



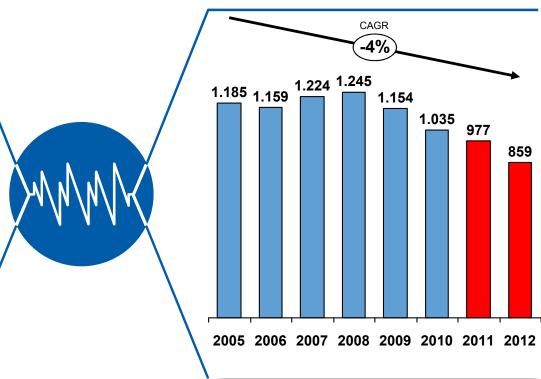
Himmel und Hölle im deutschen Galopprennsport liegen im Jahr 2013 nah beieinander...

Himmel: Siege deutscher Pferde



- Danedream: Sieg u.a. im Qatar Prix de l'Arc de Triomphe 2011
- Novellist: Sieg u.a. bei den King George VI and Queen Elizabeth Stakes 2013
- Pastorius: Sieg u.a. im Prix Ganay 2013
- Bisherige Gewinnsummer allein dieser drei Pferde: >5,5 m EUR

Hölle: Zahl der Fohlen <1.000



Internationale Erfolge dank hoher
Qualität der deutschen
Vollblutzucht

Quelle: DVR; eigene Analysen © 2013 GERMAN RACING Next Generation e.V. Finanzierungsprobleme u.a. aufgrund von vielfältigem Strukturwandel



"In the face of changing interaction costs and the new economics of electronic networks, companies must ask themselves the most basic of all questions: what business are we in?"

John Hagel & Marc Singer McKinsey & Company



Unser besonderer Dank für die Unterstützung bei der Konzeption dieser Unterlage gilt:

- Stephan Ahrens
- Gregor Baum
- · Heike Bischoff
- Susanne Born
- · Stephan Buchner
- Florian Bünning
- · Benedikt Faßbender
- Florian Figge
- Dr. Benedict Forndran
- Jürgen Funke
- · Günter Gudert
- Michael Hähn
- Ralph Hagelgans
- · Denis Hartenstein
- · Manfred Hellwig

- Renate Imoberdorf
- · Dr. Andreas Jacobs
- Hendrik Koch
- Daniel Krüger
- Niko Lafrentz
- Horst-Gregor Lappe
- Riko Luiking
- · Klaus Martin
- · Andreas Neue
- · Carola Ortlieb
- Dr. Günter Paul
- · Victoria Renz-Kiefel
- Sebastian Sager
- Eckhard Sauren
- · Karin Scheid

- Prof. Dr. Sascha L. Schmidt
- · Gerhard Schöningh
- Paul von Schubert
- Karl Schütz
- Albert Schwarzmeier
- Ingrid Sebald
- · Silvio Martin Staub
- · Andreas Tiedtke
- · Jan Antony Vogel
- Eugen-Andreas Wahler
- Christiane Weil-Daßbach
- Sebastian J. Weiss
- Hergen Woebken
- Albrecht Woeste
- · Sandra Wolff



Hinweis

Die in diesem Dokument enthaltenen Aussagen und Einschätzungen spiegeln nicht notwendigerweise die offizielle Sicht des Direktoriums für Vollblutzucht und Rennen e.V. (DVR), der DVR-Unternehmensbeteiligungen, der Vertreter der Dachmarke GERMAN RACING, der BGG Betriebsgesellschaft Galopp-Rennvereine mbH, der deutschen Galopprennbahnen bzw. Galopprennvereine oder der Besitzervereinigung für Vollblutzucht und Rennen e.V. (BV) wider.

Es handelt sich vielmehr um eine um größtmögliche Objektivität bemühte Darstellung aus externer, unabhängiger Perspektive.



