überhaupt erst mal zu realisieren. Der Umsatz pro Rennen ist der entscheidende Parameter, an dem sich alles weist.

Der Vermarkter der Wette des Trabrennsports ist ja German Tote bzw. Wettstar. Wenn man das jetzt alles betrachtet worüber wir gesprochen haben müsste man sich ja fragen: Was machen die denn dann aber falsch?

Mit denen arbeiten wir natürlich zusammen, das ist jetzt einigermaßen schwierig zu sagen. Die machen nicht viel falsch, die machen ganz viel richtig. Ich kenne die internen Zahlen natürlich sehr gut, die Umsätze, die sie machen, die sind immens, die gehen nur nicht in den deutschen Sport. Sie sind ein globaler Player und sie machen das, was jede Firma macht: Gewinnmaximierung. Sie sind Technikanbieter. German Tote gehörte ursprünglich mal 22 Galopprennvereinen und dem Direktorium. Die Galopper haben es besser gemacht, die haben sich in Racing Bets organisiert. Racing Bets war eine von 20 Lizenzinhabern der Sportwette in 2012, zu diesem Zeitpunkt hat Herz sich aus dem deutschen Sport zurückgezogen, mit einem großen Knall. Der wollte nämlich den HVT übernehmen, das wollten wir aber nicht. Wir wollten nicht übernommen werden von Herz, weil wir nämlich zu dem Zeitpunkt schon die PMU-Verträge hatten. Diese Verträge werden immer nur zwischen den Verbänden abgeschlossen.

Ich bin dann irgendwann nach Frankreich gegangen und konnte sehr gut mit dem Dominique de Bellaigue, PMU, und habe ihm gesagt, dass es im Moment ein Zeitfenster in Deutschland gibt, in dem man diese 20 Lizenzen bekommen könnte. Die waren unglaublich wichtig und gut und Racing Bets war einer davon. Ich habe ihm sehr angeraten, die working majority von German Tote zu übernehmen. Die Muttergesellschaft von German Tote war Racing Bets, das war der Finanzier im Hintergrund. Dann hat er zu mir gesagt: bring du Trab und Galopp zusammen, dann kommen wir. Und so ist es dann also auch passiert. Die PMU hat 51 Prozent von German Tote übernommen. Das heißt also, wenn man sich die Kapitalstruktur von German Tote ansieht, dann gehört die zu 51 Prozent den Franzosen. Was für uns natürlich gut ist.

22 Galopprennvereine, plus Direktorium sind Inhaber von den jetzt noch 49 Prozent, die übrig geblieben sind. Trab hat keine Puseratze an dieser Geschichte, Trab lebt aber davon, dass es das eiserne Gesetz der PMU ist, Trab und Galopp gleich zu behandeln. Auf diese Art und Weise kriegen wir eine Finanzierung für unseren Sport. Da haben wir also tatsächlich etwas gekonnt. Kein Rennverein muss, etwas für die Bilder bezahlen, kein Rennverein muss etwas für den Toto bezahlen. Alle diese Dinge werden aus Frankreich gezahlt, über German Tote. German Tote hat natürlich nicht nur die 15 Millionen von Trab in Deutschland oder von Galopp, sondern die sammeln die Kohle weltweit ein für die PMU. Sie machen ein Vielfaches von dem, das ist ein Riesengeschäft.

Jetzt zur Frage: was machen die falsch? Die leiten ihre Wetten und das Geld dahin, wo dieses Geld Ertrag bringt oder da, wo die Risikobereitschaft desjenigen, der sein Geld ins Feuer wirft, dann also auch entsprechend honoriert wird, weil die Gewinnaussichten wesentlich besser sind. Es ist verdammt schwer, diese deutsche Wette wieder anzuschieben. Das, was wir nicht gebacken kriegen, oder nicht mehr, kriegen die hin.

Die Galopprennvereine profitieren natürlich von den gewaltigen Umsätzen, die German Tote trotzdem schreibt, nur nicht in Deutschland. Aber sie sind natürlich am internationalen Geschäft beteiligt. Damals, als die Franzosen gekommen sind hat man gesagt: Womit ihr euer Geld verdient, ist scheißegal, wenn sichergestellt ist, dass in Deutschland dasselbe passiert, wie in Frankreich, nämlich zwischen sechs und acht Prozent des Ertrages. Ob die jetzt mit Fußball, mit Basketball, mit Handball oder womit auch immer ihr Geld verdienen, ist doch scheißegal, wenn von allen Umsätzen sechs oder acht Prozent an Trab und an Galopp zurückgehen, dann wären wir im Schlaraffenland. Dann kann nie wieder etwas passieren, unabhängig von dem Ertrag, den die Pferdewette in Deutschland macht, die wäre dann daran überhaupt nicht mehr geknüpft. Sie ist es jetzt noch, aber die ursprüngliche Idee war an der Sportwette zu partizipieren und davon die Quersubventionierung vorzunehmen.

Aber diese sechs bis acht Prozent fließen ja nicht?

Nein, sie fließen nicht, weil es die Sportwette in dem Sinne gar nicht gibt. Alle die, die am Markt waren, waren bis jetzt illegal. Deswegen hat die PMU auch in Deutschland keine Fußballwette propagiert, weil sie es in Deutschland nicht durfte. Seriöse Firmen haben es nicht gemacht, nur die anderen, die alle nicht zugelassen waren, die aber der Staat hat gewähren lassen. Solange, bis man jetzt gesagt hat ja, nun sind sie ja da, nun müssen wir sie irgendwie legalisieren. Die haben ja den Markt seit 2012, seitdem er eigentlich hätte reguliert sein sollen, das war ja der Ansatz, den die Politik damals mit dem Glücksspielstaatsvertrag hatte. Es ist nur nie passiert, leider.

Und gibt's da noch Hoffnung, dass sich daran für den Trabrennsport nochmal was ändert?

Na klar. Wenn diese Sportwetten tatsächlich in Sack und Tüten sind, wenn jetzt mal irgendwann vom EuGH eine Entscheidung getroffen ist. Die Zahl 20 fällt, es müssen 30 oder 40 ausgegeben werden. Dann verschwinden auch ganz viele von den Unseriösen oder den Kleinen wieder vom Markt, der Markt bereinigt sich ja selber. Aber Organisationen wie die ATG oder die PMU, die Milliardenumsätze haben, die werden natürlich bleiben und irgendwann wird es dann sicherlich auch so kommen. Der Weg an sich, der ist bereitet, das ist er aber schon seit 2012. Nun kann man ja niemandem erklären, warte mal noch ein bisschen ab, das wird schon. Eigentlich hätte es längst geworden sein müssen, aber es ist nun wie es ist und es ist einigermaßen schwierig.

Jetzt haben wir ja ungefähr alles, was die Vermarktung der Wetter angeht besprochen, aber der Sport hat ja nicht nur Probleme im Umsatz, sondern auch in der Basis selbst. Da sehen ja viele, der im Sport Aktiven, den HVT in der Aufgabe den Sport zu vermarkten und attraktiv zu gestalten, sodass ihn auch immer noch Leute betreiben wollen.

Jetzt bin ich mal gespannt, machen Sie mal einen Vorschlag was könnte der HVT denn machen? Sie kennen jetzt mittlerweile die Struktur. Der HVT hat weder eine Rennbahn, noch hat er Geld. Er lebt von 1,865 Prozent des Umsatzes der Rennwette, den die einzelnen Veranstalter auf den Bahnen machen. Klar, der HVT ist immer in der Generalhaftung. Was bitte soll er denn jetzt machen? Wir haben eine attraktive Website, wir sorgen dafür, dass wir die wichtigen internationalen Verträge haben, die Geld nach Deutschland bringen. 4,5 Millionen Euro allein aus Frankreich jedes Jahr. Wir haben alle Rennen zu genehmigen, die die Rennveranstalter uns einreichen. Wir haben nur zu kontrollieren, ob sie der Trabrennordnung entsprechen, wie auszuschreiben ist steht in der Trabrennordnung. In dem Moment, wo das passiert, ist das in Ordnung. Wir rechnen nach, wenn es Rennen mit mehreren Einsatzterminen sind, wobei auch tatsächlich jeder Einsatz hinterher Rennpreis geworden ist. Ob der Veranstalter 800 Euro drüber schreibt, wie in Karlshorst, oder 2.000 oder 2.500 bei einem normalen Rennen, wie Herr Mommert oder 120.000. Euro garantiert sind, wie im Derby, das ist nicht unsere Entscheidung. Wir kontrollieren hinterher nur, ob er die Rennpreise ausschüttet, wie der Rennverein ausschreibt oder woher er die Kohle kriegt, um hinterher also tatsächlich zu bezahlen, darauf haben wir null Einfluss. Genauso wenig darauf, ob man im Tribünen-Haus ein Schild braucht: Hier sind die Toiletten, oder ob man da nur der Nase hinterherzulaufen braucht. Das sind alles Dinge, die bei den Veranstaltern liegen. Die Veranstalter betreiben nach wie vor ihr eigenes Geschäft. Es gibt keinen Zusammenschluss von irgendwelchen Rennbahnen in Deutschland untereinander, weder für eine gemeinsame Vermarktung, noch für einen gemeinsamen Auftritt, noch für irgendeine übergreifende Idee, wie man Leute auf eine Rennbahn bringen kann. Wenn wir als HVT vorschlagen zum Beispiel Amateurfahren für Fahrer, die weniger als fünf Rennen gewonnen haben, auszuschreiben, dann sagen die Präsidenten der Veranstalter immer sofort: Ja. Die Rennsekretäre sagen aber, dass sie keine Pferde kriegen und der Erste, der dann auf die Umsätze guckt, sagt dann: Ohne den Pögel geht's nicht, weil der die verlässliche Größe ist und wir brauchen ihn ganz einfach als Umsatzträger, er ist die Butter auf der Stulle, die den Geschmack gibt. Es gibt nichts, was wir den Rennveranstaltern an sich vorschreiben dürften oder könnten.

Wir sind eine Aufsichtsorganisation für den Rennbetrieb, nur dadurch, dass es uns gibt, gibt es überhaupt die Toto-Erlaubnis und die Rennwett-Steuererklärung. Leistungsprüfung und Zucht müssen Sie immer in den Hinterkopf nehmen. Jetzt sind wir also in der Situation, dass wir null Einfluss haben auf das Produkt, wie es gestaltet ist, null Einfluss auf dessen Finanzierung, null Einfluss auf die Geschäftspolitik eines Rennveranstalters. Das lässt Mommert sich nicht sagen, das lässt Herz sich nicht sagen, das lässt sich nicht einmal ein Esser in Gladbach sagen, ein rein amateurgeführter Verein. Wir können eine Boxen-Ordnung erlassen, wir können sagen, dass die Pferde nur eingestallt werden dürfen, wenn die Boxen tatsächlich frisch eingestreut sind. Diese Dinge können wir alle machen, da können wir auch den Rennveranstalter entsprechend belangen. Wir sind aber nicht die Strategiestelle, die eine gemeinsame Wette etablieren könnte, das könnte tatsächlich nur German Tote.

Wir sind auch nicht die, die irgendeine Art von Werbekampagne machen könnten. Wir könnten sie doch nicht mal finanzieren. Wir haben weder Manpower, noch Geld für alle diese Dinge. Wir sind ein Betrieb, der mit acht Leuten arbeitet. Diese ganzen Sachen ringsherum, mit der Organisation des Rennsports, und zwar so, dass sie vom Staat akzeptiert wird, dass der Staat sagt, das ist in Ordnung, so wie er es macht, die lassen wir zu. Deswegen gibt es auch die staatliche Kohle. Wir machen im Hintergrund sicherlich eine ganze Menge. Wir konnten helfen, dass die PMU nach Deutschland gekommen ist, zum Beispiel. Wir konnten helfen, dass da die Geldflüsse aufgemacht worden sind, weil es da Verträge zwischen den Verbänden gab. Dieses Geld kommt aber nicht uns zugute, sondern den Rennveranstaltern. Die Rennveranstalter entscheiden was damit ist. Wir haben nicht mal den Einfluss darauf, zu entscheiden, wie so ein PMU-Rennen, das nur durch uns zustande kommen kann, ausgeschrieben wird.

Hat denn jemand mal die Rennvereine angeregt, ihre 1,865 Prozent an den HVT vielleicht auf 2,5 Prozent zu erhöhen und dann mit diesen 0,635 Prozent vielleicht eine Public Relations Abteilung für die Öffentlichkeitsarbeit zu gründen?

Da sind dann Leute wie Matthiesen, die sagen: Um Gottes Willen, diese 1,865 Prozent für den HVT sind noch viel zu viel, weil diese 1,865 Prozent, die werden von oben abgezogen. Also von jedem Euro der gewettet wird bekommen wir 1,865 Cent und je höher dieser Anteil ist, umso weniger ertragreich wird die Wette. Gerade Matthiesen sagt dazu: Ihr seid ein Zuchtverband, ihr habt weder mit Vermarktung noch mit Public Relations irgendetwas zu tun.

Andere Verbände, wie zum Beispiel Deutscher Galopp, die Deutsche Reiterliche Vereinigung oder Svens Travsport in Schweden machen ja auch alle etwas in ihrer Öffentlichkeitsarbeit. Heute erst ist das Ausbildungsprogramm von Deutscher Galopp online gegangen. Warum haben solche Konzepte wie die deutsche Trabrennsport Gesellschaft von der GoTrabGo-Initiative keinen Anklang gefunden

Also Trab 2025 ist eine der schönen Initiativen, wo der Vorsitzende Bernhard Rosengarten immer sehr wortreich Konzepte vorgestellt hat, die mit Leuten zusammen erarbeitet worden sind, die in diesen bestimmten Untergruppen von Trab 2025 gesessen haben. Sie sind schon mal von der völlig falschen Voraussetzung ausgegangen, dass der HVT irgendwo unterstehen kann, unter irgendeiner Vermarktungsgesellschaft. Funktioniert schon deswegen nicht, weil im selben Moment, wo eine Vermarktungsgesellschaft über dem Zuchtverband steht, wird es keinen einzigen Rennveranstalter mehr in Deutschland geben, der eine Totalisator-Erlaubnis erhalten kann. Alles ist an die Leistungsprüfung geknüpft. Der HVT muss immer über allem stehen. Der HVT ist derjenige, der oben steht. Alle anderen Abteilungen, die in dem Diagramm über dem HVT angesiedelt waren, könnten natürlich durchaus darunter existieren. Nur es muss irgendjemand machen. Der Rosengarten ist ein wunderbares Beispiel dafür, was man alles hätte machen können. Jeder einzelne dieser Gedanken, die er da entwickelt hat, die waren sehr schön, waren aber alle mit unglaublich viel Geld verbunden.

Irgendwann gab es eine Unterabteilung von Trab 2025, Rosengarten war der eine Fürsprecher und der andere war ein Mann namens Bruhns. Diese beiden haben diese ganzen Gedankengebäude nicht nur vor dem Präsidium des HVT entwickelt, sondern sie sind auch noch zu Herrn Mommert gegangen. Und dann sagten sie: Ja, also Trab 2025, wir wollen jetzt starten. Aber, die Initiative scheiterte an ihren finanziellen Mitteln. Es braucht Geld, um so etwas zu machen.

Das, was Galopp im Moment alles macht, diese Öffentlichkeitsarbeit... Für die 51 Prozent von German Tote haben sie 15 Millionen Euro bekommen und davon sind jetzt noch vier Millionen Euro da, weil die jedes Jahr eine Million ausgeben für solche Sachen, die unterm Strich aber nie irgendeinen nennenswerten wirtschaftlichen Erfolg bringen. Das sieht alles wunderbar aus, wenn wir eine Million Euro in die Öffentlichkeitsarbeit reinschmeißen würden und das genauso machen würden wie die, dann würde es wunderbar aussehen. Nur Effekt hat es Null, es sind Strohfeder, die da entfacht werden, daraus entsteht nie ein Flächenbrand. Nun zu den Ausbildungskonzepten: In Deutschland haben wir ein duales Ausbildungssystem und da können wir Initiativen schalten, so viel wie wir wollen, die Ausbildung findet zwischen demjenigen statt, der eine Ausbildung machen möchte und jemandem, der einen Gewerbebetrieb und einen Meistertitel hat. Natürlich könnte man für den Beruf werben, das könnte man sicherlich auch bei uns auf die Seite stellen. Die Frage ist aber, welchen Effekt hat das letzten Endes wirklich? Sieben Tage die Woche arbeiten. Sie kennen inzwischen die Art und Weise wie Pferdesport funktioniert, dass du 365 Tage im Jahr für deine Pferde da sein musst. Da sind einfach wenige Leute, die bereit sind sich da zu hundert Prozent einzubringen. Alle diese Dinge, den Ausbildungsplatz an sich, den könnten wir sowieso nicht realisieren, der findet zwischen denen die es machen wollen statt. Natürlich könnte man so eine Ausbildungsinitiative starten, oder für den Beruf werben, das durchaus, aber dazu brauchst du dann natürlich so etwas wie eine Public Relations Abteilung und dann brauchst du auch Geld, was du dafür ausgeben kannst.

Diese Dinge kommen bei Galopp auch nicht aus ihren täglichen Einnahmen, die sie haben, sondern sie kommen aus dem Verkauf einer Gesellschaft, an der Galopp beteiligt war. Wir waren aber nie daran beteiligt. Wir sind die Nutznießer, weil wir jetzt quasi genau dasselbe kriegen aus dem Vertrag mit der PMU, aufgrund der internen Gleichbehandlungsvorschriften. Die Kohle, die da jetzt in die Hand genommen wird, die diesen Auftritt nach außen möglich macht, die haben wir ganz einfach nicht und wir haben auch niemanden dahinter, der in der Lage ist, diese Dinge zu machen und zu finanzieren.

Und was passiert mit dem Geld, welches wir aus diesem Gleichberechtigungsvertrag heraus bekommen?

Für die Finanzierung der PMU-Rennen, für die Quersubventionierung von gehobenen Rennen, für die TF-Rennen, die wir machen müssen, damit wir überhaupt PMU-Rennen in Deutschland haben dürfen und für die Technik, die den Rennveranstaltern zur Verfügung gestellt wird.

Da sprechen wir in einer Größenordnung von 8.000 Euro pro Renntag, die die Rennvereine einfach deswegen schon nicht mehr haben, weil sie den Toto und die Bilder nicht mehr zahlen müssen, sondern die werden von Frankreich aus bezahlt. Kein Rennveranstalter, außer Mommert und Herz vielleicht, würde die Tore los schließen können, ohne dass es diese Hilfe gäbe.

Wenn der HVT also kein Geld für die Vermarktung hat, wer ist dann dafür zuständig? Die Rennvereine, die aber auch alle kein Geld mehr haben?

Genau, das ist das große Problem. Wenn man jetzt den Rennsport vermarkten will, dann kann der HVT natürlich seine Seite zur Verfügung stellen, weil die Seite natürlich einen wesentlich größeren Aufschlag hat, als die Seiten der Rennveranstalter, nur die Vermarktungsoffensive, die müsste von den deutschen Trabrennveranstaltern ausgehen. Die müssen sich zusammenschließen und müssten so etwas machen. Nichts anderes tut Galopp, nämlich diese 22 Galopprennvereine, die noch zu 49 Prozent Eigentümer von German Tote sind, haben dieses Geld aus dem Verkauf in einen gemeinsamen Pool getan, davon wird der Vesper bezahlt, genauso wie der Pommer, der Geschäftsführer. Die können natürlich jetzt überall Trommeln und die haben auch bestimmte Möglichkeiten, zum Beispiel ins öffentliche Fernsehen zu gehen. Diese Vermarktung, die Wettstar mit Galopp macht, mit den zehn Galopprennveranstaltungen, die sind natürlich gut, weil sie Galopp auch über frei empfangbares Fernsehen zugänglich machen. Das wird aus diesem gemeinsamen Pool gezahlt, der eben aus dem Verkauf gefüllt ist und womit diese Dinge möglich sind. Natürlich würde es Sinn machen, wenn wir zehnmal im Jahr eine Fernsehsendung hätten, aber dafür musst du Geld in die Hand nehmen, du musst diese Sendezeit kaufen und bezahlen. Sie kennen sich ja da aus, sie kommen ja aus dieser Schiene.

Alle diese Dinge kann man damit machen und finanzieren, nur die Leute, die das bei Galopp machen, die werden auch aus diesem Topf bezahlt. Das sind nicht die, die beim Direktorium angestellt sind, sondern die sind bei German Racing angestellt, eine Mischform zwischen German Tote und dem Direktorium, wo diese Sonderaktionen, so will ich sie jetzt mal nennen, finanziert werden. Und nochmal, da wird nicht ein einziger Arbeitsplatz geschaffen oder Ausbildungsverhältnisse, aber so kannst du natürlich für den Sport auf eine wunderbare Art und Weise werben und ich finde es auch gut, was die machen. Nicht, dass Sie das jetzt missverstehen und denken, dass mir das nicht gefällt. Ich bin da schon sehr neidisch. Ich hätte gerne diesen Topf, aus dem man solche Dinge finanzieren könnte, haben wir aber nicht. Das was bei uns fehlt, was bei uns immer gefehlt hat, ist das, was bei denen eben irgendwann mal stattgefunden hat. Nämlich, dass 22 Rennvereine mit dem Direktorium zusammen beschlossen hatten, so etwas wie German Racing, damals noch RaceBets, zu gründen und irgendetwas zu machen, um sich überhaupt aus dieser Umklammerung oder dieser Umzingelung zu befreien. Das war schon gut und davon profitieren die heute in ganz großem Maße, weil die natürlich auch wieder von ihrem 49 Prozent Anteil an German Tote gewaltig verdienen. Die setzen unglaublich viel Geld um, da wird richtig viel Geld verdient, nicht mit dem deutschen Wettumsatz, aber mit den internationalen Aktivitäten und mit den Technikleistungen, die sie anbieten.

Also wenn der HVT kein Geld hat so etwas zu gründen, die Rennvereine aber auch nicht, dann leben wir also eigentlich von den Ausgleichszahlungen, die die PMU über Wettstar macht, weil sie Trab und Galopp gleich behandeln?

Na ja, ne. Nicht wir, der HVT sowieso nicht. Das was wir im deutschen Rennsport haben, diese PMU-Rennen zum Beispiel, das ist ja das, was tatsächlich eingeschossen wird in den Sport. Genau so wie diese anderen Leistungen, die automatisch über German Tote gestellt werden. Jeder Rennveranstalter hat an einem Renntag die Bilder, aber da ist sozusagen ein Automatismus drin, da ist die Gleichförmigkeit deswegen gewahrt, weil das auch jeder Galopprennveranstalter kriegt.

Wenn es um Gleichförmigkeit geht, warum sind die Bilder bei den Galopprennen dann besser als bei den Trabern?

Wenn man da nachhakt, was wir natürlich andauernd tun, wir beschweren uns jedes Mal und sagen, dass der Galopper-Kanal viel besser ausgestattet ist als der Traber-Kanal, dann sagen sie immer, dass die Qualität gleich wäre. Da hat aber kein Rennveranstalter in Deutschland eine Möglichkeit etwas zu machen, es wird so gemacht, wie German Tote das sagt, das ist individuell nicht zu beeinflussen.

Und die stellen dann auch die Technik auf den Bahnen? Soweit ich weiß, hat zum Beispiel Mariendorf ihre eigenen Kameras, die auch schon alt sind.

Ja, es ist immer die Rede davon, dass jede Rennbahn von German Tote mit bis zu acht Kameras ausgestattet werden soll. Das ist aber ein Running Gag seit drei Jahren, es ist nie passiert in dieser Zeit. Die Kameras in Mariendorf sind alt, aber es ist wenigstens so, dass sie den Erfordernissen der Trabrennordnung auch noch entsprechen. Es gibt Frontkameras und Backkameras, um die Situationen im Rennen aufzulösen. Karlshorst, zum Beispiel, hat keine, die warten immer alle darauf. Normalerweise müssten wir Karlshorst deswegen schon die Genehmigung zur Durchführung von Rennen entziehen, weil man nach der Trabrennordnung dazu verpflichtet ist, Filmmaterial so vorrätig zu haben, dass man jederzeit jede Rennsituationen hinterher analysieren kann, wenn man sie in der Sportgerichtsbarkeit beurteilen muss. Bei Galopp sind die Kameras natürlich wesentlich besser, da sind die Rennbahnen auch tatsächlich mit entsprechend vielen Kameras ausgestattet. Auf jeden Fall haben sie nicht die selbe Bildqualität, die ist bei uns grauslich. Wir haben gerade eine Termin-Koordinierungskonferenz gehabt, da war das natürlich wieder ein Riesenthema. Man sagt immer, dass es jetzt hundertprozentig kommt, aber wie gesagt, das wird seit Jahren versprochen und darauf haben wir natürlich keinen Einfluss, da hast du dann wieder die Situation: einem geschenkten Gaul und so... Die Rennvereine an sich, Mariendorf und Hamburg immer raus, weil die von privatem Geld finanziert sind, hätten diese Möglichkeiten eigentlich nicht, weder Karlshorst, noch Gladbach, noch Dinslaken, noch Straubing, noch München, wären in der Lage auch nur diese Bilder, so wie wir sie jetzt haben, selber zu bezahlen.

Die Quintessenz ist also, dass der gesamte Sport eigentlich kein Geld hat. Was kann man Ihrer Meinung nach noch tun, um das irgendwie aufzufangen? Oder kann man eigentlich gar nichts tun?

Das, was wir jetzt im Moment gemacht haben ist ja eine schonungslose Bestandsaufnahme. Wo der Sport jetzt ist, wo wir stehen, wir haben uns nicht in die Tasche gelogen, sondern wir haben ja eigentlich so ziemlich den Finger in jeder Wunde gehabt. Wir haben die Themen oftmals nur angerissen und wir sind nicht auf die tieferen Ursachen oder Gründe eingegangen, aber wir haben jetzt erst mal den Finger in die Wunde gelegt. Wir brauchten ein bisschen Historie dazu, denn so etwas passiert nie in der Gegenwart, sondern es nimmt eine Entwicklung aus der Vergangenheit heraus. Warum wir da so sind, haben Sie jetzt zumindest in Ansätzen gehört und haben es verstanden. Was ist jetzt? Was kann jetzt also der Weg aus der Kalamität sein?