Inhalt Seite Das System des deutschen Galopprennsports Leistungsdaten des deutschen Galopprennsports 16 Aktuelle Herausforderungen im deutschen Galopprennsport 24 Rennbahnen als Nukleus des deutschen Galopprennsports 32 Appendix 60





Das System des deutschen Galopp-rennsports





Als älteste organisierte Sportart in Deutschland weist der Galopprennsport eine Vielzahl an Besonderheiten auf

Profil des Galopprennsports

- Älteste organisierte Sportart in Deutschland
- Primärzweck des Galopprennsports ist die Zuchtauslese von Vollblutpferden im Rahmen von Leistungsprüfungen (Galopprennen)
- §7 Bundestierzuchtgesetz legt einen staatlichen Auftrag zur Vollblutzucht in Deutschland fest
- Bundesweit existieren ca. 40
 Rennbahnen, auf denen regelmäßig Leistungsprüfungen stattfinden
- Direktorium für Vollblutzucht und Rennen e.V. als staatlich anerkannte Dachorganisation zur Koordinierung der deutschen Vollblutzucht

Volkswirtschaftliche Bedeutung

- Sicherung von ca. 3.000
 Arbeitsplätzen in Zucht, Training und auf den Rennbahnen
- deutschen BIP p.a. (davon ca. 35 Millionen Euro Veterinärversorgung)
- 1 Million Zuschauer jährlich bei öffentlichen Leitungsprüfungen
- Pflege von ca. 20.000 ha Land
- Erhalt und Pflege denkmalgeschützter Anlagen (Bedeutung als Tourismus- und Naherholungsraum)

Besonderheiten

- Staatlicher Auftrag zur Tierzucht
- Finanzierung primär über Pferdewetten
- Erlebnissport der Extraklasse aufgrund hoher Renngeschwindigkeiten, hoher Renndramatik und direkter Nähe des Zuschauers zum Renngeschehen
- Verantwortung für großflächige grüne Naherholungsräume, oftmals in unmittelbarer Nähe zu Innenstädten bzw. Ballungszentren
- Sehr hohe Zahl von unterschiedlichen Interessengruppen mit teilweise stark divergierenden Interessen

Erlebnissport der Extraklasse mit langer Historie und einer Vielzahl an Besonderheiten



1822 gilt als Geburtsstunde des Sports in Deutschland – Sieg von Danedream 2011 in Paris als bisheriger sportlicher Höhepunkt

Institutionelle Meilensteine 1722 1750 1793 1840 1867 1922 1947 1963 1973 2001 2010 "Erfindung" des Gründung des Einführung des Erste formale Gründung des Einführung Gründung Gründung Eröffnung der Eröffnung Etablierung engl. Vollbluts Jockey Club im "General Stud Organisation der Union Club / der staatl. des DVR der ersten bis heute letzten der ersten von GERMAN durch Kreuzung Book" in England **RACING** englischen dt. Vollblutzucht "Oberste Regulierten deutschen Großrennbahn deutschen Behörde" arab. Hengste mit Newmarket und Beschränkung im "Nord-Pferdewette Auktions-"Neue Bult" in Jockeyschule Stuten der engl. der Rennteilnahme deutschen (Vorläufer gesellschaft Hannover in Köln Landrasse auf eingetragene Jockev-Club" des DVR) Vollblutpferde 1700 1800 1900 2000 1858 1822 1869 1877 1914 1929 1975 2011 Erstes deutsches Etablierung Etablierung Dritter Sieg in >60.000 Zu-Dritter Sieg in Erster Sieg eines Erster Sieg eines Galopprennen in des Großen des Deutschen Folge der schauer beim Folge des in Deutschland in Deutschland **Bad Doberan** Preises von Derby in "Wunderstute" GP in Berlin-"Wunderhengst" trainierten Vollgezüchteten Baden-Baden Hamburg Kincsem beim Grunewald: Oleander beim blüters beim Prix Vollblüters beim Großen Preis von Großen Preis von Wettumsatz: de l'Arc de Prix de l'Arc de Baden-Baden >1m Reichsmark Baden-Baden Triomphe Triomphe **Sportliche Meilensteine** (Star Appeal) (Danedream)

Anmerkung: Das erste überlieferte Pferderennen der Neuzeit fand in Newmarket am 18. März 1622 zwischen Lord Salisbury und dem Marquis von Buckingham statt Quelle: Eigene Analysen





Die Kernwertschöpfung erfolgt entlang des Vollblut-Lebenszyklus – flankiert durch umfangreiche begleitende Aktivitäten

Wertschöpfungskette im deutschen Galopprennsport





Bemerkungen

- Kernwertschöpfung erfolgt entlang des Vollblut-Lebenszyklus und hat die Leistungsprüfung und Zuchtauswahl des englischen Vollbluts im Rahmen von Rennen zum Ziel
- Wetten finden immer im Kontext von Rennen statt und dienen als wesentliche Finanzierungsquelle
- Handel findet bereits mit Fohlen statt – wesentliche Plattform neben privatem Handel ist in Deutschland die Baden-Badener Auktionsgesellschaft (BBAG)
- Umfangreiche begleitende und unterstützende Aktivitäten flankieren die Kernwertschöpfung
- Besonderheit im Vergleich zu anderen Sportarten ist insbesondere die Veterinärversorgung

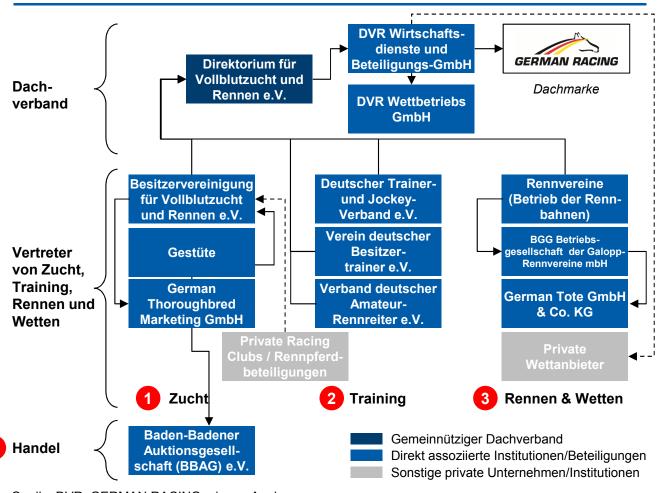
Quelle: Eigene Analysen





Das Zentrum der über Jahrzehnte gewachsenen und hoch komplexen Organisationsstruktur bildet der Dachverband DVR

Organisation und Interessengruppen im deutschen Galopprennsport



Bemerkungen

- Zentrale Organisationseinheit ist das Direktorium für Vollblutzucht und Rennen e.V. (DVR), der Dachverband des Galopprennsports und der Vollblutzucht in Deutschland
- Das DVR ist Interessenvertretung und Dienstleister aller am Galopprennsport und an der Vollblutzucht Beteiligten mit Sitz in Köln
- Fokus des DVR ist insbesondere die vertikale Koordination sowie die Aufsicht von Zucht, Training und Rennbetrieb
- Die horizontale Koordination auf Ebene der Rennbahnen wird durch die **BGG** wahrgenommen

Sehr hohe organisatorische Komplexität mit einer Vielzahl verschiedener Interessengruppen

Quelle: DVR; GERMAN RACING; eigene Analysen © 2013 GERMAN RACING Next Generation e.V.





Im Vergleich zu anderen Sportarten ist der Galopprennsport insbesondere auf die Erträge aus dem Wettgeschäft angewiesen

Wesentliche Finanzierungsquellen des deutschen Galopprennsports

Wettgeschäft (zur Finanzierung des Tierzuchtauftrags)

- Erstattung der Rennwettsteuer aus der Totalisatorwette (bestandsgeschützte Beihilfe): ca. 5,4 m EUR / Jahr
- Weitere Einnahmen aus dem Wettgeschäft: ca. 6,4 m EUR / Jahr
- Einnahmen aus der T\u00e4tigkeit als Buchmacher und Wettvermittler
- Einnahmen aus dem Verkauf von Bildrechten an Buchmacher

Sponsoren

- Sponsoring einzelner Rennen, z.B.:
 - Henkel-Preis der Diana
- Frühjahrspreis des Bankhaus Metzler
- Darley Oettingen-Rennen
- Sponsoring von Rennvereinen/-bahnen, z.B.
 - Baden-Baden: u.a. Mercedes-Benz, Longines
- Köln: u.a. BMW, HSBC Trinkaus
- Hamburg: u.a. J.J. Darboven, Sparda-Bank