Der Weg aus der Kalamität liegt in der engen Zusammenarbeit mit der PMU, wie auch mit der ATG in Zukunft. Da wird es also auch noch sehr viel mehr geben, um wieder so viel Geld in den Sport zu bringen, dass Besitzer neu motiviert werden wieder Pferde anzuschaffen. Wir brauchen um, sagen wir mal, 200 Rennveranstaltungen im Jahr zu machen ungefähr 350 Startpferde mehr, damit wir wieder regelmäßig in jeder Region, zumindest jede Woche einmal, Rennen haben können. Das ist in Hamburg schon gar nicht mehr der Fall. Diese Motivation, um Pferde zu kaufen, die gibt's ja überall um uns herum. Es gibt Pferde in Schweden, in Frankreich, man kriegt sie ja überall. Diese Möglichkeit müssen wir versuchen wieder zu schaffen, und dann wird der Weg für die Zukunft sicherlich nur der sein, dass wir versuchen, Gemeinschafts-Totalisatoren zu bilden, mit Frankreich genauso wie mit Schweden. Dass unser Produkt nichts Wert ist, sehen Sie ja eben schon an dem Unterschied, was hier maximal zu erzielen ist und wie wird es im Ausland angenommen wird. Da ist das ein hochwertiges Produkt, was eben dazu in der Lage ist, entsprechende Umsätze zu generieren. Daran müssen wir partizipieren und da müssen wir unbedingt ran.

Nur wenn die Quote an sich so groß ist, dass der Wetter überhaupt wetten möchte, werden wir wieder in die Situation kommen, weil ja dann auch die Rückflüsse an die Rennveranstalter entsprechend groß sind, dass dann eben so etwas wie eine Vermarktung Organisation für die Rennveranstalter, auch für das, was sie erzeugen, nämlich Rennen, möglich wird. Dass dann aber auch bestimmte Standards auf den Rennbahnen gemacht werden müssen, die aber nur dann gemacht werden können, wenn die Rennveranstalter nicht nur am Fliegenfänger hängen, sondern auch in der Lage sind, bestimmte Investitionen zu machen, um überhaupt Menschen wieder zu sich auf die Rennbahn zu holen. Hoch dauert immer sehr viel länger als runter, das geht blitzschnell. Wir müssen da ganz einfach anfangen, aber bei denen, die tatsächlich auch die Verantwortung haben. Wir müssen doch erst mal vor Ort anfangen die entsprechenden Hausaufgaben zu machen und da ein Flair zu schaffen, wo Leute hingehen wollen und wo sie Spaß daran haben, sich auf einer Rennbahn zu bewegen.

Diese Dinge, scheitern im Moment daran, dass es keinen vernünftigen Gastronomen gibt, weil die sich natürlich sagen, für 20 oder 25 Renntage, die stattfinden, wie soll ich irgendetwas aufbauen, irgendeine Infrastruktur schaffen, die also tatsächlich so gestaltet ist, dass die Leute hier gerne herkommen? Das geht aber von oben nach unten durch. Das ist nicht nur auf den Rennbahnen so, sondern es ist natürlich auch so, dass die Trainer alle genau dieselben Probleme haben, dass jemand nicht vernünftig angestellt oder ausgebildet werden kann zu vernünftigen Konditionen, weil die Trainer im Grunde genommen, bis auf einige wenige, nicht genug Pferde haben. Sie können sich in der Regel selber nicht ernähren, geschweige denn, dass sie noch Geld haben um Leute einzustellen und die auch vernünftig zu bezahlen. Alle diese Dinge funktionieren bei uns nicht. Sie funktionieren deswegen nicht, weil der Sport keine wirtschaftliche Grundlage mehr hat, nirgendwo, die hat er ganz unten nicht und auch nicht auf den Rennbahnen.

Leute wie Sie sind natürlich auch die Hoffnung für die Zukunft. Wir müssen über Facebook trommeln und diese neuen Social Media Kanäle nutzen und für den Sport aktivieren. Sie finden den Sport geil, weil sie Spaß daran haben im Kreis rumzufahren, aber der Sport selber ist eigentlich eine überholte Struktur. Fünf Stunden zu sitzen, um alle halbe Stunde ein Rennen zu sehen. Wie füllt man denn die Zeit zwischen den Rennen? Wie bringt man denn jemandem dahin? Wie gelingt es denn, Abwechslung zu schaffen? Jetzt nicht nur für die, die davon gethrillt sind, weil sie fahren möchten, sondern die, die sich da tatsächlich auf eine Tribüne setzen sollen, um sich das anzugucken. Wir sprechen jetzt nicht über die Derby Woche, da ist es leicht. Da ist eine Klasse Moderation, da ist es kurzweilig, da werden die Leute interviewt und da geht es Schlag auf Schlag. Wir sprechen über den grauslichen, verhangenen November-Dienstag, an dem Rennen stattfinden sollen, wo sie wirklich niemandem motivieren können, auf eine Rennbahn zu gehen. Wo sie in einem viel zu kalten Tribünenhaus sitzen, was den Chick und Charme der siebziger Jahre hat, wo damals Isolierung noch kein Mensch kannte und wo es an den Scheiben dermaßen hochzieht, dass man sich da auch einfach nicht aufhalten möchte oder kann. Das ist übrigens der große Unterschied zu Galopp, weil Galopp natürlich nur in der schönen Jahreszeit stattfindet, von Mai bis Oktober. Die Renntage sind meistens von Sponsoren gestützt. Dortmund macht auch diese Nützlichkeits-Rennen im Winter, denn auch bei den Galopprennen gibt es Sandbahnrennen. Das ist aber diese ganze schlechte Abteilung, die alle vergessen haben über Grass irgendetwas zu gewinnen und die dann im Winter auf Sand laufen müssen. Auch da können Sie vor der Tribüne entlang schießen, die Gefahr einen Menschen zu verletzen oder gar zu töten ist sehr gering, weil da nämlich auch niemand ist.

Der Trabrennsport findet nun ganzjährig statt und da fehlt eben auch ganz einfach die Akzeptanz. Es ist eine völlig andere Zeit gewonnen. Früher war man zufriedener. Da sind Familien hingegangen. Wenn Sie sich die alten Bilder ansehen, vom Derby beispielsweise, da haben 30.000 Menschen gestanden, die Meisten davon haben sich zwar ihren Kaffee und ihren Kuchen von zuhause mit gebracht, weil die nicht in der Lage waren, sich irgendetwas zu kaufen, aber sie waren da und haben sich wenigstens die Pferde angeguckt und hatten daran Spaß. Diese Dinge fallen doch auch ganz einfach aus der Zeit.

Das ist doch ein grundsätzliches Problem mit dem wir, neben den ganzen anderen Sachen, die wir gerade angesprochen haben, auch konfrontiert sind. Die hat übrigens auch Frankreich und die hat auch Schweden, außer beim Prix d'Amérique, wo du nicht umfallen kannst. Da kann man sonst auch über leere Plätze gehen. Diese schöne Tribüne in Vincennes, die ist unter der Woche, an den normalen Renntagen, zu. Da kann man sich auch nur noch unten in der Stehhalle Dinge holen, weil die gesagt haben: Wir haben im Normalfall, wenn die Tribüne unter Volldampf läuft, tausend Menschen drin beschäftigt, die wir bezahlen müssen. Während des Meetings sind ja fast jeden Tag Rennen, von Oktober bis Anfang März, da haben die 400 Gäste, die im Normalfall da sind. Hat man sich auch vor fünf Jahren überhaupt gar nicht vorstellen können, auch die haben diese Problematik.

Aber das ist da natürlich nicht so wichtig, weil die ja ihre Umsätze trotzdem haben.

Na klar haben sie die Umsätze trotzdem, die kommen aber von Zuhause von den Leuten, die auf der Couch sitzen. Die Leute, die zu Hause sitzen, die sehen ja auch nicht nur alle halbe Stunde ein Rennen, sondern die sehen natürlich alle zehn Minuten oder alle Viertelstunde ein Rennen. Weil da eben mehrere Veranstalter auf dem Schirm sind, da sind zwei aus Frankreich und immer noch einer aus dem Ausland dabei. Die sehen alle acht bis zehn Minuten ein Rennen und fühlen sich damit natürlich besser unterhalten, als die, die tatsächlich auf der Rennbahn sind.

Ich denke, dass die Problematik darin liegt, dass man vergessen hat mit der Zeit zu gehen. Früher sind die Leute zur Rennbahn gegangen, um Pferde zu sehen und weil es spannend war. Heutzutage gibt es ja etliche andere Sachen, die man machen könnte, daher denke ich, dass nicht nur die Wette zu unattraktiv geworden ist, sondern auch die Veranstaltung an sich. Nur der Trabrennsport alleine begeistert nicht mehr diese Massen, wie früher einmal. Sie sagen, dass die Lösung für all diese schlechten Entwicklungen ein Gemeinschafts-Totalisator mit der PMU oder der ATG ist, aber wie lange soll man auf den noch warten?

Ich glaube, dass wir den Sport bis dahin noch gekriegt haben. Das, was die in Frankreich damals verstanden haben, als ich dahin gegangen bin, war, dass sie uns jetzt helfen müssen, nicht wenn wir die ganzen Strukturen schon verloren haben. Diese Leute, wie Sie und Ihr Vater, der ja viele Jahre in Warteposition gelauert hat, davon gibt's sehr viele. Gott sei Dank. Nur die müssen auch tatsächlich das Gefühl haben, dass es weitergeht. Und dieses Gefühl versuchen wir ihnen ja jetzt gerade zu vermitteln. Wir haben ja diese Strukturen, auf diesem Niveau, wie wir sie jetzt haben, eigentlich sehr gesichert. Wir haben auch im nächsten Jahr wieder dieselbe Anzahl an PMU-Rennen. Wir werden also sicherstellen, dass es eben nicht nur diese tausend Euro Rennen gibt, sondern in jeder Region auch die, mit mindestens dreieinhalbtausend Euro dotierten PMU-Rennen. Wir werden sicherstellen, dass entsprechende Inländer Rennen, mit mindestens 10.000 Euro dotiert stattfinden werden.

Alle diese Dinge, die können wir schon machen, die können wir quersubventionieren, wie gesagt aus diesem PMU-Pool. Alle diese Dinge halten die Rennveranstalter so, wie sie bis jetzt waren, überhaupt erst mal nur am Leben, weil keiner von denen könnte die Tore losschließen, wenn es diese Hilfe nicht schon gäbe. Also wir tanzen da eigentlich schon auf allen Hochzeiten und sorgen aus dem Hintergrund dafür, das überhaupt noch die Infrastruktur vorhanden ist, um überhaupt Rennsport in Deutschland betreiben zu können. Das, was jetzt kommen muss, ist ein verstärktes Wettverhalten. Dieses verstärkte Wettverhalten kommt aber nur dann, wenn die Quote entsprechend ist, die bessere Quote, die gibt's aus den gemeinsamen Totalisatoren. Da sind wir ja, da haben wir ja im letzten Jahr loslegt. Bis jetzt gab es da ja auch rechtliche Hemmnisse. Die haben wir alle langsam weggeräumt, wir sind mit der Politik jetzt soweit, dass wir einen Gemeinschaftstoto mit Frankreich machen dürfen, das war bis dahin verboten.

Wenn ich also letztes Jahr auf den PMU-Toto gewettet habe, war das nur Frankreich und jetzt ist es ein gemeinschaftlicher Pott?

Auch, aber nicht für alle Rennen. Die Schweden wollen natürlich den Umsatz der schwedischen Leute in erster Linie auf ihre Rennen haben, die geben das jetzt nicht unbegrenzt frei. Wir können das immer weiter ausdehnen oder wir glauben, dass da auch sehr viel in Bewegung kommen wird. Mit den Franzosen ist es genauso, in erster Linie wollen die natürlich auch die Wettumsätze zuhause haben, denn auch die Wettumsätze hier bei uns müssen sie ja provisionieren. Das was wir vorhin gesagt haben, jede Außenschiene kostet Geld. In Frankreich gibt es pro Tag mindestens acht bis zehn Rennveranstaltungen, wo die eh alle Rennpreise für bezahlen, die brauchen unsere Rennen nicht, um genau dieselben Umsätze zu machen, wie sie sie jetzt auch machen. Es ist eigentlich nur eine Hilfe, um Europa auf einem bestimmten Level zu halten. Die PMU-Rennen sind in Belgien, in der Schweiz, in Spanien, überall. Um den Run auf die Bastion zu verhindern. In dem Moment, wo es so ist, dass der Sport überall weitergeht, auch auf einem weitaus geringeren Level als in Frankreich, bleibt er aber wenigstens erhalten und die sind nicht irgendwann mal die Einzigen auf einer Insel. Das ist auch der Grund, die denken ja weiter, die wissen, dass die Strukturen rings um sie herum gestärkt werden müssen. Schweden ist aus sich heraus lebensfähig, Skandinavien allein ist es schon nicht mehr. Die Dänen könnten ohne die Schweden nicht leben, genauso wenig wie die Norweger oder die Finnen. Auch da geht es nur durch den starken skandinavischen Verbund. Die brauchen aber nicht die Franzosen zum Glückhsein, die schaffen es noch über die Skandinavien Connection. Alles andere entwickelt sich jetzt gerade langsam und diese Probleme sind alle nur gemeinsam zu lösen. Wir brauchen Geld, wir brauchen Rennpreise, wir brauchen Besitzer, wir brauchen Pferde. Diese Rennveranstaltung, wo nur sechs Rennen zustande kommen, mit sieben oder acht Pferden, wo Not gegen Elend läuft, das will kein Mensch sehen, um diese Viecher anzusehen muss ich nicht nach Mariendorf gehen.

Also benötigt man eigentlich einen Zusammenschluss aller Rennvereine in Deutschland, am Besten mit dem HVT, um zusammen Konzepte zu entwickeln. Sodass nicht jeder sein eigenes Süppchen kocht, sondern dass man eine Einheit schafft. Das fängt ja schon bei der verdeckten Starterangabe an zum Beispiel.

Wie kriegt man es hin, dass so etwas zustande kommt? Und wie kann man das dann auch in den HVT integrieren, dass man zusammen etwas entscheiden kann?

Wir wären dazu sofort bereit. Wir wollten eigentlich auch schon mal so völlig neue Wege gehen. Wir haben mal vorgeschlagen, dass zum Renntag alle Pferde beim HVT angegeben werden sollen und wir die Rennen dann zusammenstellen. Wenn wir jetzt zum Beispiel acht Pferde bis 7.000 Euro Gewinnsumme haben, würden wir die in ein Rennen packen, ohne, dass der, der angegeben hat, weiß, wer da noch alles drin ist. Wenn jetzt nicht diese ganzen Winkelzüge noch kämen, wo der Rennsekretär gefragt wird: Wer ist denn da drin, ne dann nimm mal meinen wieder raus. Wir könnten eine Online-Starterangabe machen, dann muss der Trainer jeden seiner Starter bis um 10:00 Uhr beim HVT angeben. Alle diese Dinge könnten wir aus dem Stand machen, wäre überhaupt kein Problem für uns. Wir sind wirklich verdammt gut arbeitend, egal was die Leute draußen sagen. Ich kann uns vergleichen, bei Cheval Francais arbeiten 300, in Schweden 150 und wir sind zu acht. Wir sind nicht viel schlechter als die Anderen. Alle diese Dinge könnten wir sofort machen, aber nun sind wir wieder bei dem, was sehr lästig ist oftmals, was Recht anbetrifft.

Wenn man jetzt die Sache runter bricht, auf das Juristische, dann ist die Ausschreibung eines Rennveranstalters juristisch gesehen ein Vertragsangebot. Nennung plus Starterangabe ist die Annahme des Vertrages von dem Besitzer. Das heißt also, dass die Rechtsbeziehung, die zustande kommt, nur zwischen diesen beiden statt findet. Die Erfüllung des Rechtsanspruches ist in der Trabrennordnung geregelt. Das haben wir gesagt, das steht in Paragraph 93 Absatz 2.⁴⁶¹ Wenn der Rennveranstalter einen Rennpreis auslobt, muss er diesen innerhalb von sechs Tagen nach dem Rennen auskehren, das können wir bestimmen. Der Rechtsanspruch entsteht aufgrund dieses vertraglichen Verhältnisses, niemals gegen den HVT, der nicht Vertragspartei ist, sondern immer nur mit dem Rennveranstalter. Da sind wir jetzt genau bei dem Punkt: Die Rennveranstalter sagen von je her, wir müssen bezahlen, also bestimmen wir auch. Wir bestimmen die Ausschreibung und wenn die Ausschreibung die Kriterien der Trabrennordnung erfüllt, steht es jedem Veranstalter frei, die Ausschreibung so zu gestalten, wie immer er es will. Wir haben null Chance da ran zu gehen. Und die Rennveranstalter glauben natürlich immer, dass nur ihre Rennsekretär in der Lage sind den optimalen Starterfluss zu gewährleisten, in dem die Leute angerufen werden, indem sie bearbeitet werden, indem man den Trainern immer sagt, wer in welchem Rennen ist.

⁴⁶¹ dieser Paragraph behandelt das Thema Doping, die Pflichten des Rennveranstalters sind in Paragraph 8 TRO dargelegt, die Ausschreibung von Rennen in Paragraph 68 TRO und die Nennung in Paragraph 70 TRO.

Und was ist so schwer daran, dass sich einfach alle an einen Tisch setzen und nach einer gemeinsamen Lösung suchen? Denn diese Art der Starterangabe ist ja der Tod des interessanten Rennens und damit auch der interessanten Wette.

Bin ich sofort bei Ihnen und glaube auch, dass das der einzige und der richtige Weg wäre diese Dinge auszuschalten. Ich wäre sehr dankbar und wir würden das auch sofort machen, nur müssen die, die die Musik bezahlen, natürlich auch bereit sein andere bestimmen zu lassen, welches Lied gespielt wird. Das sind sie bis jetzt nicht. Die zentrale Starterangabe ist immer mal wieder ein Thema, poppt immer mal wieder auf, wird dann aber sofort wieder zurückgezogen. Natürlich schreiben die in Gladbach für Nimczyk aus, in München für Haller und Lindinger, auch wenn der Multerer nicht mehr da ist, in Straubing sowieso alles für Lindinger und Haller, weil denen die Rennbahn gehört, Mariendorf wird auch nicht gegen die Interessen von Mommert ausschreiben und Hamburg wird sich auch nie gegen die Pferde von Herz wehren. Diese Verquickungen sind natürlich unheilvoll. Es hilft doch keinem Menschen, wenn Nimczyk in Gladbach sechs Rennen gewinnt, die Mommert-Pferde in Berlin vier oder fünf und genau dasselbe passiert in Hamburg jetzt nochmal mit den Herz-Pferden. Das ist der Tod für die kleinen Besitzer, die sagen sich dann: Was sollen wir hier überhaupt noch? Wir werden ja hier zwischen sämtlichen Mühlsteinen zerrieben und meiner, der vielleicht eine Chance hätte, kommt nicht in dem Rennen unter, wo er hin müsste. Hängt aber einfach damit zusammen, dass die Ausschreibungshoheit bei den Vereinen liegt und die Erfüllung des Rennvertrages auch Sache der Rennveranstalter ist, die man nicht dazu zwingen kann. Juristischen nennt man so etwas einen Vertrag zu Lasten Dritter. Wir könnten so etwas jetzt nicht einfach in der Trabrennordnung geltend machen und sagen: Ihr müsst das aber ab morgen so machen, weil es steht so im Regelwerk. Da haben Sie vor Gericht null Chance, denn wenn man etwas regelt muss man auch bezahlen. Sie können in eine Satzung, in eine Trabrennordnung, hineinschreiben was immer sie wollen, in dem Moment, wo das mit höherrangigem Recht kollidiert haben Sie ein Problem.

Und die Rennvereine zusammenzubekommen ist unmöglich?

Es wäre nur auf freiwilliger Basis möglich, wenn alle sagen, wir treten die Kompetenz an den HVT ab, wir erklären uns einverstanden, eine Art Unterwerfung,

Ich rede nicht nur von der Starterangabe, ich rede auch von der Vermarktung des Sports, das müsste ja alles zentral geregelt werden.

Die Vermarktung des Sports könnte nicht bei uns sein.

Ich spreche ja auch von den Rennvereinen.

Die Leistungsprüfung an sich, die könnten wir ausgestalten, wenn die Rennvereine sich unterwerfen würden unter eine zentrale Starterangabe, die der HVT macht. Das wäre überhaupt gar kein Problem, die Rennvereine müssten nur sagen: Wir sind damit einverstanden. Nur wir sind die Aufsichtsorganisation für den Rennbetrieb, wir sind nicht mal mehr die Aufsichtsorganisation für den Wettbetrieb. Das sind wir nicht, können wir überhaupt nicht machen. Das sind die öffentlichen Stellen, da greifen öffentliche Gesetze. Diese Dinge, sowohl die Vermarktung der Wette, die nur die Rennveranstalter zusammen mit German Tote regeln, als auch die Vermarktung des Rennsportes an sich. Wir haben überhaupt nichts gegen Trab 2025. Wir haben nur gesagt, dass wir ganz oben sein müssen, denn nur über die Leistungsprüfung gibt es überhaupt eine Totalisator-Erlaubnis. Nur mit einer Totalisator Erlaubnis gibt es überhaupt die Möglichkeit, Umsätze auf Rennen zu erzielen. Wir würden uns doch niemals gegen Trab 2025 sperren, wir können eben nur nicht darunter sein, sondern wir würden drüber stehen. Aber darunter könnte doch jeder nach seiner Fassung glücklich werden. Die können doch jede noch so fantastische oder hervorragende Idee, die sie haben, umsetzen. Wir haben gesagt, wir stellen alles zur Verfügung, wir rechnen euch jedes Rennen, ihr könnt unsere Website dafür nehmen, dafür sind wir verantwortlich.

Es scheint so, als wäre es sehr schwer einen Konsens im Trabrennsport zu finden?

Naja, es ist halt so, ich nehme jetzt ein Beispiel: Wir haben alle Rennveranstalter an einem Tisch und wir haben uns alle darauf geeinigt, dass die Farbe unter der der Rennsport läuft, rot sein wird. Wenn wir das jetzt in der Öffentlichkeit vorher diskutiert hätten, dann hätten die Ihnen gesagt: ‚Rot? Da ist ja scheiße, blau hätte es sein müssen. Blau? Ihr habt ja ne Macke, gelb!‘ Wir haben immer eine Kakophonie in all diesen Dingen, die wir versuchen zu betreiben. Wir haben ganz viele Leute, die eine entscheidende Idee haben, wie alles besser funktionieren würde oder könnte. Da lesen aber auch ganz viele Leute mit. Ganz viele Sachen, die wir durchsetzen wollen, auch politisch, da kommen wir ohne die entsprechende Unterstützung nicht weiter. Diese Geschichte zum Beispiel mit der PMU, die dazu zu bringen nach Deutschland zu kommen, in eine Wettorganisation einzusteigen an der Trab nicht mal beteiligt ist und trotzdem diese ganzen Voraussetzungen zu machen... Jetzt sind es 4,5 Millionen Euro, die im Jahr nach Deutschland kommen. 4,5 Millionen Euro, das ist ja keine klägliche Summe. Davon hätte ich damals nicht mal zu träumen gewagt! Ich habe gesagt, wenn eine Million käme, dann würde es bei uns erst mal weitergehen. Wenn ich so etwas in die Öffentlichkeit gebracht hätte, um diesen Weg zu beschreiten und ich wäre total gescheitert, dann wäre es halt so gewesen, dann wäre es eine Idee, die nicht funktioniert hat. Wir haben viele Ideen versucht umzusetzen, die sich hinterher als nicht praktikabel herausgestellt haben. Sie sind aber sofort als Spinner verschrien, wenn Sie sagen: ‚Ich will jetzt eine Million Euro nach Deutschland bringen‘ und dann ist es nicht eine Million, sondern nur 800.000 Euro. Es spricht doch niemand über die 800.000 Euro, die da sind, sondern nur über die 200.000 Euro, die nicht gekommen sind. Wir haben nun mal diese Kakophonie in diesem Sport. Wir haben diese unendliche Missgunst. Wir haben diese Befindlichkeiten, diese ganz vielen persönlichen. Wir haben die, Veranstalter, die ums Verrecken nicht miteinander auskommen wollen.

Im Laufe der 15 Jahre für die ich verantwortlich bin, bin ich mit ganz vielen Leuten aneinander geraten, auch aus Ihrem näheren Umfeld, die seitdem sagen, dieser Tell ist ein Kotzbrocken, furchtbar. Das waren andere Zeiten und das waren ganz andere Gründe, aber jeder ballt die Faust in der Tasche und sagt: ‚Jeder soll Erfolg haben, aber der nicht‘ und zwar die Meisten aus ganz unterschiedlichen Gründen. Wenn Sie Entscheidungen treffen müssen, wenn Sie für die Sportgerichtsbarkeit mitverantwortlich sind, dann ist das so. Ich bin die Anklagebehörde, der HVT. Wenn Sie sich eine Gerichtsformation vorstellen, dann gibt's da den Rennausschuss und das Schiedsgericht, denen ein Volljurist vor sitzt und dann noch die entsprechenden Beisitzer. Dann sind wir die Anklagebehörde, ob es jetzt um Doping geht oder um irgendeine Strafe, die im Rennen ausgesprochen wird. Jeder, der vor diesem Rennausschuss verliert, hat hinterher einen dicken Hals und sagt: ‚Scheiß HVT.‘ Das ist sehr schwer, sehr, sehr schwer, es sind auch diese ganzen Einzelentscheidungen, die wir treffen müssen.