Non-Wettgeschäft auf Rennbahnen

- · Eintrittsgelder
- · Gastronomie & Catering
- Besondere Events
- (Corporate) Hospitality
- Golfclubs
- Kinderbetreuung
- VIP Clubs

Mäzenatentum, Spenden und eigene Mittel der Beteiligten

- Beispiele:
 - Mehl-Mülhens-Stiftung / Gestüt Röttgen
 - Gestüt Idee (J.J. Darboven)
 - Gestüt Fährhof (Jacobs Holding AG)
 - Gestüt Ittlingen (Ostermann Möbel)
 - Gestüt Görlsdorf (Gexx Gruppe)
 - Gerhard Schöningh (Galopprennbahn Hoppegarten bei Berlin)
- u.v.m.

Bemerkungen

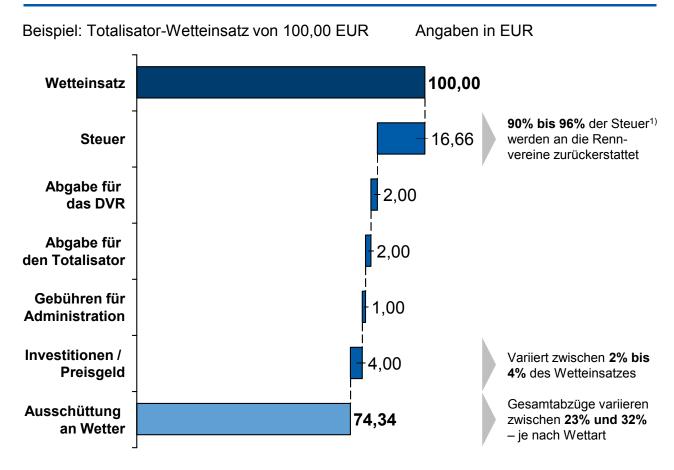
- Finanzierung des deutschen Galopprennsports beruht traditionell auf **4 Säulen**
- Besonders wichtige Finanzierungsquelle ist die staatlich regulierte
 Erstattung der Rennwettsteuer
 aus der Totalisatorwette (es kann eine signifikante Korrelation
 zwischen der Höhe der Umsätze
 auf Pferdewetten und der Anzahl
 der direkt im Galopprennsport
 Beschäftigten nachgewiesen
 werden)
- Neben Sponsoring gewinnt zunehmend auch das Non-Wettgeschäft auf Rennbahnen an Bedeutung als Finanzierungsquelle
- Tragende Finanzierungssäule ist nicht zuletzt das Mäzenatentum sowie Spenden und eigene Mittel der am System des Galopprennsports Beteiligten

Quelle: DVR; EPMA; eigene Analysen © 2013 GERMAN RACING Next Generation e.V.



Grundlage der Finanzierung aus Wettumsätzen ist die Rennwettsteuer von ~17%¹⁾, die nahezu vollständig zurück in den Sport fließt

Verwendung und Besteuerung von Rennwetteinsätzen in Deutschland



1) Novellierung des GlüStV sieht eine Reduktion und Vereinheitlichung der Wettsteuer auf 5% vor Quelle: DVR; Besitzervereinigung für Vollblutzucht und Rennen e.V.; RennwLottG; eigene Analysen © 2013 GERMAN RACING Next Generation e.V.