Beim Überfliegen meiner Umfrage habe ich rausgelesen, dass es Vielen an Transparenz fehlt, zu Corona haben sich Einige alleingelassen gefühlt.

Gerade jetzt zu Corona, da haben sie sich also allein gelassen gefühlt? Gerade in dieser Zeit haben wir fast täglich Antragsformulare hochgeladen. Nicht auf meintrabrennsport.de, sondern auf der Hauptseite des HVT. Wo Soforthilfen zu beantragen waren, wo Kurzarbeitergeld beantragt werden konnte, welche Staatshilfen es in welchen Bundesländern gib und wie man an all diese Sachen rankommt. Außerdem haben wir Roman Matzky, als Vertreter des Trainerverbandes, gefragt, ob er diese Seite nutzen möchte, um der Trainerschaft irgendetwas mitzuteilen. Er sagte danke, aber es kam nie irgendetwas. Alle zwei Tage haben wir geupdated, mit allen Antragsformularen. Die konnte man bei uns anklicken, um sie sich runterzuladen. Ich weiß nicht, was man mehr machen konnte. Wir hatten zwei Monate absoluten Lockdown gehabt und wir haben vor allen anderen wieder anfangen können, ohne Zuschauer, aber immerhin. Auch diese Dinge haben wir gemacht. Jeder, der einen Geschäftsbetrieb unterhält, ist für sich selbst verantwortlich. Alles das, was dieser Staat an Hilfe zur Verfügung gestellt hat, und das war viel, konnte man bei uns abrufen. Man brauchte nicht mal auf irgendeine staatliche Stelle zu gehen, sondern man konnte sich jeden Antrag bei uns runterladen. Ich weiß nicht, was man noch machen muss oder wie viel persönliche Ansprache man leisten muss. Ich bin an diesen Tagen jeden Tag zwischen 12 und 14 Stunden im Büro gewesen und habe mit jedem Hans und mit jedem Franz in dieser Zeit telefoniert. Und wir haben versucht, jedem Einzelnen zu helfen. Da sind die Erwartungshaltungen auch oftmals überzogen und unrealistisch. Und es gibt natürlich auch berufsständische Vertretungen, die eigentlich für ihre Leute zuständig sind.

Es gibt Amateurfahrervereine, die für ihre Amateurfahrer in die Bresche springen sollten, die vielleicht einmal im Monat eine Versammlung hätten abhalten können, um die Position der Amateurfahrer zu nehmen. Es gibt einen deutschen Trainerverband, darin sind auch die Berufsfahrer mit organisiert, die hätten einen Schulterschluss suchen können und jeder, der zu uns kommt, uns auf eine vernünftige Art und Weise begegnet, der nicht sagt: ‚Du bist scheiße!‘, sondern, der sagt: ‚Kannst du uns helfen?‘, dem helfen wir, egal auf welcher Art und Weise.

Jeder, der zu uns gekommen ist, hab ich's sogar persönlich erklärt. Die Art von Fürsorglichkeit, kann auf der einen Seite nicht groß genug sein, auf der anderen Seite wird jedes Regelwerk, was du hast, ich sag jetzt mal eine Trainings- oder Standortkontrolle, als Beaufsichtigung empfunden oder als Beeinträchtigung in den Kompetenzen. Das ist eine Gratwanderung. Ich muss damit leben, ich lebe schon sehr lange damit. Es ist so viel im Umlauf, so viel Wut oder auch Rachegefühle mit im Spiel, die sich über diese 15 Jahre aufgebaut haben. Immer aus anderen Gründen, irgendjemandem bin ich in dieser Zeit schon auf die Füße getreten, das ist einfach so. Und jeder sagt: ‚Scheiß HVT!‘

Man spürt verhärtete Fronten sag ich mal. Es wird erst immer alles schlecht geredet, aber da müsste man vielleicht mal mit einem besseren Image entgegen wirken?

Dann mache ich Sie jetzt sofort zur Image-Beraterin des HVT, Sie müssen nur sagen, welche Art von Unterstützung Sie brauchen. Machen Sie da etwas draus. Wir müssen entscheiden, wir müssen ganz viele Einzeldinge entscheiden. Wir haben ein ganz klar strukturiertes Regelwerk, eines der besseren in Europa. Wenn Sie mit anderen Verbänden zu tun haben, dann merkt man sehr schnell, dass auch die nur mit Wasser kochen. Wir können das sehr wohl beurteilen und alle die, die von hieraus so fantastisch aussehen, die sehen dann, wenn Sie direkt damit zu tun haben, ganz anders aus. Die Leute, die alle aus Schweden zurückkommen, die reißen die Arme hoch und sagen, dass es da ja noch viel schlimmer wäre, als es hier ist. Überall ist es so, in dem Moment, wo jemand dir wehgetan hat, spürst du den Schmerz. Unser Regelwerk ist ein sehr rigides, es schränkt ein. In den letzten zehn, zwölf Jahren haben wir davon auch Gebrauch gemacht. Wir haben einen sehr vernünftigen, einen sehr ordentlichen Sport, auch im internationalen Vergleich. Wenn die Holländer, die zu uns kommen, die alle Zuhause wilde Sau spielen, sagen, zwar nie in der Öffentlichkeit, aber hinter vorgehaltener Hand, dass es bei uns doch wesentlich besser ist. Auch wir haben falsche Rennleitungsentscheidungen, aber hier ist es schon besser geregelt.

Das ist richtig, dass es ein konkretes Regelwerk gibt, nur leider wird es nicht immer gleich umgesetzt, da gibt es Unterschiede.

Auch ich finde Rennleitungsentscheidungen nicht immer richtig, ich schaue sie hinterher an und wir diskutieren sie. Wir diskutieren sie ganz oft. Aber diese Bitternis und die nicht vorhandene Bereitschaft, dieses Gemecker, diese Beschwerden, dieses Hingelaufe und dieses wirklich die Sache bis zum Exzess eskalieren zu lassen und nicht bereit zu sein, irgendwo mal auf einer tieferen Stufe wieder zueinanderzufinden, das ist ganz schlimm geworden. Aber auch nur weil der Kuchen, nicht wie damals, groß genug ist. Wir haben eben diese Situation. Aber es ist nicht nur der HVT, wenn Sie eine Idee für konstruktive Kritik haben sind wir jederzeit offen. Wenn jemand sagt: ‚Das machst du schlecht, oder das missfällt mir, oder warum machst du das nicht anders?‘ Dann denken wir darüber nach und dann sprechen wir auch mit jedem. Wir haben zum Beispiel mal versucht regelmäßige Aktiven-Versammlungen zu initiieren.

Wir haben damit so vor drei Jahren angefangen, wo jeder sich mal auskotzen konnte in einer internen Runde. Wir haben gesagt, wir machen die Tür zu und alles das, was innerhalb dieses Raumes ist, bleibt da. Wir schimpfen jetzt mal alle übereinander. Zuerst waren es acht, neun oder zehn Leute und dann wollten wir eine Art Jour Fix daraus machen, dann kamen nur noch Zwei. Victor Gentz und Roman Matzky. Alle diese Dinge, die die Aktiven da angebracht haben, zum Beispiel die Idee von Victor, statt der Disqualifikation ein Zurücksetzen einzuführen, die haben wir angenommen. Alles das, wo die Aktiven gesagt haben, das tut uns weh, das tut den Besitzern weh, wenn wir jemanden behindern und wir werden zurückgesetzt, dann haben wir wenigstens das zweite Geld gerettet, das brauchen unsere Leute, haben wir umgesetzt. Wenn man es jetzt nicht mal schafft einen Jour Fix zustande bringen, weil die, die es in erster Linie betrifft, sich weigern zu kommen, dann fasse ich mir an den Kopf.

Rumschreien ist die eine Geschichte, aber sich konstruktiv einzubringen und etwas konstruktives zu sagen, das ist die andere. Dieser alte John F. Kennedy Spruch: ‚Überlege nicht, was dein Land für dich tun könnten, sondern überlege, was du für dein Land tun kannst‘, auch das, was du für den Sport tun kannst, sollte man sich zu Herzen nehmen. Auch das Ansehen, das der Trabrennsport in der Allgemeinheit hat, dass es so schlecht ist, hängt nicht nur mit dem HVT zusammen, sondern auch ganz viel mit den handelnden Personen, auch ganz viel mit den Trainern oder mit dem Berufsstand der Trainer, die Besitzer wirklich rasiert haben, ohne dass sie sie eingeschäumt haben, die gerade den Neuen oder den Doofen für 20.000 Euro Pferde verkauft haben, die 2.000 Euro wert waren. Alle diese Dinge, dass so viele Leute weggegangen sind, ist nicht nur dem Umstand geschuldet, dass der HVT schlechte Entscheidungen getroffen hat, sondern die haben die Aktiven selber mit Schaufel und Besen davon gejagt. Das will niemand hören, dass auch das ein Teil des Problems ist. Wie man sich um Kunden bemüht, wie man Kunden hält, wie man sie behandelt und wie man mit ihnen umzugehen hat, gerade die, die Geld in die Hand nehmen und bereit sind dieses Kapital anderen zur Verfügung zu stellen.

Vielen Dank für das Interview, Heinz Tell!

F: Telefoninterview mit Sascha Multerer am 08.12.2020

Ehemaliger Geschäftsführer von pferdewetten.de und RaceBets sowie Berater von der Trabrennbahn München-Daglfing und der Galopprennbahn München-Riem.

Erklär mir bitte nochmal genau die Zusammenhänge zwischen dem Glücksspielstaatsvertrag, Win Race und German Tote, die habe ich nämlich noch nicht ganz durchschaut.

Okay, also erst mal: Wie kam es zu Win Race? Anfang der 2000er Jahre hat der HVT irgendwann mal festgestellt, dass er eigentlich seinem originären Auftrag nicht so ganz nachkommen kann. Denn es war so, dass die Rennvereine die Rennen gemacht haben, der HVT war der Zuchtverband, der war aber gleichzeitig auch der Vermarktungsverband und er hätte eigentlich auch die Wette verkaufen sollen. Es gab eine sehr unübersichtliche Verbandsstruktur. Anders gesagt: ganz, ganz viele Verbände, also den HVT oben und dann den ZVT-West und die CTB, also lauter Regionalverbände. Dann hat der damalige HVT-Präsident Max Stadler gesagt: Wir müssen auch an der Struktur was ändern, das geht so nicht. Daraufhin hat man eine Strukturreform beschlossen. Das heißt, man hat die Regionalverbände eingedampft und die Satzung des HVT überarbeitet. Dann gab es also einen Zentralvermarkter, der noch zu gründen war und an den sollte das ganze Thema Wettvermarktung und Renntagsvermarktung gegeben werden. Der Interessent dafür war Günter Herz, der Win Race dafür gegründet hat. Das heißt die Überlegung war eigentlich die, dass es eine Verbandsstruktur auf der einen Seite gibt, die sich um die Züchter kümmert und die Förderung der Traberzucht und auf der anderen war dann Win Race, die für die Vermarktung der Wette und die Vermarktung der Rennen zuständig war. Das war so 2005 oder 2006 rum.

Auf die Art und Weise kam Win Race in den Markt. Was hat Win Race gemacht? Win Race hat gesagt: Wir wollen, dass alle Umsätze, die auf deutsche Trabrennen getätigt werden und in den Toto gehen. Es war bis zum Einstieg von Win Race so, dass die Buchmacher die Berechtigung hatten, Wetten auf Trabrennen anzunehmen, genauso wie auf Galopprennen. Die Buchmacher haben das insofern genutzt, dass sie ganz viel eigenes Angebot gemacht haben, also die Buchmacherwette und die Festkurswette, und dann nur ganz wenig auf die Bahnen vermittelt haben. Im Gegenzug haben sie sich dann, ich sag mal, ein bisschen beteiligt, indem sie für die Bilder, die sie bekommen haben, bezahlt haben. Das hat bedauerlicherweise der Trabrennsports sehr billig verkauft. Auf die Art und Weise hat der Trabrennsport eigentlich von diesen Umsätzen, die bei den Buchmachern gebündelt waren, nicht profitiert.

Man hört oft, dass die Buchmacher der ‚Tod‘ des Trabrennsports gewesen wären, aber dann war der Trabrennsport ja eigentlich selbst Schuld, weil man die Bilder ja auch teurer verkaufen hätte können?

Ja, ganz genauso ist es. Man hat einfach in einer Zeit, in der die Buchmacher angefangen haben, das nicht wirklich ernst genommen. Der erste große Buchmacher in Deutschland, der sich mit Pferdewetten beschäftigt hat, war Simon Springer und da hat man damals halt gesagt: ‚Na ja, wir haben eh viel Geld in Form des Bahnumsatzes.‘ Ich meine, wir sprechen von der Zeit der achtziger, neunziger Jahre, wo 70 oder 80 Millionen Mark im Jahr Umsatz generiert wurden. ‚Was soll's, da sind wir auf die paar Euro oder die paar Mark aus dem Buchmachergeschäft nicht drauf angewiesen.‘ Der große Irrtum war bloß, dass die Buchmacher und in dem Fall jetzt tatsächlich das Unternehmen Springer, sehr schnell erkannt hat, dass da eigentlich viel mehr Potenzial ist, weil die Leute, die auf Pferde wetten, eigentlich ganz gerne viel häufiger Pferde wetten als nur am Samstag und Sonntag. Dann haben die entsprechend damit angefangen englische und französische Rennen anzubieten, teilweise ohne Bild, nicht mal mit Tonübertragung, sie haben es einfach nur im Laden angeboten. Die Leute haben dieses Angebot angenommen und haben angefangen auch das zu wetten. Auf die Art und Weise, war es dann plötzlich so, dass sie eigentlich doch Geld weggenommen haben. Sie haben es gemacht, weil sie halt ein eigenes Vertriebsnetz aufgebaut haben, wohingegen die Traber gar nichts aufgebaut haben. Wir haben im Prinzip nicht in ein stationäres Netz außerhalb der Rennbahn investiert. Das ist natürlich immer ein bisschen schwierig.

Kommen wir nun also wieder zur Einführung von Win Race. Win Race ist mit einer Idee angetreten, die damals relativ einfach war und eigentlich auf einer Fehlannahme basierte. Win Race hat nämlich die Vermutungen angestellt, dass im deutschen Pferdewettmarkt ein damals viel zu hoch gegriffener Betrag unterwegs sei und es deswegen erstrebenswert sein müsse, dass voll vermittelt wird. Also alles Geld sollte in den Toto gehen. Mit der Überlegung sind sie damals angetreten. Sie konnten am Anfang keinen einzigen Buchmacher für sich gewinnen. Der erste Buchmacher, der damals den Vertrag mit Win Race unterschrieben hat, als Vollvermittlungsvertrag, mit der Einräumung der Buchmacherwetten, war Pferdewetten.de, den habe ich damals verhandelt mit dem Dietrich von Mutius und dem Tim Linden. Das heißt, Pferdewetten.de war damals der erste Buchmacher, der sich tatsächlich auf die Vermittlung eingelassen hat, was wiederum den Hintergrund hatte, dass die Erträge aus der Traberwette so schlecht geworden waren.

Was genau bedeutet Vollvermittlung?

Es heißt, dass du als Buchmacher unterschreibst, dass du keine Buchmacherwetten mehr auf Basis des Totos annimmst, sondern die Umsätze in den Toto vermittelst, mit Ausnahme der Festkurswette.

Also im Prinzip so wie bei Trotto, da geht ja auch alles auf die Bahn?

Ja genau, mit einer Ausnahme: du konntest praktisch eine Vertragsoption lösen, da musstest du eine bestimmte Gebühr bezahlen und dann konntest du Festkurse anbieten. Festkurs ist das, wo der Buchmacher praktisch sagt: ich gebe einen Kurs auf Pferd X und du wetttest direkt gegen den Buchmacher auf den Kurs, den er dir halt anbietet. Wo du aber von vornherein weißt, zu dem Zeitpunkt, wo du wetttest, den Kurs kriegst du auch. Das war also die Einführung von Win Race. Jetzt war es aber so, dass Win Race irgendwann mal das komplette strukturelle Defizit des deutschen Trabrennsports ausgemacht hatte und dann einen für meine Begriffe kleinen Fehler gemacht hat. Das ist jetzt nur meine persönliche Wertung. Sie haben nämlich Folgendes gemacht, sie haben sich zur ‚eierlegende Wollmilchsau‘ erkoren, heißt: sie haben Rennbahnen übernommen, Gelsenkirchen und Hamburg, und wollten diese Rennbahnen praktisch gestalten als attraktive Eventflächen et cetera. Sie haben die Wette auf ihrer Webseite vermarktet und haben dafür auch Partnerschaften geschlossen, unter anderem mit bwin. Sie haben aber auch die Züchter gefördert, indem sie zusätzliche Prämien ausgelobt haben. Das kannst du aber alles nicht verdienen, also das ist wirtschaftlich nicht darstellbar, du kannst dich zwar überall engagieren. Sie haben auch die Rennzeitung erstellt. Das kannst du alles machen, nur wenn du natürlich so viele Kosten in Kauf nimmst, musst du dich irgendwo fragen: ‚Wo verdiene ich das zurück?‘ Und sie hatten eigentlich nichts, womit sie es wirklich zurückverdienen konnten, denn das Volumen der Umsätze auf Trabrennen nahm in dieser Zeit nochmal entscheidend ab.

Auf diese Art und Weise entschloss sich Günther Herz nach einigen Jahren des starken Draufzahlens mit Win Race aufzuhören. Jetzt war es aber rein operativ der HVT der Zuchtverband. Er hieß ja mal ganz ursprünglich Hauptverband für Traberzucht und Rennen, das Rennen ist gestrichen worden. Er heißt ja seit dieser Win Race-Zeit nur noch Hauptverband für Traberzucht, das heißt, der HVT sieht sich als die Züchterorganisation. Win Race verabschiedete sich aus dem Trabrennsport und dann kam Wettstar und die haben gesagt: ‚Naja, passt mal auf, wir können nicht eins zu eins an die Stelle von Win Race treten, denn es gibt ganz verschiedene Aufgaben, denen wir nicht nachkommen können und auch nicht nachkommen wollen. Was wir aber machen, wir vermarkten sehr gerne eure Wette, wir bieten euch sehr gerne das Totosystem an, et cetera. Aber was wir eben nicht machen ist, wir werden nicht aktiv diese Rolle von Win Race eins zu eins übernehmen, wir werden keine Rennzeitung produzieren, wir können zwar eine Rennbahn übernehmen, allerdings nur unter der Voraussetzung, dass wir ein finanzielles Zugeständnis bekommen, das ist in Gelsenkirchen dann auch passiert. Damit entstand aber plötzlich ein Vakuum, weil in der Vermarktung des Sports eigentlich eine Instanz wie Win Race gefehlt hat. Wettstar übernahm die Position nicht und der HVT wollte sie nicht mehr oder konnte sie auch nicht mehr übernehmen und das ist der Zustand, den wir bis heute haben.

Und da will natürlich auch so schnell keiner rein, weil man aus der Vergangenheit weiß, dass es eigentlich unter den aktuellen Umständen nur Geld kostet?

Ja, so ist es. Der HVT müsste Geld ausgeben, dass er wahrscheinlich in dem Umfang nicht hat. Wettstar hat ein ganz großes Problem, Wettstar ist zu 51 Prozent im Eigentum der PMU, also entsprechend traberfreundlich, weil die PMU sehr traberfreundlich ist, und der andere Anteilseigner ist deutscher Galopp. Da ist gar keine Freundschaft zu Trab, weil die sagen: jeden Euro, den ihr für Trab ausgebt, habt ihr nicht für Galopp übrig und Galopp braucht selber Geld.

Und wie hängt das alles jetzt mit dem Glücksspielstaatsvertrag zusammen?

Günther Herz hat natürlich irgendwann mal darüber nachgedacht, wie er Geld verdienen könnte. Er hat sich irgendwann mal gedacht: ‚Wenn ich mit den Traberwetten alleine kein Geld verdiene und mit der Trabrennbahn kein Geld verdiene und mit der Zeitung kein Geld verdiene und in der Vermarktung nur zuschieße, brauche ich irgendein Modell, mit dem ich Geld verdienen kann. Nachdem damals ja sehr, sehr stark das Thema Sportwette, also Glücksspielstaatsvertrag im Zusammenhang mit der Sportwette, auf dem Programm war, hat sich Günther Herz ein sehr interessantes Geschäftsmodell überlegt, ein schlaues Geschäftsmodell, mit dem man das alles leicht hätte finanzieren können. Denn im Rahmen des Glücksspielstaatsvertrags ist immer diskutiert worden, einen zentralen Glücksspielservers zu machen, damit der Staat praktisch die Kontrolle über das Glücksspielwesen in Deutschland aufrechterhalten kann und auch der Suchtprävention Genüge leisten kann, et cetera. Das heißt, über diesen Server wären praktisch alle Kunden in Deutschland und jede Wette erfasst gewesen, so hättest du unter anderem entsprechende Spielerlimits kontrollieren können und der Staat hätte natürlich komplett die Geldströme kontrollieren können. Und wenn es einen zentralen Glücksspielservers gibt, dann verdienst du an jeder Transaktion Geld. Und Günther Herz hatte sich überlegt, das Win Race praktisch dieses System anbietet, er wäre der Betreiber des zentralen Glücksspielservers gewesen. Das ist allerdings nicht geglückt, weil es so weit nie gekommen ist. Damit war natürlich dieses potenzielle Geschäftsmodell weg und auch die Möglichkeit, tatsächlich Geld zu verdienen und damit verlor er dann letztlich auch das Interesse final.

Und was hat die Vergabe der 20 Lizenzen damit zu tun gehabt? Man hat mir gesagt, dass aufgrund dieser Vergabe, bei denen der 21. Bewerber geklagt hatte, seither alle Glücksspielanbieter in ihrer halb illegalen Grauzone operieren?

Ja, also es war so, du musst dazu wissen, dass das Glücksspiel an und für sich Ländersache ist. Die Regelung zum Glücksspiel wird nicht vom Bundestag verabschiedet, sondern muss vom Bundesrat verabschiedet werden. Das heißt, man versucht, dass bundesweit eine einheitliche Regelung gefunden wird, die einzelnen Bundesländer verständigen sich und der Bundesrat beschließt dann entsprechend. Die Bundesländer haben sich damals ein bisschen in Nöte gebracht, weil der Lottoblock immer versucht hat, das Monopol zu stärken. Monopol bedeutete: kein privates Glücksspiel mit Ausnahme der Pferdewette in Deutschland. Also alles Glücksspiel wird praktisch nur von den Lottogesellschaften vorgenommen.

Das hat auch lange funktioniert, bis eben die privaten Sportwettenanbieter auf den Markt kamen. Die sagten: ‚Na ja, Moment, wir haben in Europa Dienstleistungsfreiheit und wenn wir Dienstleistungsfreiheit haben, dann reicht es ja, wenn ich eine Lizenz von irgendeinem EU-Staat habe, dann darf ich damit automatisch im ganzen EU-Gebiet anbieten. Das Anbieten von Sportwetten ist nichts anderes als eine Dienstleistung. Dann hat der Lottoblock gesagt: ‚Ne, das geht aber nicht, das ist ja alles illegal, denn es unterliegt ja nicht deutschem Recht.‘ Das hätte ja auch alles funktioniert und hat begründet, warum ein es Monopol braucht. Es wurde gesagt, dass es ein Monopol vor allem zur Spielsuchtprävention braucht. Diese Argumentation hätte verfangen, also das hätte funktioniert, wenn nicht Lotto selber das expansivste Weltmodell, beziehungsweise Glücksspielmodell im deutschen Markt wäre. Lotto hat damals Oddset eingeführt, Keno eingeführt et cetera, hat Millionen von Kunden gehabt. Und daraufhin haben die anderen Glücksspielanbieter natürlich gesagt, dass das ein bisschen lächerlich ist, ‚Ihr sagt bei Lotto, dass wir das Monopol zum Spielerschutz brauchen und weitete war euer Angebot gleichzeitig überdimensional aus, habt euren Umsatz in den letzten zehn Jahren verzwanzigfacht und sagt das dient der Spielsuchtprävention, also das kann ja nicht sein.‘ Daraufhin hat der EuGH gesagt: Monopol ja, aber nur unter einer Voraussetzung. Monopol geht nur, wenn du es tatsächlich machst, um das Angebot einzudämmen. Das wollten aber die Bundesländer wieder nicht, weil sie dann viel Geld verloren hätten und dann hat man sich praktisch darauf geeinigt, wenn Monopol nicht geht, dann Glücksspiel mit staatlicher Kontrolle. Jetzt hat man also den ersten Glücksspieländerungsstaatsvertrag aufgesetzt und hat eine Testphase ins Leben gerufen. Es sollten 20 Lizenzen an den Markt gegeben werden und an Teilnehmer, die sich dafür qualifizieren.

Der Fehler in dieser Struktur ist schon ganz einfach zu finden, nämlich: Wonach geht's? Also, wenn du das evaluiert, musst du ja praktisch alle gleich behandeln, es war doch von vornherein absehbar, dass der einundzwanzigste, der es nicht bekommt, sagt: ‚Na ja, aber warum kriege ich es nicht?‘ Es gibt ja keinen Grund eigentlich. Dabei hat man natürlich einen großen Fehler gemacht, man hat nämlich nicht den Kleinen keine Lizenzen gegeben, sondern man hat einigen Großen keine Lizenzen gegeben, weil man gehofft hat, auf die Art und Weise wieder ein Quasimonopol herzustellen, weil die Einführung eines Angebots im Markt sehr viel Geld kostet. Jetzt hatte Tipico unter anderem, als größter deutscher Anbieter der Sportwette, keine Lizenz. Die haben natürlich wieder geklagt und haben gesagt: ‚Ja, Freunde der Nacht, da muss wohl ein Fehler vorliegen. Wir sind der größte Anbieter. Wir sind der sicherste Anbieter. Wir sind mehrfach zertifiziert, haben ISO-Zertifizierungen gemacht et cetera, das kann ja nicht sein, dass wir keine Lizenz kriegen.‘ Und die haben gewonnen und zwar, weil im Vergabeverfahren Fehler festgestellt wurden. Das heißt, da sind Argumente nicht so berücksichtigt worden, wie sie hätten berücksichtigt werden müssen. Dann kam folgende Situation, es gab erst mal keine Lizenz, und daraufhin hat die Verwaltung gesagt, sie können dieses Verfahren nicht sofort wieder durchführen. Deswegen ist das Glücksspiel, das private Glücksspiel und zwar sowohl Casino, Gaming, als auch Fußballwette, Sportwette et cetera, bis dato Graubereich. Das heißt, es ist eigentlich rechtswidrig, aber man geht nicht dagegen vor, weil man nämlich keine wirkliche Rechtsgrundlage hat und wenn man keine Rechtsgrundlage hat, dann hat man immer die Gefahr, dass eine Amtshaftung eintritt.