Bemerkungen

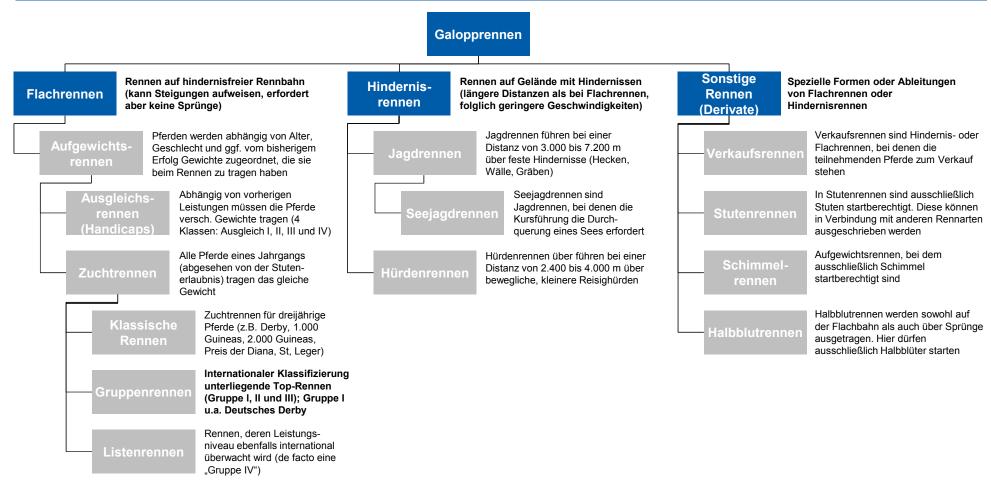
- Das Wettgeschäft im deutschen Galopprennsport wird durch das Rennwett- und Lotteriegesetz (RennwLottG) von 1922 reguliert
- Der Rennwettsteuer unterliegen die aus Anlass von Pferderennen bei einem Totalisator oder Buchmacher mit Sitz in Deutschland abgeschlossenen Wetten
- Von den gewetteten Beträgen hat der Totalisator bzw. Buchmacher eine Steuer von 16,66%¹⁾ zu entrichten (wird nahezu vollständig an die Rennvereine zurückerstattet)
- Ca. 25% vom Wettumsatz (inkl. der rückerstatteten Steuer) werden zur Deckung der Rennpreise und sonstigen Kosten einbehalten
- Mind. 70% der Steuerrückerstattung erhalten die Rennstallbesitzer und Züchter, insbesondere in Form von Rennpreisen und sonstigen Zuschüssen





Unter den Flachrennen genießen die international klassifizierten "Gruppenrennen" (u.a. Deutsches Derby) die höchste Reputation

In Deutschland übliche Renntypen

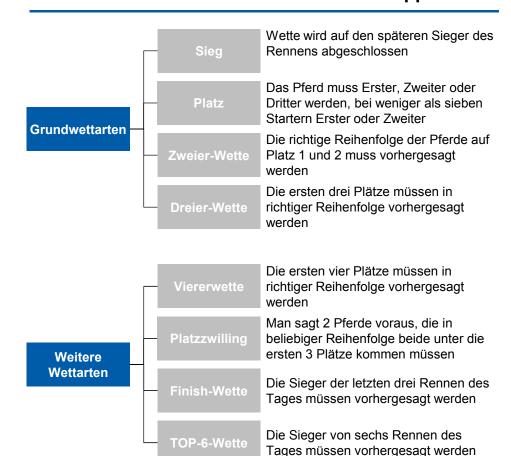






Auf Rennen abschließbare Wetten werden dabei entweder als Totalisator- oder als Buchmacherwetten angeboten

In Deutschland übliche Wettarten für Galopprennen



Quelle: DVR; EPMA; IFHA

© 2013 GERMAN RACING Next Generation e.V.

Totalisator- vs. Buchmacherwetten

Totalisatorwette

- Am Totalisator wetten die Wett-Teilnehmer untereinander
- Der Totalisator hält den "Pool", in welchen alle Wettenden einzahlen
- Die finale Auszahlungssumme der Wettgewinne steht erst fest, wenn der Pool (kurz vor Beginn eines Rennens) geschlossen wird und nachdem Steuern und sonstige Gebühren abgezogen wurden
- Bis zu diesem Zeitpunkt ergeben sich entsprechend variable Wettquoten
- Der Gewinn des Totalisators hängt vom insgesamt eingezahlten Wetteinsatz ab (und nicht vom Rennergebnis)

Buchmacherwette

- Jede Wette wird individuell zwischen Wettendem und Buchmacher ausgehandelt
- Es werden Wetten mit festen oder variablen Quoten angeboten
- Der Buchmacher garantiert mit seinem Namen für die Auszahlung der Gewinne zu den in seinem Buch stehenden Gewinnquoten und Wetteinsätzen
- Der Gewinn des Buchmachers hängt direkt vom Ergebnis eines Rennen ab





Leistungsdaten des deutschen Galopp-rennsports





Die Erhebung von Leistungsdaten erfolgt primär auf zentraler Ebene – geringe Transparenz jenseits der Kernwertschöpfung

3

Übersicht wesentlicher Kennzahlen

Zucht

- Zahl der Zuchtstuten
- Zahl der Fohlen
- · Zahl der Züchter
- · Ausgezahlte Züchterprämie
- Ein- und Ausfuhren

Training

Zahl der Besitzer

- Zahl der Pferde in Training
- Durchschnittsgewinnsumme pro Pferd in Training
- Gewinnsumme in Deutschland trainierter Pferde im Ausland
- Anzahl der Rennställe

Rennen und Wetten

- Zahl der Rennen
- Zahl der gelaufenen Pferde
- Gezahlte Rennpreise
- Durchschnittsgeldpreis (je Rennen / je gelaufenes Pferd)
- Gesamtumsatz
 (=Bahnumsatz+ Außenumsatz)
- Umsatz je Rennen / Starter / Euro-Rennpreis
- Anzahl der Besucher auf Rennbahnen

Bemerkungen

- Kennzahlen zum Galopprennsport werden insbesondere zentral durch das DVR entlang der Kernwertschöpfung erhoben
- Fokus der Erhebung liegt klar auf **Zucht, Training und Wetten**
- Geringe Transparenz über Endkunden (wie z.B. Besucher auf Rennbahnen) und mangelnde Zielgruppensegmentierung aufgrund fehlender Daten
- Geringe Transparenz über begleitende und unterstützende Aktivitäten neben der Kernwertschöpfung

4 Handel

- Gesamtumsatz
- Angebotene Pferde

- Verkaufte Pferde
- Erzielter Durchschnittspreis je Pferd

Eingeschränkte Transparenz insbesondere auf lokaler Ebene (Rennbahnen, Gestüte etc.) sowie hinsichtlich Endkunden aufgrund fehlender Erhebungen

Quelle: DVR; BBAG

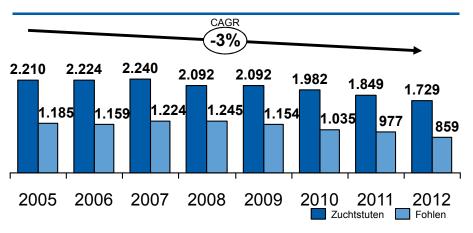




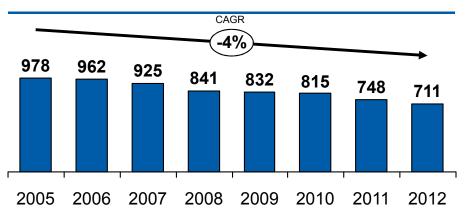


Ein Blick auf die Entwicklung der deutschen Zucht lässt einen klaren Abwärtstrend bei allen wesentlichen Indikatoren erkennen

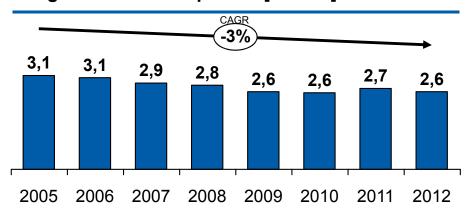
Zahl der deutschen Zuchtstuten und Fohlen



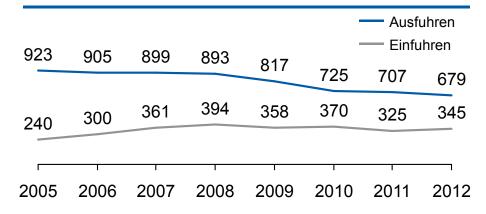
Zahl der Züchter in Deutschland



Ausgezahlte Züchterprämie [m EUR]



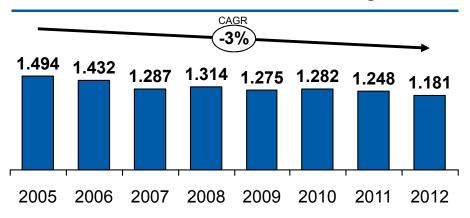
Ein- und Ausfuhren



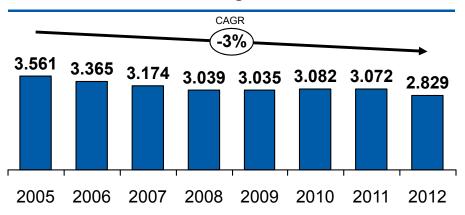


Diese negative Entwicklung setzt sich auch bei den Leistungsdaten zum Training fort – abgesehen von der Gewinnsumme im Ausland