Das heißt, wenn man irgendeinem Anbieter verbietet, dass er den Laden offen hat, beziehungsweise seine Webseite betreibt und das vor Gericht nicht standhält, dann müsste man praktisch die Haftung übernehmen, weil man ja dann was getan hätte, was nicht zulässig ist. Das Risiko wollte keiner nehmen. Deswegen hat man es im Graubereich gelassen. Das heißt, es wurden keine Lizenzen mehr vergeben, es war aber gleichzeitig auch nicht rechtswidrig, sondern einfach geduldet. Mit dem Scheitern des Glücksspielstaatsvertrags kam auch kein zentraler Glücksspielservers und für Win Race kam kein Geschäftsmodell, mit dem sie hätten Geld verdienen können.

Und dadurch hat Win Race dann ziemlich abrupt seine Arbeit eingestellt und der HVT hat sich an German Tote bzw. Wettstar gewandt, die aber nur die Vermarktung der Wette übernommen haben, somit gibt es ja momentan gar keine Vermarktung des Sports?

Genau, die ist praktisch weggefallen, weil die Einen sagen, wir machen nur die Wette und das Fernsehbild dazu, weil das nämlich genau das ist, worüber der Vertrag läuft. Der Vertrag zwischen den Rennvereinen und Wettstar sieht wie folgt aus: Wettstar ist der Vermarkter der deutschen Trabrennbahnen im Bereich des Bildes und im Bereich der Wette, das sagen sie auch ganz klar. Den gleichen Vertrag hat Wettstar übrigens auch mit den Galopprennbahnen, auch da sind sie Vermarkter der Wette und des Bildes. Sie sind nicht der Vermarkter des Sports, das ist ganz klar die Aufgabe des Direktoriums, respektive jetzt Deutscher Galopp. Das siehst du auch daran, weil Deutscher Galopp ja sehr, sehr viel Geld ausgegeben hat, um den Galopprennsport zu positionieren. Das hat man sehr stark über das Fernsehsignal gemacht, aber das wurde auch sehr, sehr stark von Deutscher Galopp gefördert, diese Fernsehproduktion im abgelaufenen Kalenderjahr hat praktisch mehr oder weniger Deutscher Galopp zu großen Teilen finanziert.

Woher hat Deutscher Galopp die finanziellen Mittel?

Die Finanzierung erfolgte tatsächlich aus den Mitteln, die man aus dem Verkauf von RaceBets erlöst hatte. RaceBets wurde Ende 2016 für insgesamt 40 Millionen Euro verkauft, davon gehörten 39 Prozent dem deutschen Galopp und zwar in verschiedenen Formen. Und diese ca. 15 Millionen, die man daraus erlöst hat, die hat man jetzt in großen Teilen verwendet, um auch dieses Fernsehsignal zu gestalten und zu bezahlen.

Und auch für die Sport1-Sendung?

Die Sport1-Sendung hat Wettstar bezahlt und zwar komplett und den Teil, den deutscher Galopp hätte bezahlen müssen, den haben die Rennvereine bezahlt. Also ich kann dir sagen, wir hatten zwei Sendungen in München und haben dafür jeweils fast 10.000 Euro bezahlt.

Und die Resonanz war sehr positiv oder?

Die Resonanz war insofern positiv, als dass wir eine sehr, sehr große Reichweite erzielt haben, die wir wiederum verwendet haben, um dann Sponsoren für Renntage zu finden. Ich habe zum Beispiel in München einen Sponsor für den Großen Preis von Bayern am 8. November 2020 gesucht und durch die Darstellung der Reichweite und der Abnehmer ist es mir tatsächlich gelungen die Allianz als Sponsor für dieses Gruppe 1 Rennen zu gewinnen.

Jetzt ist es also so, dass der Platz des Sportvermarkters unbesetzt ist und der HVT sagt, dass es jeder gerne machen kann, aber es macht keiner, weil keiner dafür Geld ausgeben möchte. Es gab ja diese tollen Initiativen, unter anderem GoTrabGo, die eigentlich komplett gescheitert sind. Man hört ganz verschiedene Gründe dafür, aber der Grund den Heinz Tell im Interview angesprochen hatte war vor allem der, dass das Organigramm von der deutschen Trabergesellschaft, welches entwickelt wurde, nicht durchführbar wäre, da der HVT nicht oben stehen würde. Das habe ich nicht ganz verstanden, da es ja die Kompetenzen des HVT gar nicht verändert hätte?

Im Prinzip muss man sich fragen, was war zuerst da, die Henne oder das Ei? Du musst dir folgendes vorstellen: Die Rennvereine selber waren eigentlich vor dem HVT da. Dann kam irgendwann mal die Situation, dass die Rennvereine gesagt haben: wir müssen das, was wir machen wollen, finanzieren. Jetzt kommt eine ganz entscheidende Geschichte. Der Staat hat im Rahmen des Tierzuchtgesetzes die Aufgabe, die Tierzucht zu fördern, darunter auch die Pferdezucht. Wir gehen jetzt in gesetzliche Regelungen, die teilweise fast hundert Jahre alt sind. Der Staat hat eine Pflicht aus dem Tierzuchtgesetz die Tierzucht zu fördern, darunter auch die Pferdezucht, entsprechend natürlich auch die Zucht von Galoppfern und Trabern. Der Staat hat nur relativ früh gesagt: ‚Na ja, das wollen wir aber eigentlich nicht, dass wir das Hobby von reichen Leuten finanzieren.‘ Deswegen hat der Staat gesagt, dass er den Rennbahnen die Möglichkeit gibt, einen Totalisator einzurichten. Das heißt, der Staat hat sich aus seiner Finanzierungsverpflichtung komplett verabschiedet, im Gegensatz zu anderen Ländern, wo der Staat ganz viele Mittel in den Rennsport bei schmeißt, zum Beispiel in Italien. Der Staat hat es bei uns anders gemacht und hat gesagt: ‚Liebe Rennbahnen, wir geben euch die Möglichkeit zur Abhaltung eines Totalisators und aus diesen Mitteln, die ihr daraus erlöst, aus der Wette müsst ihr praktisch diesen Zweck erfüllen.‘ Das heißt, der Staat muss nicht, die im Rahmen des Tierzuchtgesetzes vorgeschriebene Aufgabe erfüllen, sondern die Rennvereine erfüllen die, weil der Staat ihnen die Möglichkeit einräumt, ein Geschäft zu machen. Wenn du das als Staat tust, musst du aber natürlich folgendes machen, du brauchst eine Aufsichtsorganisation. Jetzt hat der Staat gesagt, wir sind bereit, euch das zu geben, unter der Voraussetzung, dass ihr akzeptiert, dass es eine Oberaufsicht über das gibt, was ihr macht. Das wollte der Staat aber wiederum nicht selbst organisieren, sondern er hat gesagt, wir bündeln diese Kompetenz beim Hauptverband.

Dieser Hauptverband sorgt für Folgendes: Er sorgt für eine Trabrennordnung, im Rahmen dieser Trabrennordnung muss auch die Rennordnung festgelegt sein, also zu welchen Bedingungen werden Trabrennen gelaufen et cetera und damit der Trabrennveranstalter als ein Veranstalter anerkannt wird, der sich praktisch unter die Regelungen des HVT, also unter die Regelung in der Trabrennordnung unterwirft, müssen sich die Rennvereine quasi unter dem HVT organisieren.

Jetzt aber wieder zur Vermarktung und das ist eine sehr spannende Frage. Was vermarkten wir denn eigentlich? Vermarkten wir das Pferd? Vermarkten wir die Rennen? Vermarkten wir die Wette? Wie die Wette vermarktet wird wissen wir. Das Rennen an sich müssen die Rennvereine vermarkten. Das Entscheidende ist aber und das ist das, was fehlt und das ist das, was der HVT immer außer Acht lässt, dass er eigentlich für die Vermarktung des Trabers als Rasse zuständig wäre, das tut er aber nicht. Oder kennst du irgendwelche Aktionen, um dem breiten Publikum Trabrennpferde und Traberzucht vorzuführen?

Nein, ich habe im Rahmen meiner Bachelorarbeit recherchiert und es war schwer grundlegende Informationen über den Trabrennsport, die Zucht oder die Rasse zu finden, insbesondere aus offiziellen Quellen. Lediglich Wikipedia und selbst erstellte Block-Einträge, meistens von Freizeit-Traber-Besitzern haben irgendwelche Informationen geliefert.

Ich erzähle dir an der Stelle einen lustigen Aspekt. Wir loben ja immer so das Engagement der PMU in Deutschland, aber die PMU engagiert sich ja nicht nur in Deutschland, sondern auch noch in vielen anderen europäischen Ländern. Ich sag jetzt mal: in Belgien, in Holland, auf Malta, in Spanien, in der Schweiz, in Österreich, in Polen, in Kroatien, in Ungarn. Warum machen die das?

Herr Tell meinte, damit sie am Ende nicht mit ihren Trabern irgendwo alleine dastehen, wenn der ganzen Sport um sie herum kaputt gegangen ist.

Sie machen es aus einem anderen Grund. Das ist das, worüber wir lange nicht nachgedacht haben. Bei den Galopprennen spielt dieses Thema übrigens keine Rolle, muss man auch dazu sagen, weil die Zucht anders läuft. Das heißt, es gibt keinen deutschen Galopper oder französischen Galopper. Die Pferde sind zwar irgendwo auf die Welt gekommen, aber du kannst theoretisch mit einem irisch gezogenen Pferd im Deutschen Derby laufen. Das heißt diese Rennen sind alle offen, es gibt keine länderspezifische Eingrenzung. Das ist beim französischen Traber ein wenig anders. Le Trot hat was gemacht, was ziemlich clever ist und dafür haben sie auch die PMU vor ihren Karren gespannt. Le Trot hat nämlich irgendwann mal gesagt: ‚Der französische Traber ist eine eigene Rasse und wenn du liebes Deutschland bereit bist das anzuerkennen, dann sind wir bereit, bei euch Geld auszugeben und zwar zur Förderung dieser TF-Rennen unter anderem. Eigentlich hätten sie gern noch mehr gehabt. Eigentlich hätten sie gern gehabt, dass die deutschen Züchter auch französisch züchten.

Das Problem ist bloß, dass das Züchten in Frankreich so teuer ist, dass der deutsche Züchter sich das nicht leisten kann, weil er die Produkte am Markt nicht verkaufen kann. Wenn du überlegst, Love You kostet bei uns eine Decktaxe von, keine Ahnung, 10.000 oder 12.000 Euro, in Frankreich kostet der fast 40.000 Euro. Ich erklär dir den Unterschied. In Frankreich ist es zum Beispiel so, dass du keinen Gefriersamen verwenden darfst. Im Prinzip sagen sie, hundert Sprünge im Natursprung, aber es ist natürlich kein richtiger Natursprung, sondern Frischbesamung. Das heißt Love You bringt in Frankreich für die hundert Sprünge, die der Züchter verkaufen kann, im Jahr 4 Millionen Euro. Jetzt sagen die aber natürlich, wenn es international erlaubt ist, warum sollen wir keinen Gefriersamen verkaufen und ziehen halt nochmal 200 oder 300 Gefriersamen-Portionen und verkaufen den weltweit. Das kannst du entsprechend billig machen, der Unterschied ist aber ganz klar, der französische Traber muss zu den Kriterien des französischen Reglements gezüchtet werden. Das heißt, die Mutter muss in Frankreich stehen, muss in Frankreich abfohlen, das Pferd muss in Frankreich gechipt werden und es muss im Natursprung gedeckt werden. Damit musst du auch den hohen Preis bezahlen. Das ist einfach eine ganz andere Überlegung in der Zucht. Übrigens als kleiner Hinweis am Rande, bei den Galoppieren gibt es keine Gefrierbesamung und zwar weltweit nicht, das ist verboten. Pferde die gefrierbesamt werden scheiden aus und sind automatisch nicht mehr zum Zuchtbetrieb zugelassen. Das bloß vielleicht als Hintergedanken.

Die Franzosen haben jetzt nichts anderes gemacht, also Le Trot gemeinsam mit der Tochtergesellschaft PMU, die zu 50 Prozent France Galop und zu 50 Prozent Le Trot gehört, als den französischen Traber zu vermarkten. Deswegen haben die deutschen Rennvereine auch die Verpflichtung, möglichst viele TF-Rennen abzuhalten. Wenn Heinz Tell nach Frankreich fährt, um Werbung für PMU-Rennen in Deutschland zu machen, wird er von Le Trot-Verantwortlichen immer gefragt, wie viele Pferde Deutschland im vergangenen Jahr in Frankreich gekauft hat. Das wird er deswegen gefragt, weil zum Beispiel in Österreich oder auf Malta vielmehr TF rumlaufen als bei uns. Das ist der Hintergrund und da siehst du ganz klar, wie ein Verband die Vermarktung seiner Traberzucht anschiebt.

Der HVT sagt aber immer, dass es mit seiner Gemeinnützigkeit kollidieren würde.

Man muss die Frage mal umdrehen, wäre es denn ein großer Nachteil, wenn man nicht gemeinnützig wäre?

Das weiß ich nicht, es hat doch aber auf jeden Fall etwas mit Steuervorteilen zu tun, wobei ich von einigen Aktiven bereits gehört habe, dass sie schon Steuern nachzahlen mussten, nachdem der HVT die ZVS übernommen hatte.

Für mich ist diese Argumentation, die da angeführt wird, noch nicht ganz schlüssig. Aber die Steuerproblematik würde ich jetzt mal unberührt lassen. Weil die Frage ja ist, wie du vermarktet und was du tust.

Ein gemeinnütziger Verband, in dem Fall der HVT, hätte ja durchaus die Möglichkeit im Rahmen einer Publikumsgesellschaft so wie der Galopprennsport in der Vergangenheit bei German Racing, ein Vehikel aufzusetzen, um den Sport zu fördern. Das Direktorium für Vollblutzucht und Rennen in Köln ist auch ein gemeinnütziger Verband. Die haben irgendwann mal gesagt: „Na ja, aber wir müssen uns ja irgendwo wirtschaftlich betätigen. Deswegen hat das Direktorium Gesellschaften gegründet, die DVR Wirtschaftsdienste GmbH, die DVR Beteiligungs GmbH und daran ist überall das Direktorium letztlich als Gesellschafter beteiligt.“

Also so, wie es der ADAC in seiner Strukturreform gemacht hat?

Genau, das könnte rein theoretisch der HVT auch machen, hat er aber nie gemacht.

Und was machen diese Gesellschaften?

Die Gesellschaften haben in erster Linie die Aufgabe, wirtschaftlich tätig zu werden und mit den Verdiensten den Galopprennsport zu fördern und das haben sie auch in der Vergangenheit schon sehr gut getan. Die DVR Wettbetriebs GmbH und die Beteiligungs GmbH zum Beispiel hatten die Beteiligung an RaceBets, da ist heute die Beteiligung an Pferdewetten.de enthalten, da waren die Beteiligungen an einem stationären Ladengeschäft mit dabei, mit Läden in Köln, Düsseldorf und Krefeld. Da sind aber unter anderem auch die Bildrechte drin. Das heißt im Galopprennsport ist es so, dass die Vereine die Bildrechte alle an DVR Wettbetriebs GmbH abgelöst haben, zum Vertrieb und die DVR Wettbetriebs GmbH, hat dann einen Vertrag, einen Bild- und Wettvermittlungsvertrag aufgesetzt und mit den Buchmachern die Verträge gemacht. Das, was wir bei uns alles alleine machen oder in Zusammenarbeit mit Wettstar, das macht bei den Galopprennern tatsächlich das Direktorium.

Dann sagt der HVT ja aber, dass er keine Befugnis hat, bei den Rennveranstaltern Einfluss zu nehmen. Also er hat keine Kompetenz die Rennveranstalter alle an einen Tisch zu bekommen um übergreifende Entscheidungen zu treffen.

Ja, das ist korrekt, da hat sich der HVT aber auch nie darum bemüht das bei den Rennvereinen durchzusetzen. Es wäre an mehreren Stellen sinnvoll. Du hast ja nicht mehr viele Fachleute, du hast ja nicht mehr viele Leute, die hauptberuflich davon leben können im Trabrennsports zu arbeiten, auf Seiten der Vereine.

Viele sehen den einzigen Weg aus der Krise darin, die Umsätze auf den Bahnen wieder zu steigern. Meinst du, dass es heutzutage noch möglich wäre, natürlich mit einigen Veränderungen, wie zum Beispiel interessantere Starterfelder, die gute Rahmenbedingungen zum Wetten schaffen, den Totoumsatz auf den Bahnen wieder so stark zu bekommen um sozusagen gegen die Buchmacher anzukommen?

Ich war vier Jahre lang Geschäftsführer von Pferdewetten.de und ein halbes Jahr lang von RaceBets, also die zwei größten Buchmacher Deutschlands. Die Rennvereine haben keine Chance.

Liegt das an diesem zweigeteilten System, dass es in Deutschland Buchmacherwetten und Totalisatorwetten gibt?

Das ist prinzipiell kein Problem. Es wäre prinzipiell kein Problem gewesen, wenn wir es einfach nicht verpennt hätten, ein eigenes Vertriebsnetz aufzubauen. Die Traber haben einfach 30 Jahre lang geschlafen. Wir haben kein Vertriebsnetz aufgebaut und wir hatten es so leicht, denn wir hatten alles: die Bilder, die Wetten, die Quoten und wir hatten die Kunden. Wir hatten eigentlich alles und der Buchmacher hatte nichts, aber der Buchmacher hat es geschafft uns das alles wegzunehmen. Nicht die Bilder, nicht die Rennen, aber er darf unsere Bilder und Rennen nutzen, er darf unsere Quoten nutzen und unsere Kunden hat er uns weggenommen.

Und dieses Problem sollte, so hat Herr Tell mir das erklärt, mit dem Glücksspielstaatsvertrag gelöst werden, indem man den Buchmachern verboten hätte die Quote zu kopieren.

Das ist nicht ganz korrekt. Günter Herz, also Win Race, wollte das haben. Die Quote, die auf der Rennbahn entwickelt wird, auf der sollte ein Urheberrecht drauf liegen. Und zwar das Urheberrecht der Rennvereine. Das Problem ist bloß, das gibt's nichts. Das ist vom Europäischen Gerichtshof mehrfach abgelehnt worden. Da gibt es keinen Anhänger, es gibt keinen Richter, der dem Recht gibt, die Quote ist nicht urheberrechtlich geschützt.

Das heißt, man hat jetzt diese Situation und eigentlich ist das Kind in den Brunnen gefallen und die Buchmacher sind jetzt nicht mehr wegzudrängen?

Das geht sowieso nicht. Das muss man vielleicht auch ganz kurz sagen, den Buchmacher kann man sowieso nicht wegnehmen, denn der Buchmacher ist der Einzige, der im Rennwett- und Lotteriegesezt, wenn du nachliest, tatsächlich als Berufsstand festgeschrieben ist. Im Rennwett- und Lotteriegesezt steht: Der Rennverein muss privaten Wettanbietern, also den Buchmachern, einen Platz auf der Rennbahn einräumen, damit sie ihrem Geschäft nachgehen können.

Wenn man also auf dem Wettmarkt versäumt hat sich zu positionieren und nun im Grund alles vergeben ist, was kann man denn jetzt noch tun, dass der Sport wieder hoch kommt?

Es gibt doch was viel Besseres als die Wette. Überleg mal, die Wette ist doch eigentlich, wenn man realistisch denkt, ein ganz unpopuläres Produkt. Sie gilt bei 98 Prozent der Menschen als suchtgefährdend und als etwas höchst Verruchtes, das sagen dir sogar Leute, die Lottospielen. Sogar die sagen, dass die Pferdewette etwas Verruchtes ist. Also verkaufen wir ja eigentlich etwas, das ungefähr, nehmen wir einen aktuellen Bezug, den selben Stellenwert hat wieder wie das Coronavirus.

Und das macht ja auch ein schlechtes Bild auf den Sport, weil alle nur vor Augen haben, wie reiche Männern wetten und die Pferde ausgepeitscht werden, damit es immer schneller, schneller, schneller geht.

Genau, und von verzockten Frettchen, die danach als Arbeitslose in der Gosse enden und eine Flasche Korn in der Hand haben. Das ist unser Problem mit der Wette und wir werden die Wette im Kern nie als Kinderspiel verkaufen können, das wird nicht funktionieren. Den Nimbus von der Wette zu nehmen ist ganz, ganz schwierig. Aber was wir können ist, wir können es schaffen unseren Sport als wertig darzustellen, sodass Besucher bereit sind Eintritt zu bezahlen, wenn die Trabrennveranstaltung ein Event ist.

Das sage ich auch schon immer, aber viele, mit denen ich darüber gesprochen habe meinten, dass ich da unbedingt von abkommen sollte und dass der Sport nur über die Wette und über den Wetter überlebt. Dann bin ich selber schon fast von diesem Gedanken abgekommen, weil ich geglaubt habe, dass es vielleicht wirklich Quatsch ist, aber ich sehe es eigentlich genau wie du.

Ich glaube, dass Rennen prinzipiell über vier Säulen finanziert werden müssten, vier Säulen aus denen man Einnahmen erzielen kann. Eine Säule ist Sponsoring, du verkaufst dein Rennen mit einem Renntitel et cetera. Die Zweite ist natürlich der Besitzer, der den Einsatz bezahlt, das ist auch eine Finanzierungssäule, eine kleinere, aber es ist eine. Die dritte Säule ist die Wette und die vierte Säule ist der Eintritt, weil was nämlich vor der Wette steht und das darf man nicht vergessen: Vor der Wette steht, dass du auf die Rennbahn gehst. Wenn du auf die Rennbahn gehst, kann es nicht sein, dass die Darbietung eines sportlichen Spitzenevents für Null zu haben ist.

Selbst Regionalligaspiele im Fußball, nein, es stimmt nicht, selbst Kreisklasse Fußball kostet fünf bis sieben Euro Eintritt. Und wir verlangen Null, und das für Profisport. Das ist krank! Jetzt mache ich dir eine ganz einfache Rechnung auf. Stell dir mal vor, du findest tausend Leute, die bereit sind sieben Euro zu bezahlen, dann hast du 7.000 Euro Einnahmen. Die bleiben dir eins zu eins übrig, abzüglich der Kosten für drei Kassensmädels, die Karten verkaufen und drei oder vier Ordnern, die Tickets abreißen und kontrollieren. Wenn ich den Toto betreibe und die gleichen 7.000 Euro verdienen möchte muss ich ungefähr 40.000 Euro Umsatz machen. Wir nehmen ja über alle Wettarten ungefähr nur 18 Prozent aus dem Topf. Wenn ich 18 Prozent aus dem Topf nehme und ich möchte 7.000 Euro Erlösen, dann brauche ich praktisch den fünf -bis sechsfachen Umsatz.

Das heißt, ich brauche ungefähr 42.000 Euro Umsatz, damit 7.000 Euro übrig bleiben. Dafür muss sich allerdings einen Totalisator betreiben mit Kassen, die ich mieten muss, mit dem vollen Programm. Ich habe einen deutlich größeren Aufwand für deutlich weniger Ertrag.

Eine andere Frage, die ich noch hab ist: Warum ist das übertragene Bild bei den Trabern so schlecht und bei den Galopprennen so gut? Herr Tell sagte mir, dass läge an Wettstar.

Nein, das stimmt so nicht. Es ist halt eine Frage, was du für Geld ausgibst. Es geht ja nicht alleine um die Technik, die du im Übertragungswagen hast, sondern du musst ja praktisch schon in HD produzieren. Dann schaust du einfach mal in die Studios der diversen Trabrennvereine rein und schaust, wie alt die Technik ist und dann siehst du wo das Problem liegt. Um HD auszustrahlen brauchst du Glasfaserkabel.

Und die haben die Rennvereine nicht?

Also, ich habe es in München mittlerweile, im März wird es verlegt, dann produzieren der tatsächlichen voll HD.

Ich habe mal gehört, dass in Mariendorf wohl auch schon längst diese Kabel verlegt worden sind, aber sie können trotzdem nicht in HD ausstrahlen, obwohl die Kameras, laut einem Techniker in HD aufnehmen könnten.

Es gibt ein ganz großes Problem. Ich möchte keine Mariendorf-Schelte durchführen, aber einiges erschließt sich mir in Mariendorf nicht und ich habe manchmal das Gefühl, dass die Linke nicht weiß, was die Rechte macht und es ist nur deswegen so leicht, weil Herr Mommert so viel Geld hat. Ich kritisiere nicht Ulli Mommert, er gibt Geld aus und dafür müssen wir dankbar sein, dass jemand wie Herr Mommert bereit ist, so viel Geld auszugeben. Ob das dann immer sinnvoll ist oder nicht, das liegt im Auge des Betrachters, da kann man geteilter Meinung sein. Aber er macht's wenigstens, was ihn schon mal von vielen Anderen unterscheidet. Was man aber nicht unterschätzen darf ist, es ist nicht unbedingt immer alles sinnvoll, was da so gemacht wird. Ich wundere mich manchmal, zum Beispiel über die Jackpot-Orgie. Anstelle in die Veranstaltungsqualität zu investieren, investiert man in Jackpots. Wem hilft das denn? Deswegen ist kein Wetter mehr da.