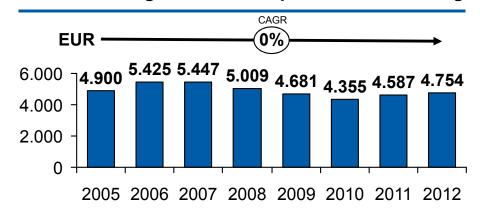
Zahl der Besitzer von Pferden in Training



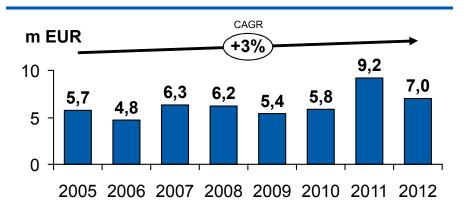
Zahl der Pferde in Training



Durchschnittsgewinnsumme pro Pferd in Training



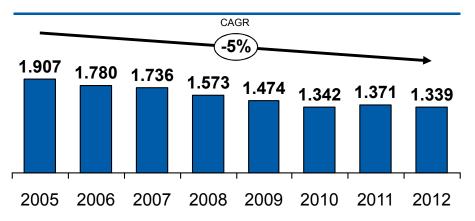
Gewinnsumme in D trainierter Pferde im Ausland



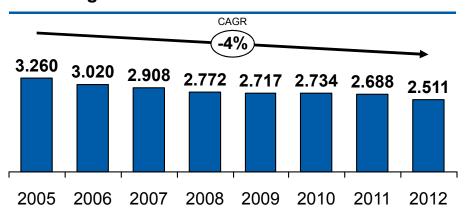


Besonders signifikant ist der Rückgang der Zahl der Rennen um ca. 5% p.a. seit 2004 – nur der ø-Geldpreis je Rennen wächst leicht

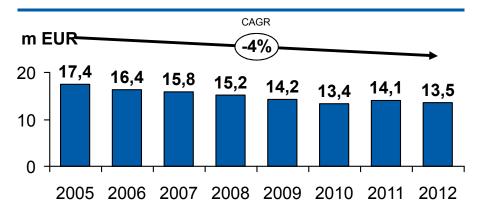
Zahl der Rennen



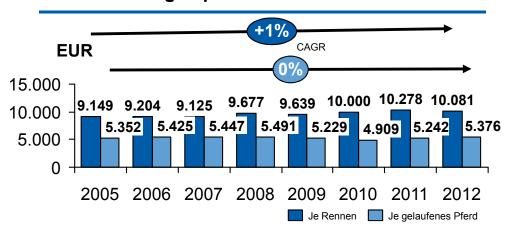
Zahl der gelaufenen Pferde



Gezahlte Rennpreise

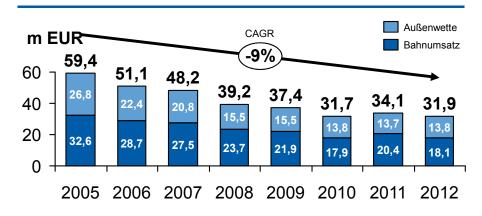


Durchschnittsgeldpreis

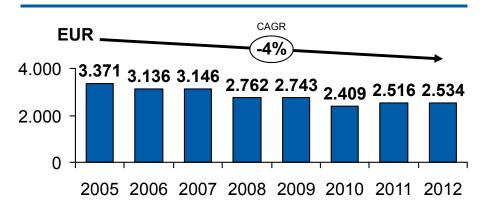


Der Gesamtumsatz hat sich von 2005 bis 2012 nahezu halbiert, wobei Bahnumsatz und Außenwette gleichermaßen betroffen sind

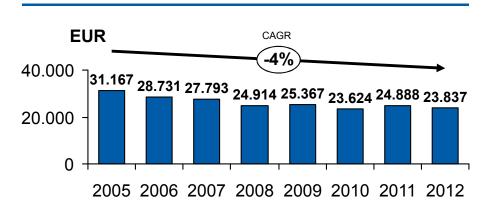
Gesamtumsatz (=Bahnumsatz+Außenwette)



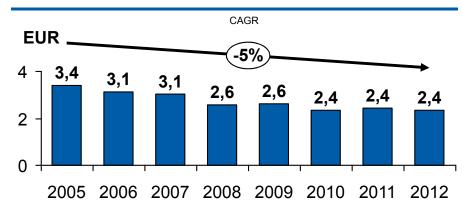
Umsatz je Starter



Umsatz je Rennen



Umsatz je Euro-Rennpreis



Quelle: DVR © 2013 GERMAN RACING Next Generation e.V.