Meine letzte Frage wäre: Wie kommt das Geld, was von der PMU in den deutschen Sport fließt, zustande?

Du kannst du ganz einfache Rechnung machen, wenn ein PMU-Renntag in Deutschland durchgeführt wird und in Frankreich 1 Million Euro Umsatz aufläuft, dann ist dieser PMU-Renntag für den HVT vor dem Zug erst mal ungefähr 30.000 Euro wert.

Also drei Prozent vom Umsatz. Jetzt schüttet der HVT an den Veranstalter den Rennpreis und die Züchterprämie aus. Wenn es vier Rennen sind, schüttet er vier mal 3.500 Euro aus, also 14.000 Euro, plus 1.400 Euro Züchterprämie, also insgesamt 15.400 Euro. Verbleiben 14.600 Euro, die erst mal nicht ausgegeben worden sind. Jetzt muss der HVT noch eins machen, er muss eine Technikgebühr bezahlen, in Höhe von ungefähr 3.000 bis 4.000 Euro. Die musst du auch noch abziehen, das heißt es bleibt dem HVT ungefähr 10.000 Euro übrig. Je höher der Umsatz bei der PMU, da letztlich die Kosten nicht mehr steigen, sondern gleichbleiben, desto mehr bleibt übrig. Wir haben in München-Daglfing letztes Jahr drei oder vier Veranstaltungen gehabt mit 1,4 Millionen, da hat der HVT praktisch 42.000 Euro an die PMU abgerechnet und hatte Kosten von 16.000 oder 17.000 Euro und die restlichen 25.000 Euro sind bei ihm geblieben. Außerdem bekommt der HVT außerdem noch Geld aus dem PMU-Gemeinschaftspool, denn es gibt ja diesen deutsch-französischen Gemeinschaftspool, wo der deutsche Wetter praktisch nach Frankreich wettet, auch daraus gibt es noch einmal Geld für den HVT. Der HVT fördert damit also zum Einen die PMU-Rennen, zum Anderen die Trotteur-Français Rennen, mit jeweils 1500 Euro. In diesem Jahr war er außerdem noch auf alle Fälle ein gehobenes Rennen in Mönchengladbach, nämlich den Großen Preis der Stadt Mönchengladbach am kommenden Sonntag.

Wenn man alles zusammenrechnet kommt man auf 50 mal 15.400 Euro, das sind 770.000 Euro, das sind die Rennpreise für die PMU-Rennen, plus 50 mal 1.500 Euro für die Trotteur-Français Rennen, sind dann insgesamt 845.000 Euro. Dann noch mit den gehobenen Rennen, die dann noch finanziert werden, sagen wir mal drei oder vier á 10.000 Euro, hast du am Ende des Tages, ich mach jetzt mal so eine pauschal Berechnung, ungefähr 950.000 Euro, die ausgegeben wurden. Einnahmen hat der HVT, wenn wir jetzt mal einen durchschnittlichen Umsatz von einer Millionen nehmen, in Höhe von ungefähr 1,5 Millionen, wahrscheinlich ist es mehr, 1,6 oder 1,7 Millionen. Das macht einen Gap von ungefähr 600.000 Euro, wenn man das alles mal so überschlägt. Auf Nachfrage bekam ich keine Antwort und man kann weder das Eine noch das Andere belegen, es bleibt also bei Vermutungen. Man kann es ja auch von einer anderen Seite aus aufzwirbeln, woraus setzen sich die Einnahmen des HVT zusammen? Sie setzen sich im Prinzip aus allen Gebühren, die er erhebt zusammen und aus den 1,865 Prozent HVT-Abgabe aus dem Umsatz der Rennvereine, also aus dem Totoumsatz.

Wenn du dir jetzt anschaust, wie sich der Totoumsatz entwickelt, heißt das, die Einnahme des HVT sind in den vergangenen 20 Jahren um wahrscheinlich, keine Ahnung, 80 Prozent oder 90 Prozent zurückgegangen. Schaut du dir allerdings die personelle Besetzung in Berlin an, dann wirst du feststellen, dass dort eigentlich noch relativ viele Leute sitzen und irgendwie muss es ja finanziert werden. Im PMU-Vertrag steht ganz klar drin, dass die Mittel zur Förderung des Trabrennsports zu verwenden sind und zwar im Bereich der Rennen, also es muss praktisch in Form von Rennpreisen und Züchterprämien ausgeschüttet werden.

Vielen Dank für das Interview, Sascha Multerer!

G: Telefoninterview mit Riko Luiking am 18.12.2020

Geschäftsführer von Wettstar/German Tote.

Wie sieht der Vertrag von German Tote mit dem HVT aus?

Der HVT hat überhaupt gar keinen Vertrag mit uns, den haben die Trabrennvereine, genau wie die Galopprennvereine. Der HVT ist ja auch nach eigener Satzung ein Zuchtverband und die Zucht hat erst mal grundsätzlich mit der Wette nichts zu tun. Veranstalter der Wette sind die Rennvereine. Jeder Verein hat eine Toto-Genehmigung, diese Toto-Genehmigung ergibt sich aus dem Gesetz. Das Gesetz ist das Rennwett- und Lotteriegesezt, und dort steht im Paragraph 1 Absatz 1 geschrieben, dass Rennvereinen eine Genehmigung zur Veranstaltung eines Totalisators erteilt werden kann. Dann haben die Rennvereine mit German Tote diverse Verträge geschlossen. Ein Vertrag ist, dass wir den Rennvereinen ein Wettsystem, ein Totalisator-System, kostenlos zur Verfügung stellen. Dann steht in einem weiteren Vertrag drin, das wir für die Rennvereine die Vermarktung der Wette übernehmen, sprich, wir sind ermächtigt, mit anderen Vertriebspartnern wie Buchmachern, Wettannahmestellen oder ausländischen Totalisator-Anbietern Verträge zu schließen, dass wir all diese Wetten in den Totalisator des jeweiligen Rennvereins vermitteln dürfen. Dann haben wir einen Vertrag, das wir für die Rennvereine, die TV Bilder produzieren und für den Vertrieb dieser Bilder sorgen, sprich wir schicken Leute auf die Bahn und diese Leute produzieren TV-Bilder. Das war in München zum Beispiel teilweise die Firma Media Broadcast, jetzt haben wir denen in München ein Studio gebaut und beteiligen uns auch an den anfallenden Kosten, die dort auf der Bahn entstehen. Dann transportieren wir das Signal in unserer Studio und von dort geht das an Wettannahmestellen, zu Internetanbietern und zu ausländischen Partnern. Dafür haben uns die Rennvereine die exklusiven Bildrechte übertragen. Die Bildrechte gehören im Normalfall, auch das ist relativ klar gelöst, erst mal grundsätzlich dem, der sie produziert. Das kannst du ein bisschen mit einem Fotografen vergleichen, wenn er auf die Rennbahn geht und ein Foto macht, dann hat er das Recht an diesem Bild. Das gehört nicht dem Pferdebesitzer, das gehört auch nicht dem Rennverein, das gehört dem Fotografen. Genauso gehören die Bildrechte dem, der die Bilder erst mal grundsätzlich produziert.

Da wir mit den Rennvereinen Verträge geschlossen haben, wonach wir die exklusiven Bildproduktionsrechte auf den Bahnen haben, sind die Bildrechte erst mal grundsätzlich bei uns. Der HVT, das muss ich dir ganz klar sagen, der sieht das ein bisschen anders, aber da gibt es keine andere Sichtweise. Wir haben die gleichen Verträge mit dem Galopp und da ist es auch genau so alles anerkannt. Der HVT sieht es eben so, dass die Bildrechte in Teilen auch dem HVT gehören.

Welche Trabrennvereine haben denn einen Vertrag mit German Tote?

Der Einzige, der keinen Vertrag mit uns hat ist Mariendorf. Wir vertreiben zwar die Bilder weltweit, wir übernehmen auch die Kosten für diesen Vertrieb, wie Satellit, wie diese IP-TV-Boxen, also alles was mit Kosten dafür zusammenhängt liegt auch bei uns, nur das Totosystem will der BTV selbst betreiben.

Mariendorf hat als einzige Bahn nicht das von uns zur Verfügung gestellte Wettsystem. Das ist halt eine Eigenheit bei uns in Deutschland, dass einer raussticht (Lacher). Aber der, der raussticht, nutzt ja trotzdem das, was wir machen. Er lässt ja trotzdem die Bilder von uns ins Ausland transportieren, zu den Buchmachern transportieren, wir schließen trotzdem die Verträge mit den Wettanbietern ab, aber der BTV hat German Tote nicht explizit die Bildrechte übertragen.

Also profitiert ja Mariendorf trotzdem davon?

Ja, klar, normalerweise müsste der BTV ja sonst einen eigenen Satelliten buchen, um die Bilder zu übertragen, er müsste mit allen Wettannahmestellen eigene Verträge schließen, müsste in der Theorie auch dafür sorgen, dass die anderen Wettannahmestellen an das BTV-System angebunden werden, im Zweifel sogar noch mal mit einer eigenen Wettkasse. Der BTV nutzt schon komplett das Vertriebsnetz, was German Tote betreut und die Auslandskontakte die German Tote eben hat und nutzt, das nutzt der BTV schon alles.

Und warum darf er das, wenn sie gar kein Vertrag haben?

Das sage ich auch mal ganz ehrlich, weil ich gutmütig bin, und ich will ja auch niemanden unter Druck setzen. Ich will, dass es mit dem Sport weitergeht und ich hab ja nichts davon, wenn ich jetzt sage, der BTV soll sein eigenes Ding machen, die Leidtragenden hinten raus, wären die Wetter, weil die vielleicht ein Angebot nicht oder nicht so gut bekämen. Ich sehe das Ganze etwas globaler und gucke dann auch über solche Eigenheiten hinweg. Wir haben die Handschlagvereinbarung, dass wir das Mariendorfer Produkt mit anbieten und mit vermarkten können, aber es gibt zumindest keinen unterschriebenen Vertrag. Und dass Mariendorf das Toto-System von Sporttech hat, das mag auch alles sein, dass es dort einfach Dinge gibt, die Mariendorf gerne anbieten möchte, die wir zurzeit noch nicht anbieten können, weil wir die damals nicht entwickelt haben, das will ich gar nicht hoch aufhängen. Ich bin davon überzeugt, dass eigene, eine gut gemachte und ernstgemeinte Handschlagvereinbarung manchmal genauso wertvoll oder wertvoller sein kann als ein unterschriebener Vertrag.

Von welchen Kosten für Technik am Renntag hat Herr Tell denn dann aber in meinem Interview gesprochen? Er sagte, der HVT müsse für die Rennvereine 8.000 Euro pro Renntag für die Technik bezahlen.

German Tote werden keine 8.000 Euro überwiesen, leider (Lacher), also die Systemkosten und die Produktionskosten haben wir. Das einzige, wofür der HVT etwas an German Tote zurzeit überweist, ist für die Übertragung von PMU-Rennen.

Wie kam es zum Verkauf der 51 Prozent von German Tote an die PMU?

Historie: das Unternehmen German Tote wurde 2003 von Deutscher Galopp gegründet, 2004 wurde dem Trab, damals unter Herrn Stadler, seitens des Galopps ein Angebot unterbreitet, sich an dem Unternehmen zu beteiligen. Das hat der Trab abgelehnt.

Dann hab ich im Jahr 2006 auch Herrn Stadler und dem Unternehmen Win Race ein Angebot unterbreitet, wie der Trab an den Erträgen von German Tote beteiligt werden kann. Das hat der Trab abgelehnt, das weiß ich sehr genau, weil ich das Schreiben selber geschrieben habe. Dann hat Trab darauf gedrungen, einen eigenen Vertrag mit der PMU zuzubekommen, also hat die Firma Win Race oder RSM, eine der Vertriebsgesellschaften damals, einen Vertrag mit PMU unterschrieben und hatte die gleichen Vermarktungsrechte in Deutschland wie German Tote. Nach dem Ausstieg von Herrn Herz im Jahr 2014 hat Win Race diesen Vertrag wieder gekündigt und dann war das Ganze wieder erledigt. Man muss auch sagen, dass es für Win Race sehr schwierig war, denn dieses Marktfeld war durch uns besetzt. Die Vermarktung der französischen Wette hat eigentlich ausschließlich über die Internetplattform von Win Race stattgefunden. Damit war das erledigt.

Im Jahr 2003 bin ich mit meinen Gesellschaftern nach Paris gereist, das waren die deutschen Galopprennvereine, und wir haben der PMU angeboten, ob sich die PMU am Unternehmen German Tote beteiligen möchte. Das passte gerade zu der Zeit ganz gut in den Plan der PMU, weil sie gerade dabei waren die Eurotiercé in Belgien zu kaufen, das war der damalige Vertriebspartner der PMU in Belgien. Und sie haben begonnen eine Partnerschaft, ein Joint Venture, in Brasilien mit dem dortigen Rennsport aufzubauen, also die PMU wollte international expandieren. Im Jahr 2013 hat die PMU dem deutschen Galopprennsport ein Angebot gemacht, wie viel sie für den Einstieg und für den Erwerb der Mehrheit an German Tote bezahlen würden. Leider haben die Verhandlungen etwas länger gedauert zwischen dem deutschem Rennsport und der PMU, sodass der Vertrag erst im August 2015 unterschrieben wurde und seitdem war dann die PMU zu 51 Prozent Gesellschafter von German Tote.

Der Trabrennsport, auf deutscher Seite, war in diesen Verhandlungen sehr wenig involviert. Man könnte auch sagen gar nicht, weil man auch dazu wissen muss, dass Herr Herz erst im Jahr 2014, zum Ende des Jahres 2014, sein Engagement beendet hat. Das Verhältnis zwischen Win Race und German Tote war ja nicht allzu gut so, es waren ja schon Wettbewerber. Der französische Gesellschafter der PMU, Le Trot, mit Herrn Dominique de Bellaigue musste sicherlich zu diesem Deal zustimmen, aber der deutsche Trabrennsport hatte damit nichts zu tun. Denn als wir 2013 die Verhandlungen geführt haben, war ja Win Race noch der Partner des Trabs und ich glaube auch nicht, dass der HVT sich damals schon darum bemüht hat, dass in den Mitbewerber von Win Race, der Europas größter Totalisatoranbieter einsteigt.

Ja, Le Trot musste dem Deal zustimmen, da würde ich auch gar nichts gegen sagen und wenn Herr Tell im Hintergrund der großer Förderer war, dann ist das in Ordnung. Aber die PMU wäre bei German Tote nicht eingestiegen, wenn German Tote als Unternehmen für sie insgesamt nicht interessant gewesen wäre. Da wir der PMU durch unsere Arbeit jedes Jahr zweistellige Millionenbeträge zuführen, also das ist der Erlös, den sie aus den Wetten, die wir vermitteln, haben. Und da das im Jahr 2012 schon so war, ist das natürlich für die interessant gewesen, bei German Tote einzusteigen und sich bei ihrem wahrscheinlich weltweit größten Partner, ich glaube ich schon, dass wir fast die Nummer eins sind oder sogar die Nummer eins sind, was Wettvermittlung in den französischen Toto betrifft, diese Arbeit zu sichern und dieses Unternehmen zu sichern und zu stabilisieren.

Die Hintergründe waren andere und die waren einfach rein geldmäßig interessant und für die beiden französischen Gesellschafter. Natürlich wollen die auch den deutschen Rennsport unterstützen, denn sie tun ja nichts anderes in Frankreich, aber das hat durchaus materielle Gründe gehabt und nicht nur Nettigkeit.

Soweit ich weiß, wollte Win Race über den Glückspielstaatsvertrag aus 2011 einen Urheberrechtsschutz auf die Quoten erwirken, warum ist das gescheitert?

Es wird schon sehr lange versucht, auch im Sport, für Daten einen Urheberrechtsschutz zu erlangen. Es ist auch nachvollziehbar, dass der Sport das möchte, denn seit Jahren werden Sportwetten veranstaltet, ohne dass der Sport auch nur einen Cent kriegt. Das war auch der Ansatz von Herrn Herz sicherlich, dass er die Starterfelder schützen wollte und diese nicht einfach von den Buchmachern genutzt werden dürfen, um ihre Wetten anzubieten. Das ist aber nie ausgeklagt, ich habe aber meine Bedenken, ob das überhaupt geht. Sehr gutes Beispiel ist da auch Lotto. Wem gehören die Lottozahlen?

Die Zahlen werden veröffentlicht, die Ziehung wird öffentlich gemacht, genau so wie ein Galopp- oder Trabrennen eine öffentliche Veranstaltung ist. Und auf dieses Ergebnis dürfen Buchmacher Wetten abschließen, sogar ohne etwas dafür zu bezahlen. Die Buchmacher bezahlen an den Sport momentan Geld dafür, dass sie die Bilder nutzen dürfen. An diesen Bildern hat, wie vorhin besprochen, German Tote ja auch ein Urheberrecht, weil wir sie produzieren. Die Buchmacher zahlen nicht für die Daten als solches, wofür sie aber zahlen, ist, dass sie sie elektronisch von uns übermittelt bekommen, die Starterfelder elektronisch übermittelt bekommen und auch mehr bekommen als nur das reine Starterfeld. Die Ausgangsdiskussion war ja, ob der Spielplan der Bundesliga zu schützende Daten enthält, dem ist anscheinend nicht so, denn sonst würde die Bundesliga ja von allen Sportwettenanbietern Geld verlangen dürfen, tun sie aber nicht. Es gibt Sponsoringverträge, aber es gibt keine Datenverträge. Wenn aber ein Sportwettenanbieter, das Fußballspiel im Fernsehen übertragen will, dann muss er bezahlen und das ist auch korrekt. Wenn er den Kommentar, den Rennkommentar oder irgendwas hören möchte, muss er dafür bezahlen, auch korrekt. Und wenn er von uns die Daten elektronisch übermittelt haben möchte und nicht alles händisch eintippen möchte, dann muss er dafür auch bezahlen und das passiert. Aber dieses Thema, wem die Eventualquoten, die öffentlich dargestellt wird, zur Informationen des Wetters, gehört, das ist schon schwierig da einen Urheberrechtsstreit zu führen.

Warum haben die Traber das Angebot, bei German Tote einzusteigen, damals abgelehnt?

Ich kann beide Seiten verstehen. Das Unternehmen hatte damals, als das Angebot kam, natürlich Anlaufverluste und der Trabrennsport war entweder nicht in der Lage oder nicht willens, das möchte ich gar nicht beurteilen. Sie waren von dem Konstrukt nicht überzeugt und sie wollen sich auch nicht jetzt an den aufgelaufenen Schulden beteiligen. Die Meinung kann man ja auch haben. Natürlich ist es dann schwer, wenn man ein paar Jahre später sagt, dass ihnen die Hälfte der Gewinne zustehen würde. Dann haben wir ja ein Angebot gemacht, dass den Trab an den Erträgen aus der Frankreich-Wette im Bereich Trabrennen in Frankreich beteiligen sollte.

Im Grunde genommen wollten wir es aufsplitten, German Tote bekommt die Dienstleistungsgebühr und der Rest wird aufgeteilt, je nach Umsätzen auf Trab- und Galopprennen. So war so war mal die Idee. Das wurde aber auch abgelehnt, was auch nicht schlimm ist, wenn man sagt, dass man lieber die gleichen Rechte eingeräumt bekommt und es selber macht. Auch da kann man nichts gegen einwenden, das ist einfach eine geschäftsstrategische Entscheidung und die Entscheidung wurde damals seitens des Trabrennsports so getroffen. Ob die richtig oder falsch war, das müssen die Beteiligten für sich sehen. Im Nachhinein betrachtet war wohl die erste Entscheidung falsch, nämlich sich nicht am Unternehmen zu beteiligen. Aber das Ganze hat sich natürlich jetzt wieder etwas relativiert, weil wir natürlich aus den Einnahmen, die wir erzielen, auch die Trabrennverein unterstützen. Es ist dann in letzter Konsequenz ohne Beteiligung gelaufen.

Also werden die Rennvereine nicht nur durch die zur Verfügung gestellte Technik und die Produktion der Bilder, sondern auch noch mit Geld unterstützt?

Ja, auch noch mit Geld. Die Trabrennverein bekommen durchaus Sponsoringmittel. Die Unterstützung des Trabs sieht man schon darin, dass German Tote in der größten Not im Jahr 2014 oder Ende 2014 die Trabrennbahn Gelsenkirchen übernommen und den Betrieb sichergestellt hat. Dort finden einfach bis jetzt Rennen statt, denn damals, als ich diesen Vertrag unterschrieben habe und wir die Bahn gepachtet haben, war nur der Galopp Gesellschafter von German Tote. Aber das haben wir schon im Hinblick darauf, dass wir in den Vertragsverhandlungen mit PMU waren, haben wir das natürlich auch schon gesehen und wussten, dass wir den Trabrennsports am Leben erhalten mussten und wir mussten auch diese Bahn sichern.

Weißt du, warum Karlshorst keine PMU-Rennen mehr bekommt?

Laut dem HVT wollte es Le Trot nicht. Ich hab da aber keine Kenntnis von, denn die PMU und Equidia haben mir das nicht mitgeteilt. Das muss also eine Entscheidung von Le Trot gewesen sein, da aber der HVT der Vertragspartner ist... Im Galopp gibt es so etwas nicht, wir bekommen Terminvorschläge, dann setzt sich German Tote gemeinsam mit dem Dachverband hin und belegt diese Daten mit Rennveranstaltungen, wie wir das alle für gerecht und richtig erachten. Dann gehen wir danach gemeinsam an die Rennvereine ran und fragen sie, ob sie sich vorstellen können, an diesem Renntagen erstens zu veranstalten und zweitens auch so zu veranstalten, wie es in den Kalender, in die Uhrzeiten passt. So ist der Weg bei Galopp. Die Terminverhandlungen laufen auch zwischen German Tote und France Galop, immer unter Beteiligung von Deutscher Galopp, während die Terminverhandlungen als solches zwischen HVT und Le Trot laufen und erst mal grundsätzlich ohne Beteiligung der Rennvereine und ohne German Tote.

Warum ist die Bildübertragung im Vergleich zu den Galopprennen bei den Trabern so unterschiedlich?

Die Qualität der Bilder ist in der Tat beim Galopp nicht besser, also die reine Bildschärfe, ich meine nicht das, was sonst noch mit den Bildern passiert. Der Deutsche Galopp zahlt von Dachverbandsseite, zum Beispiel gerade in diesem Jahr, einen sehr guten sechsstelligen Betrag zusätzlich für die Bildproduktion, also da kommt vom Dachverband Geld, das kommt vom HVT ja nicht. Gerade in diesem Jahr hat der Dachverband sehr, sehr viel Geld im Galopp-Bereich zur Bildproduktion dazu geschossen. Aber ich will auch nicht verhehlen, dass wir mit dem Trab nicht so weit sind, wie wir gerne sein möchten, da haben wir ja Sommer auch schon drüber gesprochen. Ich will nicht alles durch Corona entschuldigen, aber es hat ein bisschen was mit unserem neuen Dienstleister zu tun, mit dem das nicht so schnell voran ging, wie wir uns das erwünscht haben. Bei Galopp haben wir viel umgesetzt, aber es war auch sehr, sehr teuer und ich denke mal, dass wir schon in die Qualität investiert haben. Ich glaube schon, dass sich die Münchener Bilder wirklich sehen lassen können. Ich bin der Meinung, dass sich die Gelsenkirchener Bilder sehen lassen können. Straubing sind unbestritten gute Bilder. Die haben eine vernünftige Bildproduktionsfirma, das könnten wir jetzt nicht besser machen.

Was wir jetzt dringend angehen müssen, was aber, wie gesagt, im Galopp sehr, sehr stark mit dem genannten sechsstelligen Betrag gefördert wurde, wenn da von den PMU-Geldern etwas in die Bildproduktion geflossen wäre, dann wäre man sicherlich vielleicht auch schon einen Schritt weiter. Was wir jetzt machen müssen, sind die Grafiken, das soll aber jetzt losgehen. Damit werden wir sicherlich sehr schnell eine Qualitätsverbesserung haben. Denn die Grafiken sind einfach zeitgemäß, die wir jetzt im Galopp einsetzen.

Da hat es im Trab ein bisschen gedauert, weil es mehr Informationsbedarf gibt. Das Einblenden von Zwischenzeiten oder diese Dinger, die waren in der Ursprungsversion nicht vorgesehen, da musste noch einiges entwickelt werden. Des Weiteren ist es natürlich sehr schade, dass wir nicht so einen Zugriff auf die Dressfarben haben, wie im Galopp. So viel ich weiß, hat es Andreas Gruber jetzt mit übernommen, die Dressfarben in eine Datenbank einzuarbeiten, sodass wir, wie bei allen anderen Ländern auch, die Dresse vernünftig zeigen können. Der HVT konnte sie uns nicht liefern.

Was aber jetzt auch noch wichtig ist, ist, dass wir die Fernsehsendung redaktionell begleiten. So wie das Thorsten Castle im Galopp dieses Jahr sehr, sehr gut gemacht hat. Er ist seit Mitte September bei uns festangestellt und einer seiner Aufgabenbereiche ist es, sich jetzt, wo wir etwas mehr zur Ruhe kommen, eben auch dem Thema Trab anzunehmen. Da haben auch schon Gespräche stattgefunden, sodass wir jetzt beginnen werden, dort was aufzusetzen, was dann dem Galopp auch in nichts nachsteht. Aber auch da ist es so, wir können eben auch nicht mehr als arbeiten und alles parallel ist sehr schwierig.

Wie ist der Stand bei der Rennwettsteuerrückerstattung?

Natürlich ist das ein Thema, sogar seit 2012, seit es diesen neuen Staatsvertrag gibt. Es steht ja im Grunde im Gesetz, dass die deutschen Rennvereine, von den aus Deutschland bei ausländischen Buchmachern getätigten Wetten 96 Prozent der entfallende Steuer bekommen soll.

Das ist durch eine, ich sag mal, unsaubere Formulierung ins Stocken gekommen. Eine unsaubere Formulierung im Rennwett- und Lotteriegesezt. Diese Formulierung wurde nachgebessert, aber diese Nachbesserung muss erfolgen, weil eine Rückerstattung auf Steuern eine Subvention ist, und Subventionen müssen leider in Brüssel notifiziert werden. Dieses Verfahren hat Herr Dr. Vesper, glaube ich, seine komplette Amtszeit begleitet, die er bisher hat. In diesen zweieinhalb Jahren hat er sich extrem dafür eingesetzt und einen riesen Arbeitsaufwand betrieben und ich weiß nicht wie viele Gespräche. Wir haben das dann gemeinsam bis zur Notifizierungsreife bekommen, es liegt in Brüssel, und das jetzt auch seit circa anderthalb Monaten. Die damalige Aussage war, dass es circa zwei Monate dauern soll, bis Brüssel das durch seine Mühlen durch. In einer Mail von gestern, hat mir die Zuständige geschrieben, dass das bis Ende diesen Jahres abgeschlossen sein soll.

Wenn das Ende diesen Jahres abgeschlossen ist, dann kann diese Rennwettsteuer-rückerstattung ab dem nächsten Jahr in Kraft treten. Jetzt muss man sich aber natürlich überlegen, wie hoch die Beträge sein werden, die man insbesondere im Trabrennsport erwartet. Es betrifft ja im Grunde nur die Buchmacherwetten von Pferdewetten.de und RaceBets und nur deutsche Wetter. Und dann gibt es auch nur auf vereinzelte Rennen Festkurse. Da muss man auch einfach realistisch sein, dass die Beträge, die dort angenommen werden, auch überschaubar sind. Es wird auf jeden Fall zusätzliches Geld fließen. Nur wenn sie an einem Tag vielleicht 10.000 Euro Buchmacherwetten annehmen würden, dann wären das 480 Euro für den Rennverein. Das ist Geld, aber es wird die Rennvereine nicht retten.

Wie stehst du zu der Aussage, die Buchmacher hätten den Trabrennsport kaputt gemacht?

Ja, die Buchmacher haben sicherlich, insbesondere in der Zeit von 2000/2001, als das anfang, mit diesen Buchmacherwetten zu Totalisatorquoten, da war das sicherlich echt eine Menge Geld und das hat dem Rennsport echt weh getan, beim Trab so wie Galopp. Man hat natürlich auch gegen die Buchmacher geklagt, gerade im Jahr 2003 oder 2004. Aber es haben sich beiden Seiten wahrscheinlich durch diese damaligen Klagen keinen Gefallen getan. Also dass die reine Buchmacherwette und die Verlagerung ins Ausland den Sport hingerichtet haben soll, das glaube ich nicht. Man muss ja eins mal sehen, ich will jetzt keinen Vergleich ziehen, aber der Galopp hat ja auch rasante Umsatzverluste hinnehmen müssen und er existiert ja auch noch weiterhin. Die Anzahl der Galopprenntage hat sich zwar halbiert, in den letzten 20 Jahren, aber die Anzahl der Renntage im Trab ist irgendwas um die 80 Prozent runtergegangen, denn die kommen ja von über 700. Also wird es dort auch andere Probleme gegeben haben.

Ja, auf jeden Fall, das denke ich auch.

Worin liegt der Unterschied im Aufbau zwischen dem HVT und Deutscher Galopp?

Deutscher Galopp besteht aus zwei Hauptsäulen, paritätisch Besitzer/Züchter und Rennvereine. Beide Seiten, wenn ich das mal so bezeichne, haben die gleiche Anzahl von Stimmen im Dachverband.

Dann gibt es noch die Trainer, die Amateurrenreiter und Jockeys, die jeweils noch zwei Personen entsenden. Es gibt in allen Gremien, auch der Vorstand des Dachverbandes im Galopp, der besteht zurzeit aus drei Vertretern der Besitzervereinigung und dazu kommt dann noch ein Vertreter der kleineren Verbände, also sprich Trainer- und Jockey-Verband. Und dann gibt es oben drüber noch den Präsident Herr Dr. Vesper, der eben wirklich keiner Seite zugeordnet werden kann. Da drunter gibt es noch ein ausführendes Organ, der Geschäftsführer und so ist das Präsidium des Galopper Dachverbandes. Genau so ist auch die Mitgliederversammlung des Galopperverbandes besetzt und da ist eben der Trab völlig anders aufgestellt.

Warum hat der HVT so eine eigene Struktur?

Wenn das ein Zuchtverband ist, ist das alles in Ordnung. Wir haben ja auch ein solches Pendant, die Besitzervereinigung. Unser Dachverband heißt ja auch explizit, oder hieß es früher, Direktorium für Vollblutzucht und Rennen, da war beides mit drin und dann gab es diese beiden Unterverbände, einmal die Vereinigung der Rennvereine und einmal die Vereinigung der Besitzer. Da ist der HVT eben anders aufgestellt und da stellt sich auch die Überlegung, ob das so zukunftsträchtig ist.

Der HVT hieß ja früher auch mal Hauptverband für Traberzucht und Rennen, aber dann wurde das ‚Rennen‘ weggestrichen, Win Race hat den Part übernommen und seit dem die weg sind macht es eigentlich keiner mehr.

Na ja, eigentlich machen wir das ja. Wir machen ja auch die Lobbyarbeit.

Apropos Lobbyarbeit, was hat es mit den Spiel 77 Geldern auf sich?

Wir versuchen den Trabrennsport als Ganzes zu erhalten, weil das Geschäftsmodell von German Tote ist, Wetten auf Pferderennen anzunehmen, also habe ich ein ureigenes Interesse den Trabrennsports genau wie den Galopprennsport zu fördern. Wir machen da natürlich keinen Unterschied, wenn ich Lobbyarbeit in Berlin betreibe, oder bei den ganzen Landesregierungen, dann mache ich das natürlich nicht nur für Galopp, sondern es gilt immer alles für Trab und Galopp zusammen. Nur gibt es eben was Galopp betrifft, einen sehr regen Austausch zwischen Herrn Dr. Vesper und mir und wir haben uns schon sehr bemüht, dass in den Glücksspielstaatsvertrag keine Dinge reinkommen, die den Rennsport schädigen und das haben wir auch hinbekommen, dass Dinge, die dort drin standen auch wieder rausgenommen wurden. Das Gleiche gilt auch für Landesgesetze, wo wir natürlich mit jeder Landesregierung in Kontakt sind und versuchen die Glücksspielgesetze der Länder auch positiv mit zu beeinflussen. Wir machen es halt einfach und ich frage gar nicht mehr groß. Dr. Vesper macht es immer für den Rennsport.

Und nun zu den Spiel 77-Geldern, das ist eine Förderung von Westlotto aus den Geldern des Spiel 77, die alle Rennvereine in NRW bekommen und ich möchte nochmal auf zwei Punkte hinweisen warum das so ist: Einmal, weil sich Dr. Vesper sehr bemüht hat, die schon früher einmal gezahlten Gelder aus diesem Spiel 77 Topf, die dann nicht mehr gezahlt wurden, wiederzubekommen.

Und Punkt zwei, wir stehen mit den Lottogesellschaften deutschlandweit in sehr engem Kontakt, um uns zu bemühen, dass die Pferdewette wieder bei Lotto Einzug hält. Die Spiel 77-Gelder, wie man schon hört, kommen natürlich von Lotto, von daher hat das natürlich auch einen sehr starken Einfluss darauf gehabt, weil Lotto den Rennsport stärken möchte, bis wir so weit sind und wir weiter an diesem Projekt arbeiten können. Das sind die beiden Hintergründe.

Ändert der neue Glücksspielstaatsvertrag, der 2021 kommen soll, noch mal irgendetwas an der aktuellen Situation für den Rennsport?

Es gibt einige Erleichterungen, was das Glücksspielangebot als Parallelangebot betrifft, sprich du hast jetzt die Möglichkeit, Sportwetten Pferdewetten und Lotto gemeinsam anzubieten. Das war in der Vergangenheit nicht möglich. Auch da gibt es wieder gewisse Einschränkungen, wie lange an Kunde oder ein Wetter warten muss, bis er auf das andere Produkt überwechseln darf, aber auf jeden Fall gibt es die Möglichkeit dazu und das ist für uns eigentlich schon mal sehr gut.

Glaubst du, dass man den deutschen Trabrennsport überhaupt über die Wette wieder nach oben bringen kann? Es gibt zwei Meinungen dazu, die Einen sagen, dass es nur über die Wetter und die Umsatzsteigerung gehen kann, die Anderen sagen, dass man den Event-Charakter von Trabrennen wieder steigern muss um durch Eintrittsgelder Einnahmen zu erzielen.

Ich denke, es ist beides, also das eine Lager funktioniert nicht und das andere Lager funktioniert nicht alleine. Pferderennen profitieren oder leben von der Spannung, vom Recht haben des Einzelnen, der auf die Bahn geht. Wenn jemand ein Pferderennen sieht, dann möchte er ja, genau wie beim Fußball, dass einer gewinnt. Ich gucke mir Pferderennen ja nicht völlig emotionslos an, nach dem Motto: völlig egal wer gewinnt. Das mit einer eigenen Wette zu untermauern, ist schon genau der richtige Punkt, denke ich. Auf der anderen Seite ist das mit dem Event natürlich auch richtig, nur man muss immer sehen, dass wir Rennbahnen mit einem relativ großen Investitionsstau haben und zwar eigentlich jede Rennbahn. Mir fällt keine ein, wo es ihn nicht gibt. Es sei denn du fährst nach Hoppegarten und gehst dort auf die Bahn. Ich würde mal behaupten, dass Hoppegarten fast die einzige Bahn ist, die in einem extrem guten Zustand ist. Ich glaube auch in Mariendorf kannst du nicht in jeder Ecke gucken. Eine weitere Bahn, die in einem wirklich vernünftigen Zustand ist, ist die Galopprennbahn in Hannover und zwar nicht nur, weil es meine Heimatbahn ist und ich da groß geworden bin, sondern weil der Präsident Herr Baum mit offenen Augen über die Bahn geht und einfach abblätternde Farbe nicht mag.

Als abschließende Zusammenfassung, meinst du man kann den Trabrennsport noch retten und wieder nach oben bringen?

Ja! Ich bin 47, laut Gesetz muss ich noch 20 Jahre arbeiten und ich habe eigentlich vor, das in meinem Job zu tun und dafür muss es weiterhin Galopp- und Trabrennen in Deutschland geben und dafür arbeite ich, was wir dafür tun können. Aber wir haben natürlich ein Problem, wenn du mit Events Leute auf die Bahn bringen willst... das kann man durch Fernsehen natürlich anteasern, wenn du regelmäßig im Fernsehen Pferderennen siehst, dann kann das schon dazu verleiten, sich so etwas auch mal live anzugucken, damit kommt erst mal die Aufmerksamkeit. Nur muss die Stelle, wo du die Leute einlädst auch anziehend sein und ich sage mal, wie viele Gäste würden deine Eltern im Hotel haben, wenn alles verranzt ist, die Farbe von den Wänden fällt und das Essen nicht schmeckt und du mit sauberen Schuhen aus dem Auto steigst und mit dreckigen Schuhen im Hotelzimmer stehst...

Es gibt positive Beispiele, welche Bahnen man wirklich besuchen kann und man merkt es auch, dass diese Bahnen die Besucher auch bekommen. Wieso ist eine Galopprennbahn in Hoppegarten in der Lage 15.000 Leute auf die Bahn zu bekommen, wo ja die meisten aus Berlin kommen, die wenigsten in Hoppegarten kommen ja, aus dem Brandenburger Umland, so viele leben da ja gar nicht. Der dichteste Ort an Hoppegarten ist, wenn mich nicht alles täuscht, Marzahn. Die Gäste sind ja auch nicht so präsent, also die kommen schon aus Berlin. Und warum klappt das dann beim Trab nicht? Warum gehen in Düsseldorf oder in Köln 10.000 Leute auf die Rennbahn? Warum gehen die nicht in Gladbach, Dinslaken oder Gelsenkirchen auf die Bahn? Komischerweise kriegen wir es in Gelsenkirchen auch nur einmal im Jahr hin, ich weiß es, aber wenn ich in Gelsenkirchen über die Bahn gehe und durch die Tribüne gehe, da muss ich auch sagen: ‚Haiaiai‘. Und Gelsenkirchen geht noch. Wenn das alles besetzt ist mit Besuchern, dann sieht ja auch alles noch gut aus, wenn keine Besucher da sind, dann ist das immer trostlos.

Vielen Dank für das Interview, Riko Luiking!

H: Telefoninterview mit Jörn Finger am 04. Januar 2021

Experte für den schwedischen Trabrennsport

Wie funktioniert die verdeckte Starterangabe in Schweden?

In Schweden läuft das so, die jeweiligen Rennen werden für die jeweiligen Gewinnsumme und die jeweiligen Klassen ganz normal ausgeschrieben. Die Pferde haben alle sogenannte Startpunkte in Schweden, die Startpunkte errechnen sich auf Basis der letzten Ergebnisse. Ein Sieg gibt 100 Punkte, ein zweiter Platz gibt 80 Punkte und so weiter und dann kann man sein Pferd für jedes ausgeschriebene Rennen nennen. Die Pferde mit den größten Startpunktzahlen werden in das Rennen zugelassen. Also wenn ich als Besitzer Pech habe, kann es passieren, dass mein Pferd nicht reinkommt und wenn ich Glück habe, kommt es rein. Deswegen nennen auch viele Besitzer ihre Pferde in drei, vier, fünf Rennen, dann kann man immer noch zurückziehen, weil es eine Nachrückliste gibt, wenn jemand doch in einem anderen Rennen startet.

Aber die Trainer oder Besitzer wissen natürlich untereinander nicht, wer in welchem Rennen startet?

Genau. In Schweden weiß man nie, welche andere Pferde in diesem Rennen starten. Wenn man Pech hat, kann es passieren, dass in dem einem Rennen die absoluten Kracher drin sind, wenn man Glück hat sind halt nicht ganz so starke Pferde in dem Rennen. Man erfährt wirklich erst wer die Gegner sind, wenn die Starterliste öffentlich ist. Du weißt zwar vorher schon welche Pferde in dem Rennen genannt sind, das ist öffentlich einsehbar, aber ob die tatsächlich in dem Rennen starten, weißt du nicht, da das nach den Punkten geht und die sind nicht öffentlich.

Und die Nennung bzw. die Starterangabe wird natürlich online abgewickelt und wenn man zu spät angibt, ist das System geschlossen?

Genau, zum Beispiel ist für die V75-Rennen immer sonntags 13 Uhr Feierabend, das heißt also wenn Samstags V75 ist, muss man bis Sonntag 13 Uhr sein Pferd genannt haben. Wenn man um 13:01 Uhr sein Pferd noch nennen will, ist die Seite schon offline, dann kann man nichts mehr eingeben. Die Starterlisten werden dementsprechend sechs Tage im Voraus veröffentlicht.

Seit wann wird das so geregelt?

Das wird in Schweden gemacht, seit die Internetseite Travsport.se online gegangen ist und das ist sie seit 2012. Vorher musste man beim Rennverein anrufen. Es gab zwar damals schon so ein Onlineformular, das hat aber nie so hundertprozentig funktioniert mit der Übertragung. Aber auch als man noch beim Rennverein angerufen hat wusste man genauso wenig welche anderen Pferde in dem Rennen genannt waren.

Der schwedische Trabrennsport finanziert sich ja im Grund ausschließlich über die ATG, beziehungsweise über die Wettumsätze richtig?

Genau, die ATG ist quasi eine Unterfirma von Svensk Travsport, das ist ja der Dachverband unter dem alle Rennvereine und Rennbahnen organisiert sind. Die ATG ist eine reine Vermarktungsgesellschaft. Da gehört ja auch noch Kanal 75 dazu, die die Bilder senden, das ist also alles einheitlich geregelt. Das heißt es kann zum Beispiel keine Rennbahn mit einem anderen Fernseheteam zusammen arbeiten oder so. Die ATG ist eine Firma, die sämtliche Sachen vermarktet und die ist aber Svensk Travsport unterstellt. Das heißt, wenn Svensk Travsport sagt, wir machen das, dann muss die ATG das machen. Es ist eine reine Unterfirma, die von Svensk Travsport offiziell beauftragt wird das Marketing und alles Drum und Dran vorzunehmen.

Und die generierten Umsätze werden dann von der ATG gleichmäßig auf alle Rennbahnen verteilt, sodass jeder was vom Kuchen abbekommt?

Das ist richtig. Die ATG hat ja bestimmte Abzüge, bei der V75 sind es knapp 35 Prozent oder 30 Prozent, da bin ich mir nicht ganz sicher. Diese Summen werden auf Basis der Rennbahnen, wie oft sie veranstalten und wie viele große Rennen sie haben, verteilt. Das heißt eine Bahn wie Solvalla bekommt natürlich viel mehr aus diesen Gesamtumsätzen, als eine Bahn in Arvika beispielsweise. Aber sie werden alle prozentual gleichmäßig, auf Basis ihrer veranstalteten Rennen und der Anzahl der Rennen, ausbezahlt.

Gibt es da auch manchmal Machtkämpfe zwischen den Rennbahnen oder besteht da eine große Einigkeit?

Die drei Hauptrennbahnen Jägersro, Aby und Solvalla schachern natürlich mal ein bisschen um die Termine. Da gab es zum Beispiel jetzt in diesem Jahr ein bisschen Theater, weil sich Jägersro etwas benachteiligt fühlte. Jägersro musste viele Freitagmittag Renntermine abgeben, die sehr lukrativ waren. Da gab es dann unter den Rennverein so ein bisschen Theater, aber die haben sich dann alle wieder geeinigt. Jägersro hat dafür dann mehr V86-Renntage bekommen. Natürlich gibt es immer so ein bisschen Geschacher um die Termine, aber eigentlich stehen die Termine zu 80 Prozent auch schon fest.

Es ist immer klar, dass zum Beispiel am dritten Samstag im Juni Norrbottens Stora Pris in Boden und am zweiten Samstag im Juni in Östersund V75-Renntag ist. Es sind auch ganz viele Termine einfach schon vorher klar. Deswegen ist da eigentlich eine große Einheit und die Rennvereine stehen auch nicht in Konkurrenz zueinander, sondern da besteht ein großes Miteinander.

Was auffällt ist, dass die Renntage in Schweden im Grunde nicht nach großen Rennen benannt und abgehalten werden, sondern nach Wettarten, also eine große Wette bedeutet immer große Rennen und nicht anders rum?

Genau. Es gibt ganz viele Bahnen, die nur eine V75 im Jahr haben. Wie Östersund, Boden, Arjäng, Bollnäs oder Hagmyren und die haben dann natürlich ihr Hauptereignis auch an diesem Renntag. Das ist nicht auf einen bestimmten Tag festgelegt, sondern immer dann, wenn die Wette gespielt wird. Hagmyren und Bollnäs gehören beide zum Gävletravet und tauschen zum Beispiel jedes Jahr die Renntermine. Veranstaltet Hagmyren die V75 im Juli und Bollnäs im September, ist es im nächsten Jahr andersrum und somit auch das Datum des jeweiligen großen Rennens.

Weil in Schweden einfach alles über die Wetten läuft?

Genau, das kann man natürlich auch kritisieren. Es ist rein kommerziell ausgelegt. Man muss auch leider sagen, dass, ich sage mal, 80 oder 85 Prozent der V75-Spieler in Schweden keine Ahnung von Pferderennen haben. Es ist für die, wie für uns das Lotto spielen. Die Leute gehen in den Supermarkt, da liegen dann die Startlisten auf so einem ganz einfachen Papier gedruckt aus. Da sind dann alle sieben Rennen darauf abgedruckt sowie die letzten zwei oder drei Formen der Pferde. Die Leute tippen einfach blind darauf los, ohne die Pferde teilweise zu kennen. Das ist einfach ein reines Glücksspiel und das ist eben das, was natürlich viele kritisieren. Den meisten Leuten ist es egal, ob da jetzt eine Hammelklasse mit 3.000 Euro Gewinnsumme läuft oder ob da die Supercracks mit 2 Millionen Euro Gewinnsumme laufen. Das interessiert 80 Prozent der Leute nicht und das ist eben das, was viele an dieser Form des Marketings kritisieren, dass alles dem Wetten unterstellt wird.

Die Pferdewette hat in Deutschland nicht annähernd diese gesellschaftliche Akzeptanz wie in Schweden und hat diese auch noch nie gehabt, woran liegt das?

Ja, das ist glaube ich einfach typisch deutsch, weil in Deutschland die Leute glauben, dass da ist immer was mit Betrug ist. Die Reiter oder die Fahrer können betrügen, die können ein gutes Pferd absichtlich schlecht fahren oder disqualifizieren damit dann eine andere Wette getroffen ist. Es ist immer so ein bisschen schwierig. Das ist in Schweden zwar auch teilweise gegeben, da wird auch unterschwellig gesagt, wenn der Fahrer den Favoriten fährt, dann muss man vorsichtig sein.

Daher sagen eben viele Leute, dass im Gegensatz zu einem reinen Glücksspiel beim Pferderennen ein Stück weit Betrugsmöglichkeiten gegeben sind. Das ist in Schweden aber viel unterschwelliger als bei uns. Bei uns heißt es ja sofort, wenn der Favorit nicht gewinnt, hat der das extra gemacht, so ungefähr.

Und meinst du, dass das vielleicht auch was mit dem Tierschutz zutun hat? Wie wird da in Schweden mit umgegangen?

Der Tierschutz wird im schwedischen Trabrennsport groß geschrieben. Vor jedem Rennen gucken sich Tierärzte jedes Pferd an. Nach der Parade müssen die Pferde immer einmal die Gerade runter richtig los laufen und das guckt sich ein Tierarzt genau an. Er sagt auch sofort, wenn bei einem Pferd etwas nicht stimmt, da wird ganz genau geguckt. Bis eine Minute vor dem Start kann ein Pferd sogar noch zur tierärztlichen Untersuchung rausgezogen werden. Das hat die Akzeptanz in der Bevölkerung sehr hoch gelegt, dass man wirklich bis eine Minute vor dem Start eingreifen könnte. Außerdem sind bestimmte Ausrüstungsgegenstände nicht erlaubt, die in anderen Ländern erlaubt sind. So eine Fixierstange ist in Schweden zum Beispiel nicht erlaubt. Es sind viele Punkte, wo man viel getan hat, wo man auch für große Transparenz in der Öffentlichkeit gesorgt hat. In den Neunzigerjahren gab es in Schweden auch mal so eine Bewegung, dass Trabrennsport Tierquälerei sei, beziehungsweise, dass Pferdesport generell Tierquälerei sei. Da hat man relativ gut mit hoher Transparenz gegearbeitet. Die ATG hat sofort irgendwelche Filme gedreht und gezeigt was beim Start passiert, wo der Tierarzt beim Rennen sitzt, welche Ausrüstungsgegenstände aus welchen Gründen nicht mehr erlaubt sind und so weiter. Zungenbänder sind ja auch schon lange nicht mehr erlaubt in Schweden. Diese kleinen Filme kann man auf ATG Vision auch immer noch angucken, und mit diesen Filmen hat man eben gezeigt, was alles getan wird, um den Pferden ein gutes Leben zu ermöglichen.

Für diese Gegenmaßnahmen gab es auch genügen Akzeptanz in den Reihen der Aktiven?

Ich hab ja für die Trab Inside einige Interviews mit schwedischen Fahrern gemacht, ob es jetzt ein Örjan Kihlström war, ein Björn Goop, ein Erik Adielsson oder jetzt ganz aktuell eine Hanna Olofsson, die kommt jetzt in der nächsten Ausgabe. Die sagt auch, dass sie die Pferde niemals quälen würde, wenn sie merkt, dass sie keine Siegchance mehr hat. Sie würde die Pferde nie unnötig pushen, weil das Pferd es ihr dann im nächsten Start dankt. Das sagen auch ganz viele andere Fahrer. Erik Adielsson sagt zum Beispiel immer: ‚I don’t kill him if I see I don’t have a chance.‘ Also wenn er merkt, dass er keine Chance mehr hat, nimmt er die Hände runter und versucht dann für den nächsten Start Rückschlüsse zu ziehen, was er anders machen muss. Die Aktiven sagen grundsätzlich, dass die Pferde nicht gequält werden sollen. Es gibt natürlich auch da Ausnahmen. Es gab ja diesen großen Skandal mit Ake Svanstedt, mit den Stromschlägen, vor einigen Jahren, aber ansonsten sind die Aktiven wirklich zu 95 Prozent der Auffassung, dass die Pferde nicht nur irgendwelche Arbeitsgegenstände sind, sondern Lebewesen, auf die man auch aufpassen muss.

Ich war einmal bei Ulf Stenström im Stall und das ist nur ein mittelgroßer Trainer, aber was der da schon alles für die Pferde an Wellness Möglichkeiten und so weiter hatte, da wird wirklich viel getan.

Es gibt ja in Schweden zum Beispiel auch keine dis.blau Regel mehr, wie wird da mit schlecht trabenden Pferden im Rennen umgegangen?