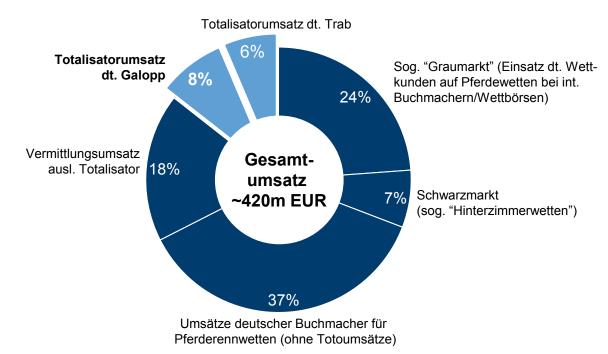


Dabei genießen Pferdewetten unverändert hohen Zuspruch, doch ~90% der Umsätze wurden lange unversteuert ins Ausland vermittelt

Gesamtmarkt für Pferdewetten in Deutschland 2011¹⁾







 Illustrative Hochrechnung des HVT auf Basis von Daten des DVR, des HVT, des Deutschen Buchmacherverbands, GOLDMEDIA u.a. aus den Jahren 2009-2011
 Quelle: HVT; EPMA, Besitzerveinigung für Vollblutzucht und Rennen e.V.

Bemerkungen

- Der Gesamtmarkt für Pferdewetten in Deutschland wird auf ~420m EUR bis ~650m EUR geschätzt (2011)
- Von diesen Wettumsätzen wurden 2011 nur ~61m EUR im Inland versteuert (davon ~34m EUR Totalisatorwetten dt. Galopp) – das entspricht ~14% des Gesamtmarkts
- Der mit ~359m EUR (~86%) deutlich größere Teil wurde hingegen bisher ins steuervergünstigte Ausland vermittelt (alle größeren Buchmacher haben ihre Wetten bisher an Unternehmen mit Sitz in Ländern wie Malta oder Gibraltar vermittelt)
- Die ins Ausland vermittelnden Buchmacher haben in der Regel nur noch kleinere Summen für Bilder und Renndaten bezahlt; sie waren über Jahre zu keinerlei finanziellem Beitrag (etwa in Form der Rennwettsteuer) für die Durchführung der Galopprennen selbst verpflichtet
- Aufgrund der im Rahmen des neuen Glücksspielstaatsvertrags zum 02.07.2013 in Kraft getretenen Novellierung des RennwLottG werden nun jedoch zusätzliche Einnahmen von bis zu 1,4m € für den deutschen Rennsport durch steuerliche Gleichbehandlung und Steuerrückvergütung auch der (ins Ausland vermittelten) Buchmacherwetten erwartet

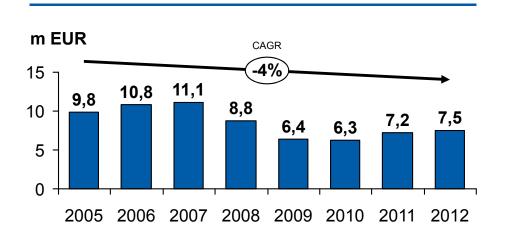




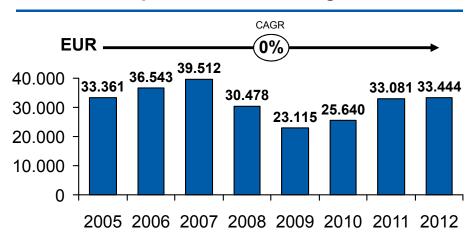


Nach einem auch durch die Wirtschaftskrise bedingten Umsatzeinbruch & Preisverfall hat sich die BBAG inzwischen