Wenn ein Pferd im Pass durchs Ziel geht wird es auch disqualifiziert, das ist jetzt neu, seit einem Jahr ungefähr. Wenn ein Pferd auf den letzten 100 Metern deutlich im Passgang geht, wird es disqualifiziert. Ansonsten wird aber gesagt, dass ein Pferd das unrein trabt nach dem Rennen vom Tierarzt untersucht werden muss und dieser kann gegebenenfalls auch ein Startverbot aussprechen für die nächsten drei Wochen. Eine Schutzsperre sozusagen. Die Aktiven sagen eben auch, dass der unreine Trab schon ein Hindernis in sich ist, es macht in der Entscheidung nichts aus, da das Pferd durch den unreinen Trab ja verlangsamt wird. Daher hat man gesagt, dass das Ergebnis so stehen bleibt und man im Anschluss schaut, was mit dem Pferd los sein könnte. Für den Wetter und den Besitzer ist es natürlich sinnvoll, da das Pferd, was vielleicht die letzten Meter etwas unrein trabt, durch eine Disqualifikation den Gewinn verlieren oder die Wette kaputt machen würde. Daher wird das in Schweden dementsprechend nicht gemacht, außer natürlich, wenn ein klarer, offensichtlicher Passgang gezeigt wird, dann schon.

Was begeistert dich so am schwedischen Trabrennsport und worin siehst du die Problematik in Deutschland?

Die Schweden verstehen es einfach besser den Trabrennsport zu vermarkten. und auch, ich sag jetzt mal, Geschichten um den Trabrennsport aufzubauen. Im schwedischen Fernsehen gibt es verschiedene Serien, die zeigen, was hinter den Kulissen alles abgeht. Es ist nicht so etwas Geheimes, so etwas Verborgenes, sondern man zeigt, wie ein Training abläuft oder beispielsweise die Vorbereitung auf ein Rennen. Es wird gezeigt wie die Atmosphäre auf der Rennbahn ist, solche Sachen halt. Man versucht im Vorfeld schon zu zeigen, dass das Ganze mehr ist, als nur Pferde, die im Kreis laufen. Auch auf der Rennbahn an sich ist vieles moderner, in vielen Dingen transparenter. Allein, dass immer die Quoten für die V75-Wette nach jedem Rennen neu eingeblendet werden, damit man sieht wie viel Chancen man noch hat, wie viele Systeme sind noch drin und so weiter. Bei uns war es ja jahrelang so, dass man gar nicht wusste, wie viele Leute noch im Pott sind, das haben wir ja auch erst in den letzten zwei Jahren geändert. Und was ich in Schweden halt sehr, sehr schön finde ist, dass es ein richtiges Event ist. So ein Renntag ist auch dramaturgisch unheimlich gut aufgebaut: man fängt mit vier normalen Rennen an, dann kommen die großen V75-Rennen und am Ende kommt noch ein Abschlussrennen, wo sich dann alle noch mal ein bisschen abreagieren können.

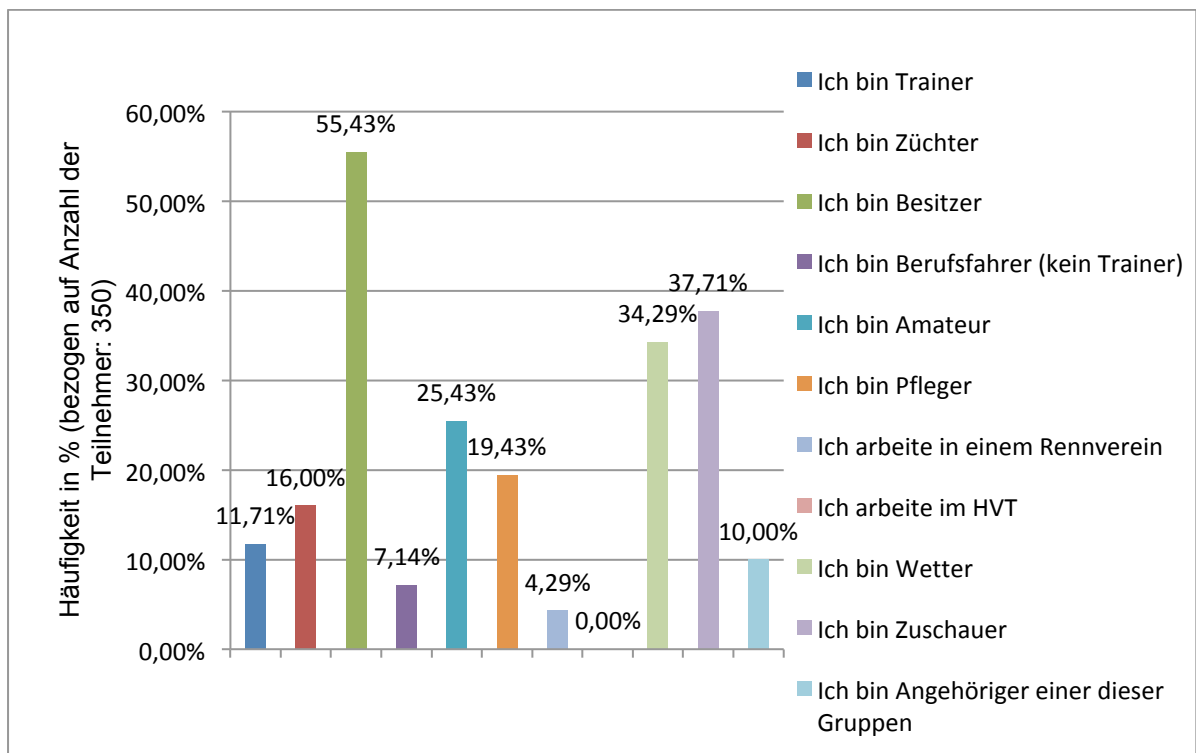
Außerdem gibt es, in meinen Augen, die sinnvolleren Wettarten. Ich finde zum Beispiel den Zwilling tausend mal sinnvoller als die Zweierwette. Es ist einfach insgesamt ein Event für die gesamte Familie, wo man hinget und nicht denkt, man würde etwas Verbotenes tun. Im Gegenteil, man hat Unterhaltung, man hat Spaß, es gibt auch zwischen den Rennen Aktionen, also nicht nur Interviews, es gibt auch manchmal so Spiele, oder man kann was Gewinnen beispielsweise. Das ist eben im Vergleich zu Deutschland ganz anders gemacht. In Deutschland kommt nach dem Rennen die Wiederholung von dem Rennen im Bahnfernsehen und dann kommt, wenn man Glück hat, ein Interview. In Schweden passieren ganz andere Dinge während der Rennpause.

Vielen Dank für das Interview, Jörn Finger!

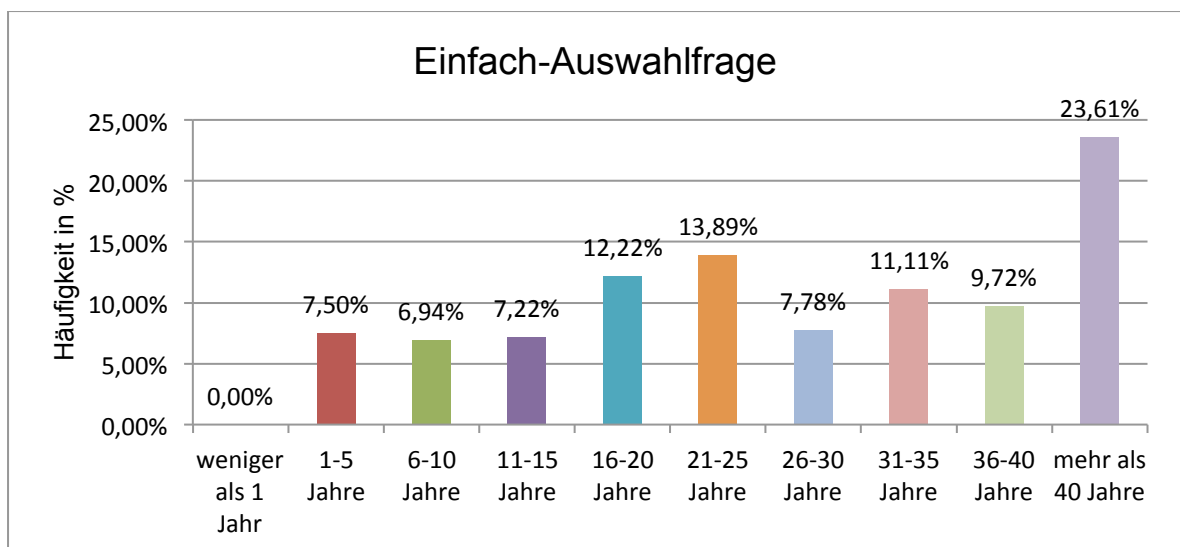
I: Meinungsumfrage – Trabrennsport

Online-Umfrage auf Facebook und Hoofworld veröffentlicht, die Befragten kamen alle bereits aus dem Umfeld des Trabrennsports (350 Teilnehmer):

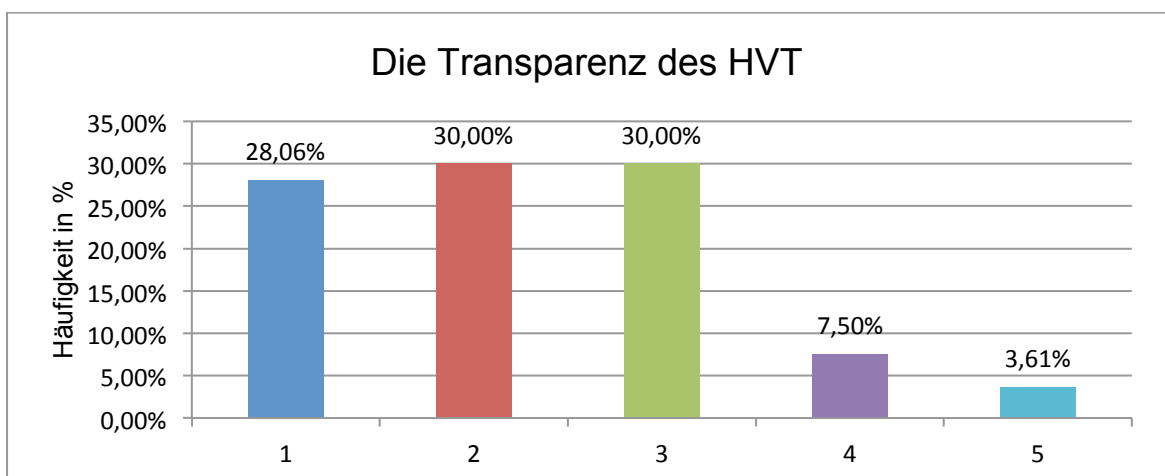
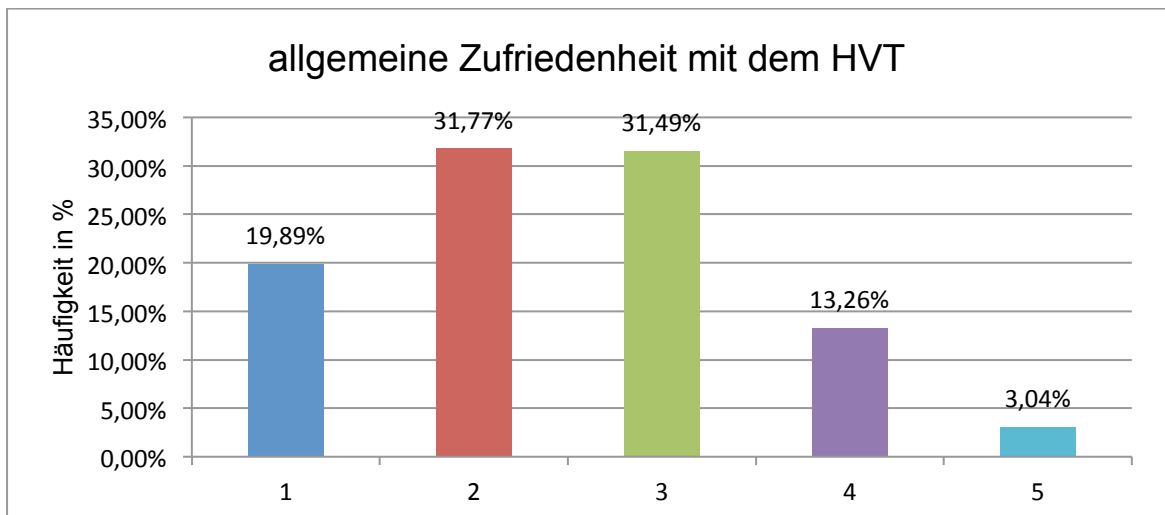
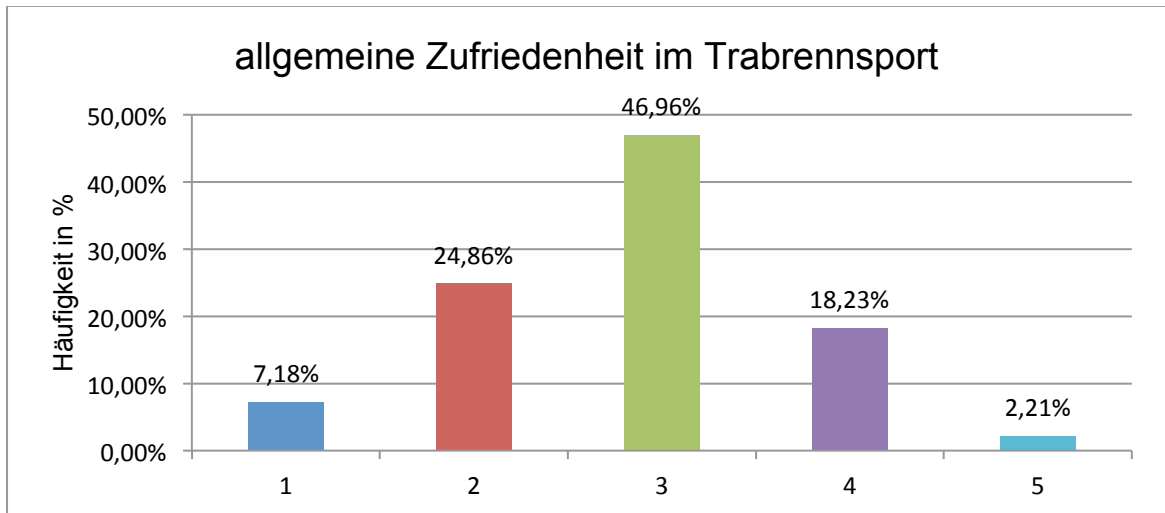
Wodurch sind Sie mit dem Trabrennsport verbunden?

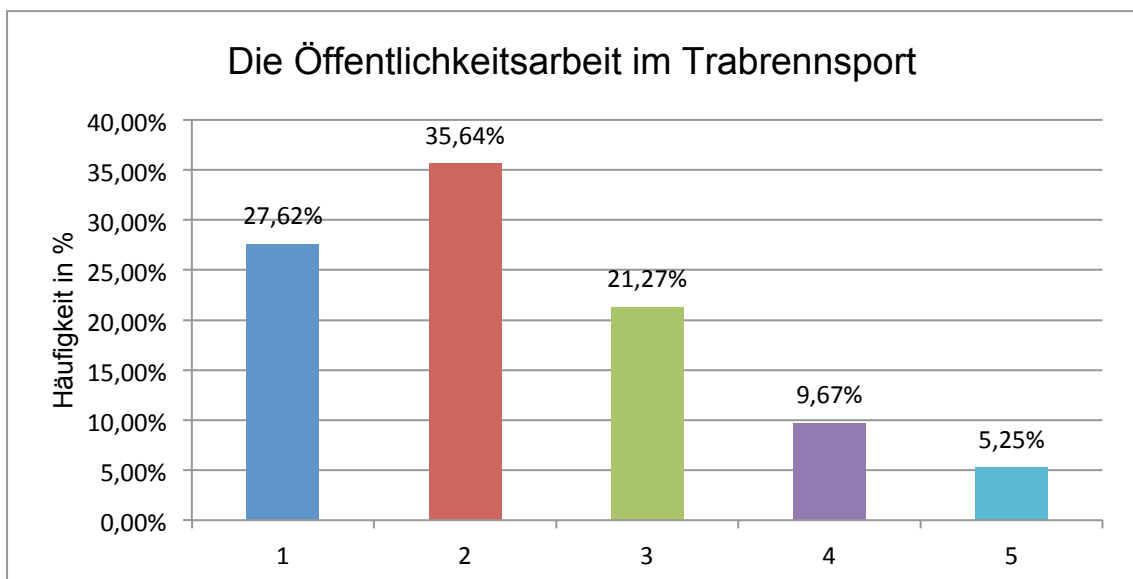
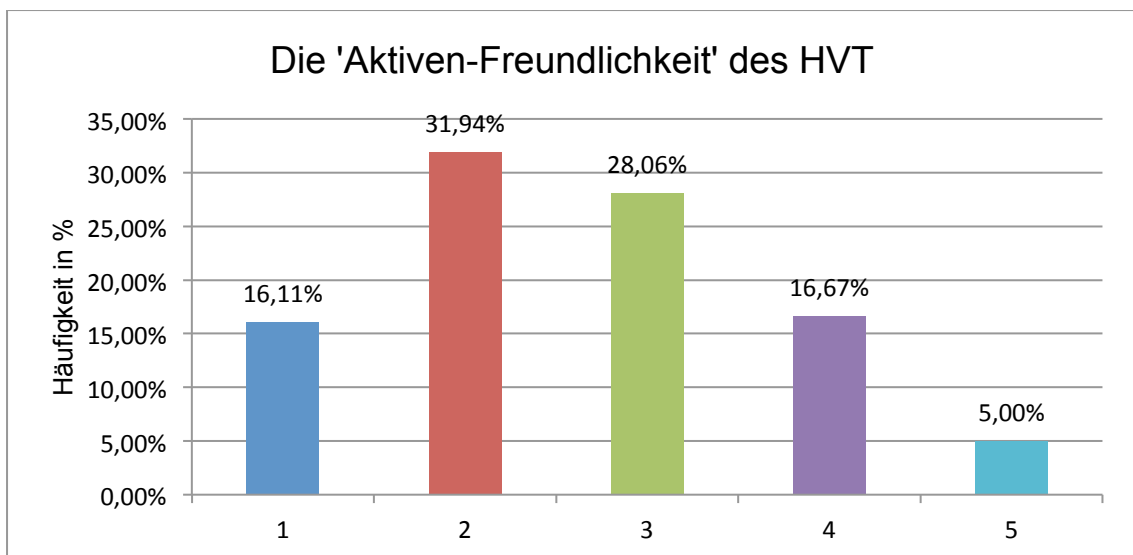
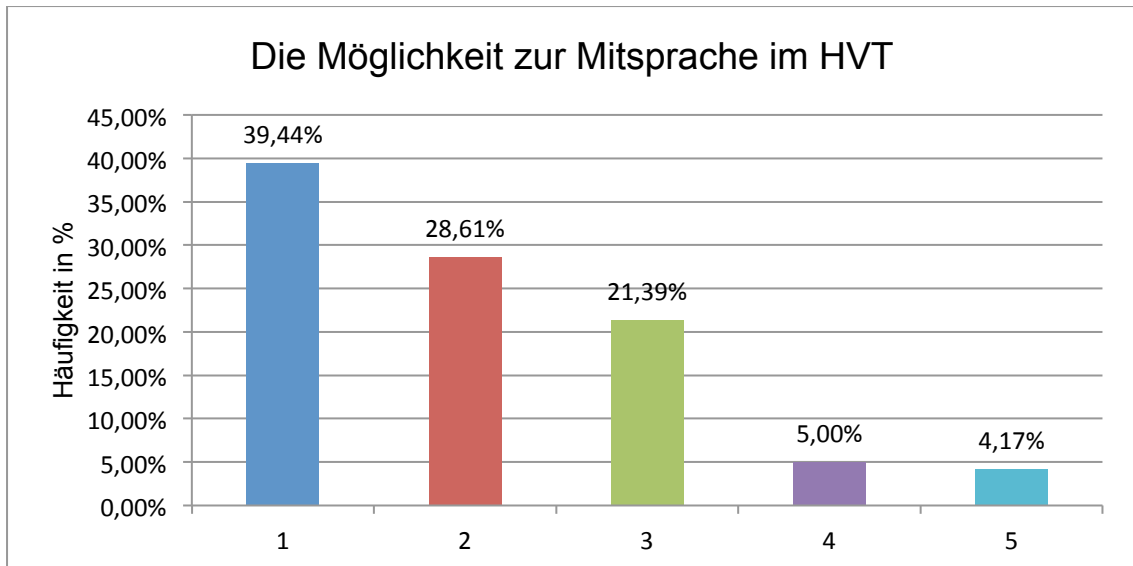


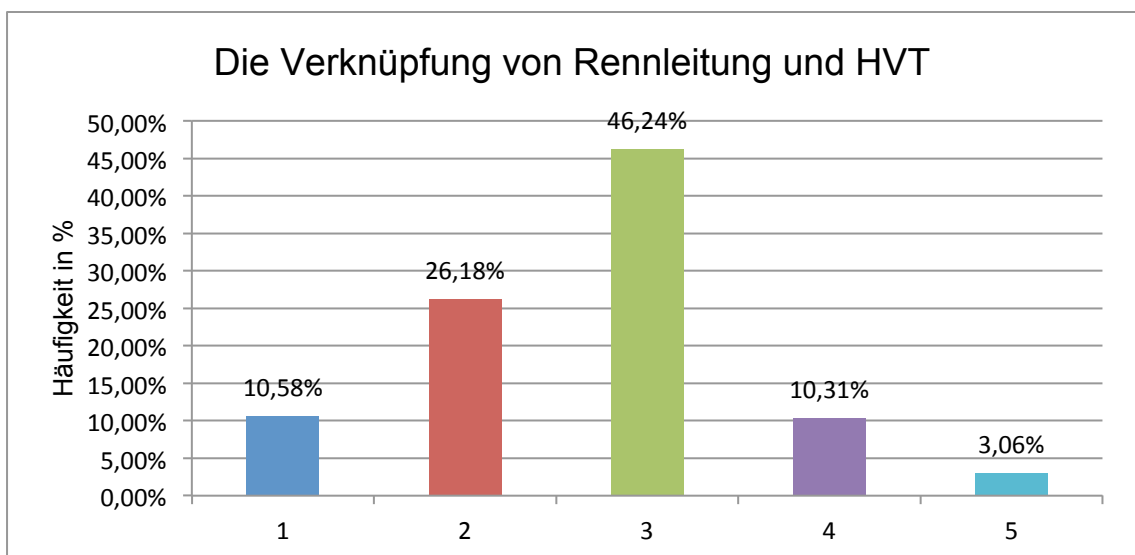
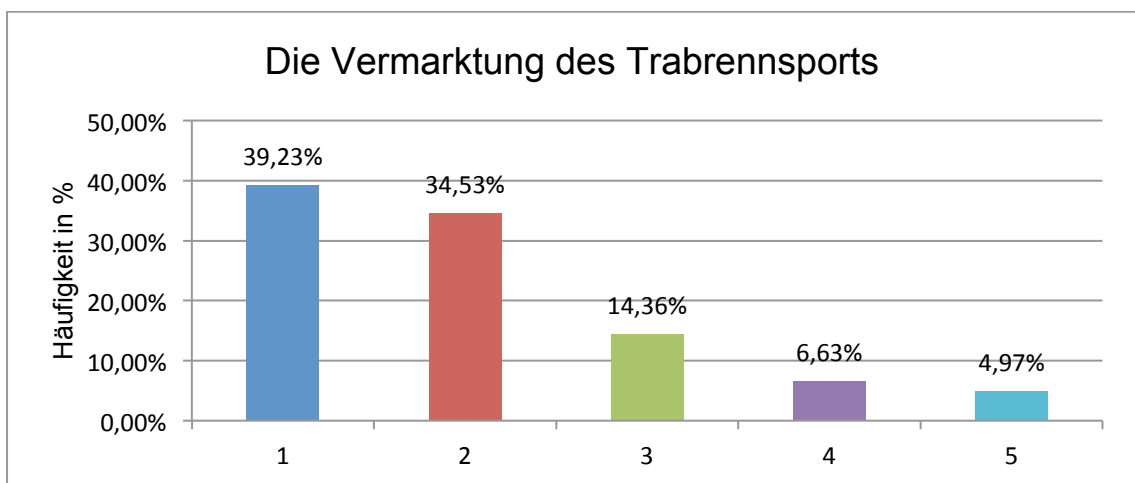
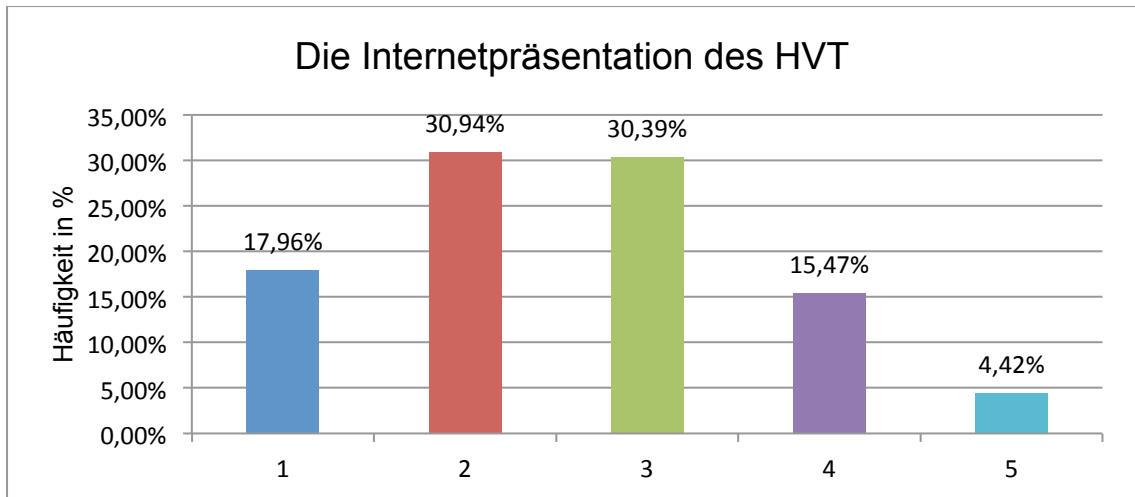
Wie lange haben Sie schon mit dem Trabrennsport zutun?

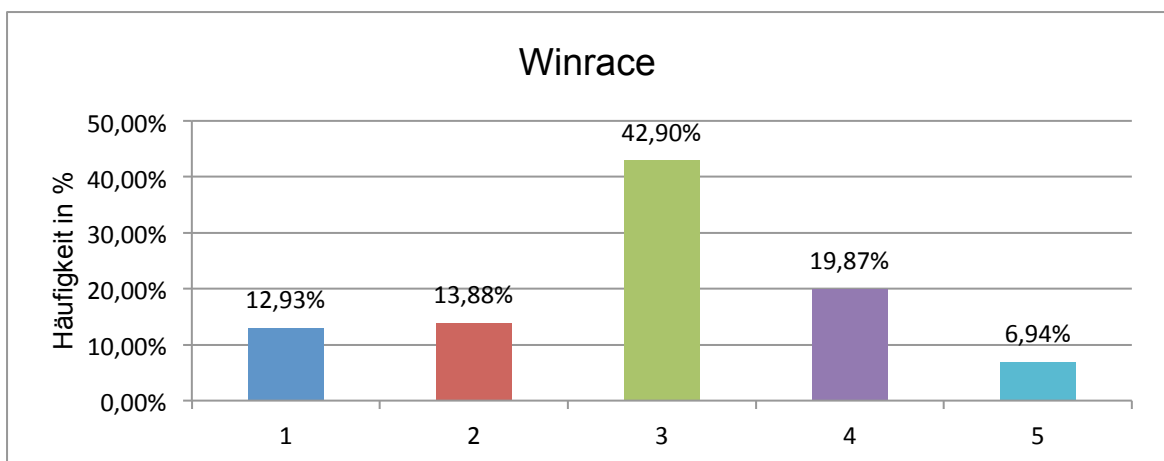
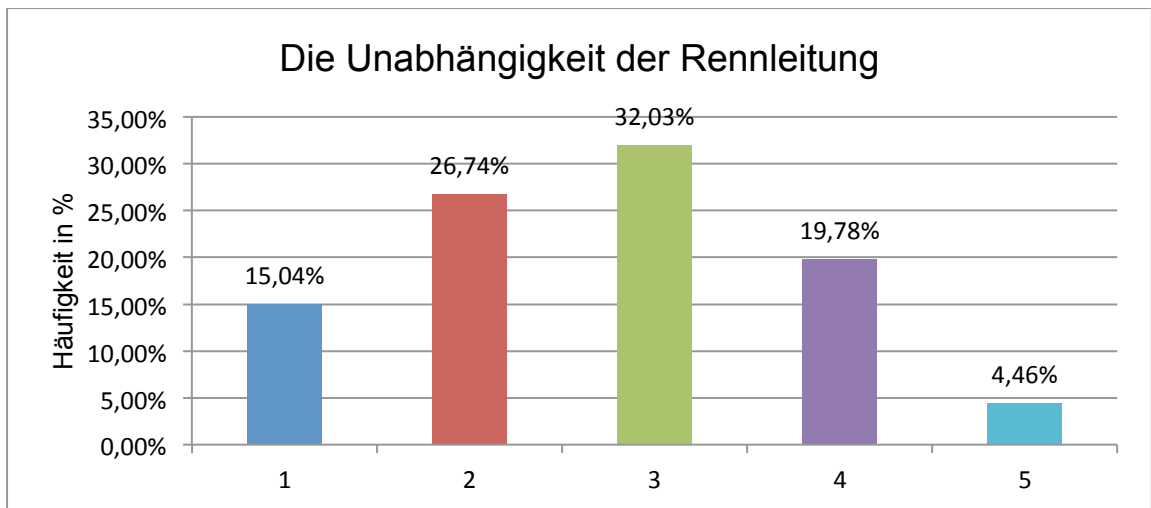
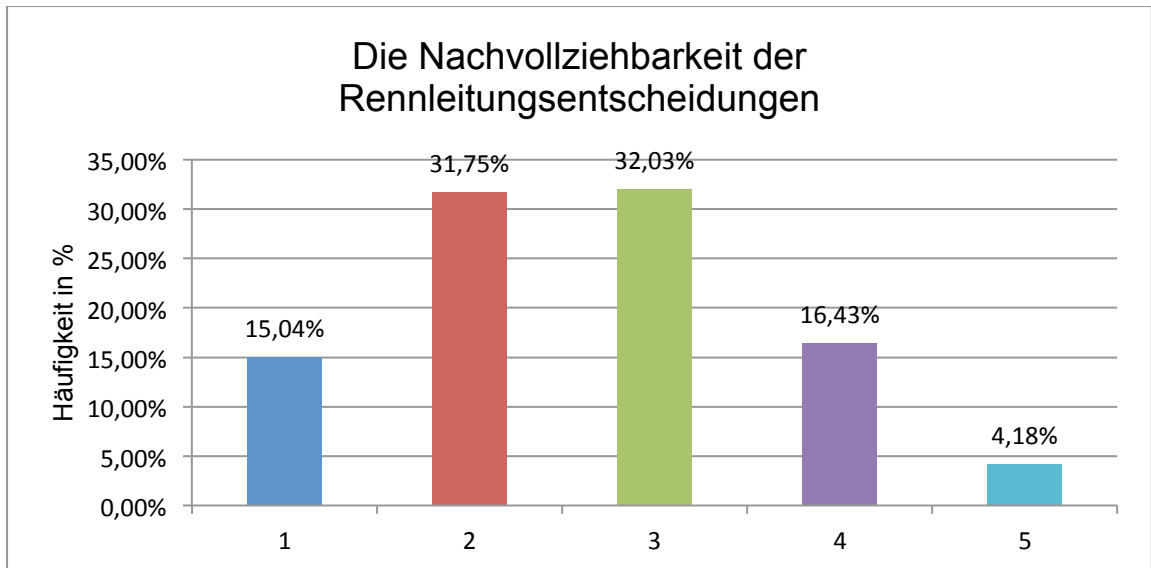


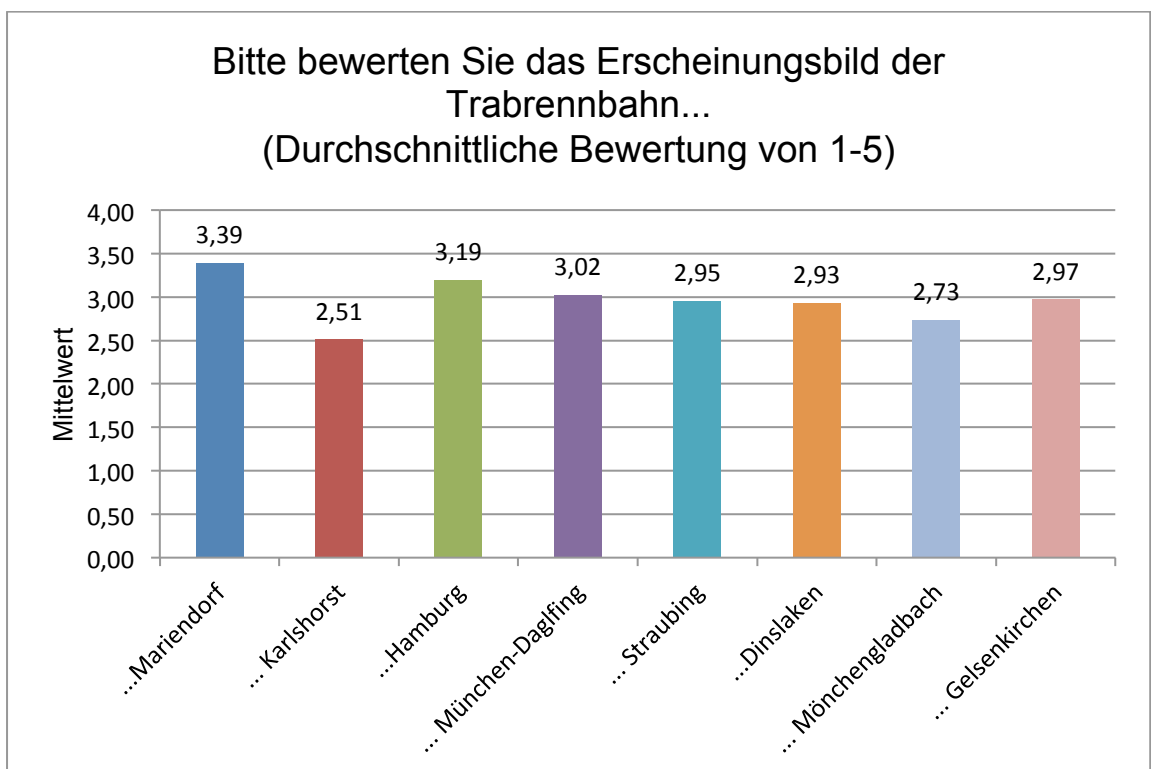
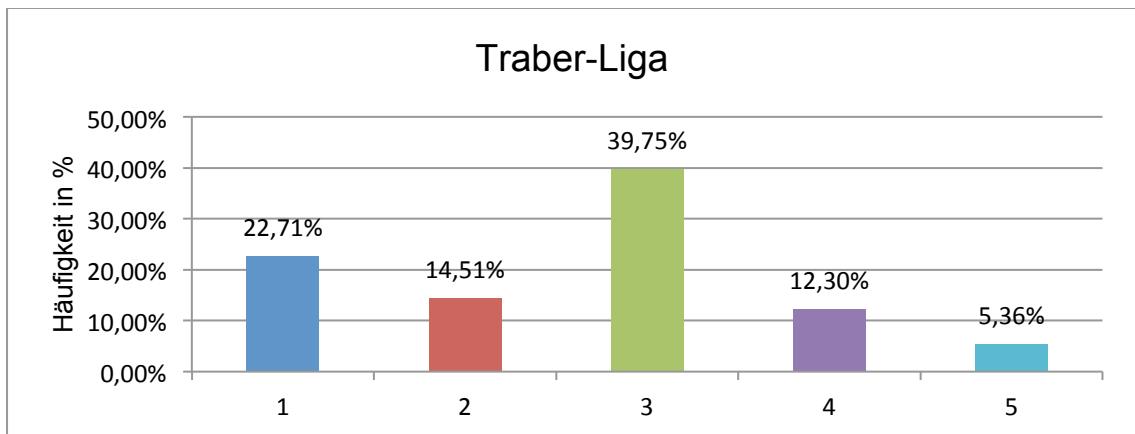
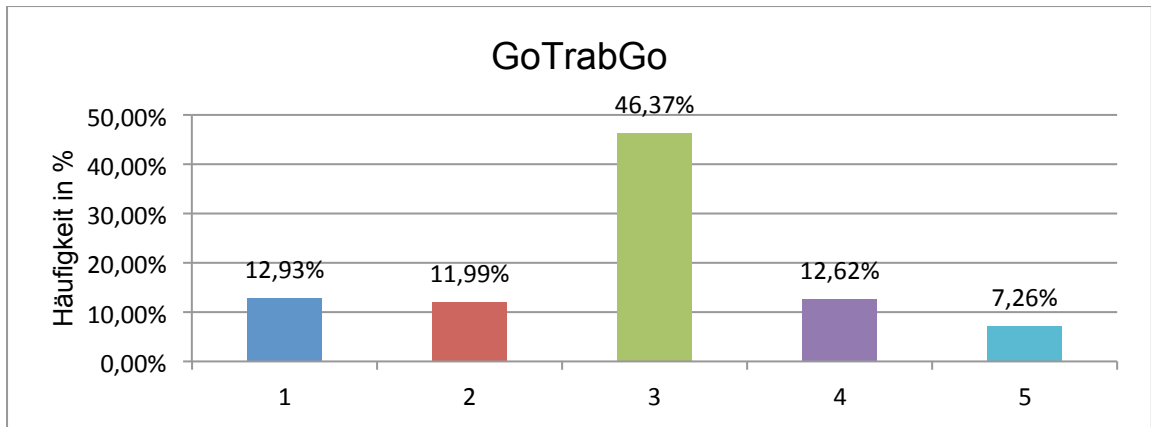
Wie bewerten Sie folgende Bereiche? 1 ist sehr schlecht und 5 sehr gut:



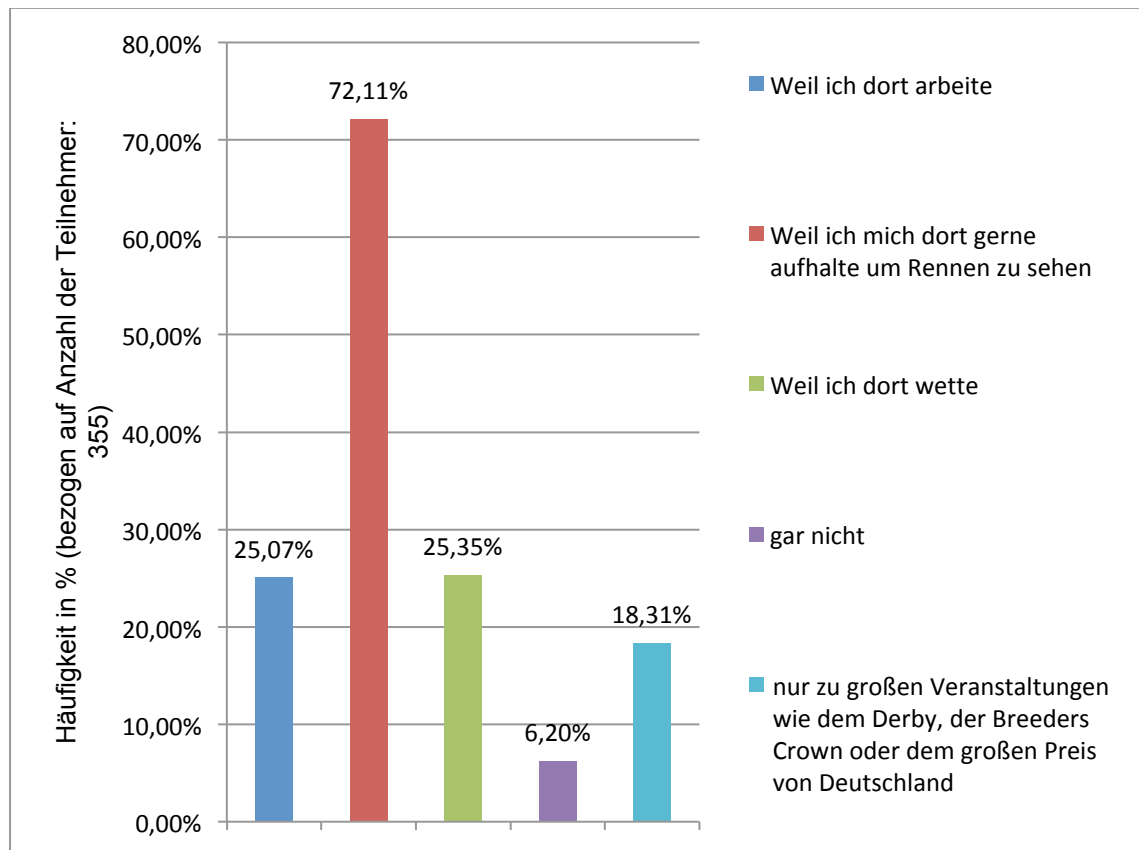








Warum gehen Sie auf die Rennbahn?



Für wie wahrscheinlich halten Sie es, dass der Trabrennsport noch mal einen Aufschwung erlebt?

Wert/Antwort	Anzahl	Häufigkeit
0	41	11,33%
1	38	10,50%
2	57	15,75%
3	59	16,30%
4	47	12,98%
5	65	17,96%
6	26	7,18%
7	12	3,31%
8	10	2,76%
9	3	0,83%
10	4	1,10%
Gesamt	362	99,45%

Variable	V30	Anzahl Antworten	362
Promotoren	1,93		
Kritiker	91,99		
Net Promoter Score	-90,06		

J: Informationssammlung Bernhard Rosengarten

Gewinne von temporär ausgeführten deutschen Pferden im Ausland 2018

2.251.320 Euro, u.a.

Einnahmen Zuchtfond 2018

144.033,60 Euro

Gestartete Pferde (inkl. Auslandsstarts und C-Bahnen) lt. TRK

2018	2017	2016	2015	2014
1.975	2.234	2.344	2.497	2.806
Minus 11,6 %	Minus 4,7 %	Minus 6,1 %	Minus 11,0 %	-

Geborene Fohlen

2018	2017	2016	2015	2014
*370	418	434	439	469
Minus 11,5 %	Minus 3,7 %	Minus 1,1 %	Minus 6,4 %	-

* inoffiziell

Rennen

2018	2017	2016	2015	2014
1.410	1.581	1.613	1.789	2.164
Minus 10,8 %	Minus 2,0 %	Minus 9,8 %	Minus 17,3 %	-

Züchter

2018	2017	2016	2015	2014
?	309	254	314	328
?	Plus 21,7 %	Minus 18,8 %	Minus 4,3 %	-

Besitzer

2018	2017	2016	2015	2014
?	858	860	945	1.035
?	Minus 0,2 %	Minus 9,0 %	Minus 8,7 %	-

Die Intransparenz nimmt immer größere Ausmaße an:

Seit dem **3. Quartal 2018** sind im Trabrennkalendar **keine Statistiken mehr über Totoumsätze, Anzahl Renntage, Anzahl Rennen und Rennpreise** veröffentlicht worden!!!

Auch nicht der **Jahresabschluss 2018!!!**

Und das ist die desaströse Bilanz der Ägide Tell (Amtsübernahme 2010)

Gestartete Pferde 2018:	1.975	2010:	3.194	Minus 38,2 %
Geborene Fohlen 2018:	370	2010:	599	Minus 38,2 %
Rennen	2018:	1.410	2010:	2.507 Minus 43,8 %
Besitzer	2017:	858	2010:	1.460 Minus 41,2 %
Züchter	2017:	309	2010:	492 Minus 37,2 %

K: GoTrabGo – Deutsche Trabrennsport Gesellschaft von Wilhelm Bruhns und Bernhard Rosengarten

Initiative für den deutschen
Trabrennsport
GoTrabGo



Deutscher Trabrennsport

**Zusammenfassung für
Entscheidungsträger**

Blick von heute – August 2019 – in die Zukunft
Weg aus der Krise

Überblick

- 1 **Vorbemerkungen**

- 2 **Aktuelle Situation International**

- 3 **Aktuelle Situation National**

- 4 **Positive Rahmenbedingungen**

- 5 **Weg aus der Krise**

- 6 **Schlußbemerkungen**

- 7 **Reformziel** auf den Punkt gebracht

- 8 **Deutsche Trabrennsport Gesellschaft (DTG)**
Organigramm – nur beispielhaft

■ 1 Vorbemerkungen

In dieser Zusammenfassung wird kurz auf die negativen Entwicklungen/Aspekte im Pferderennsport International/National eingegangen. Resultierend daraus ergeben sich dann entsprechende Lösungsansätze für eine mögliche künftige Neugestaltung/Kernsanierung des deutschen Trabrennsports. **Daher skizziert dieses Dokument das sogenannte „Big Picture“ und beschäftigt sich zum jetzigen Zeitpunkt nicht mit den vielfältigen daraus ableitbaren Detailproblemen bzw. Detaillösungen.**

■ 2 Aktuelle Situation International

- Der Pferderennsport kämpft weltweit mit Problemen
- Insbesondere mit rückläufigen Wettumsätzen.
Wettumsätze sind in aller Regel die finanzielle Existenzgrundlage zur Durchführung des Pferderennsports
- Diese negative Entwicklung geschieht zum Teil auf hohem Niveau, siehe Frankreich, USA, Australien, etc.
- Dieses ist erkannt und man steuert entsprechend unternehmerisch dagegen
- **Man versucht insbesondere die Attraktivität und das Vertrauen ins Produkt „Pferderennsport“ zu stärken**
- Das damit verbundene Ziel ist die Wettbewerbsfähigkeit im Vergleich zu anderen Sparten, wie z. B. Sportwetten, Poker, Lotto, etc. zu erhöhen und die Wettumsätze zu stabilisieren bzw. zu steigern

■ 3 Aktuelle Situation National

- Der deutsche Trabrennsport hingegen ist im Vergleich eine Randsportart auf niedrigem Niveau
- mit geringer gesellschaftlicher Akzeptanz
- Insidergesellschaft
- Allgemein kaum wahrnehmbar, selbst Länder wie z. B. Norwegen oder Finnland (keine Trabergrößen) stehen deutlich besser da
- Die Blütezeit ist seit Jahrzehnten vorbei
- Amateurhaftes Gegensteuern im Laufe der Jahrzehnte mehrfach gescheitert
- Strukturen unmodern/meist amateurhaft
- Züchter/Besitzer-Basis verkleinert sich Jahr für Jahr
- Kaum neue Kunden, überalterte Wetterstruktur
- Die Wettumsätze auf geringem Niveau (ohne PMU) verringern sich Jahr für Jahr
- Die Finanzierung der Rennveranstaltungen wird seit Jahren durch Sponsoren abgesichert, da die Finanzierung aus dem Wettgeschäft bei fast allen Veranstaltern nicht ausreicht
- **Die Wettbewerbsfähigkeit ist aufgrund deutlicher Defizite, wie z. B. hinsichtlich Ambiente, Technik, Social Media, Digitalisierung, etc. derzeit nicht gegeben**
- **Hinzu kommt die mitunter chaotische Termin-/Programm-Koordination sowie uneinheitliche Wettarten und Abzüge.**
- **Der deutsche Trabrennsport (das Produkt) ist offenbar nicht attraktiv genug und befindet sich zudem in einer tiefen Vertrauenskrise (Stichwort: Intransparenz)**
- **Das Hauptproblem ist wohl die insgesamt amateurhafte Handhabung des deutschen Trabrennsports**
- **Es wird verwaltet statt gestaltet**
- **Es fehlt die Professionalität um die Attraktivität deutlich zu verbessern und das Vertrauen ins Produkt zu stärken.**

■ 4 Positive Rahmenbedingungen

- Deutschland ist wirtschaftlich das stärkste Land der EU und gehört weltweit zu den Top Five
- Sehr starkes Pferdeland, in Europa Nr. 1
- Der Trabrennsport hat in Deutschland eine mehr als 100-jährige Tradition
- Traber-Infrastruktur noch vorhanden
- Generell wird sehr viel gewettet in Deutschland, d. h. es existiert eine starke Welterbasis (der deutsche Trabrennsport findet jedoch wenig Beachtung)
- Der Pferderennsport erbringt einen hervorragenden Ausgleich zu unserer immer digitaler werdenden Welt, dieses birgt erhebliches Potential

■ 5 Weg aus der Krise

- Unternehmerische Ausrichtung und Lenkung
- Straffe zentrale Führung und Steuerung mit klaren Zielvorgaben/Leitlinien
- **Professionelles Personal/Struktur/Organisation**
- **Dadurch Nachfragesteigerung des Produktes**
(siehe Gründung DTG auf der nächsten Seite)
- **Dadurch Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit**
- Zeitplan ca. 3 – 7 Jahre bis zum erwarteten normalen Geschäftsbetrieb
- Voraussetzung ist jedoch die finanzielle Planungssicherheit für Züchter/Besitzer/Rennvereine
- Nächste Schritte: Führungsteam verpflichten, Machbarkeits-/Marktstudie, Business Plan etc.
- Finanzierungsbedarf präzisieren
- Entwicklung einer „einheitlichen Marke“
- Prüfung von weiteren Möglichkeiten, wie z. B. Synergien mit dem Galopprennsport
- Gegebenenfalls prüfen europäischer Möglichkeiten

■ 6 Schlußbemerkungen

Unter Zugrundelegung eines deutlichen Willens für eine signifikante Neugestaltung (Reform) des deutschen Trabrennsports ist der hier aufgezeichnete „Weg aus der Krise“ praktisch alternativlos.

Steigerung der Attraktivität, Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit und die immens wichtige Vertrauensbildung gehören in Profi-Hände um den Weg für eine bessere Zukunft vorzubereiten.

Die beiden wichtigsten Grundsteine dafür sind die Menschen, die diese Reform durchführen sollen und die Finanzierung..

Eine gute Selektion aus qualifizierten/professionellen bereits für den Trabrennsport tätigen Personen sowie die gleichzeitige Verpflichtung professioneller externer Experten sollten diesen Prozeß anschieben und durchführen.

Einhergehend mit einer offenen optimistischen Grundhaltung (Kultur) im operativen sowie im persönlichen Bereich.

Hierzu ist es notwendig die „Reihen zu schließen“ und den Fokus auf das Gesamte zu lenken; Einzelinteressen sollten nur dem Gesamtwohl dienen.

■ 7 Reformziel auf den Punkt gebracht

Abschied vom jahrelang erfolglosen und verlustreichen Amateurprodukt und hin zu einem von Profis entwickelten Topprodukt mit profitabler Vermarktung.

Deutscher Trabrennsport – Zusammenfassung für Entscheidungsträger

Initiative für den deutschen
Trabrennsport
GoTrabGo

■ 8 Deutsche Trabrennsport Gesellschaft (DTG)

(Organigramm – nur beispielhaft)

- Interessierte Beteiligte (z. B. Besitzer, Züchter etc.) des Trabrennsports bilden eine Gesellschaft für die erforderlichen Finanzmittel
- Geschäftsziel: Wirtschaftlich erfolgreiches Betreiben des deutschen Trabrennsports durch erfolgreiches Vermarkten des eigenen/erzeugten Produktes „Deutsche Trabrennen“
- Gewinne werden für die Rückführung des eingesetzten Kapitals und anschließend zu einer Verzinsung des eingesetzten Kapitals genutzt; oder für Investitionen in den Sport
- DTG mit zentraler Führung/Steuerung
- Die DTG ist/stellt/bestellt das Supervisory Board (Aufsichtsrat)
- Die DTG wird beraten durch Experten für die Bereiche Steuern, Recht und Marketing sowie Lobbyisten

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname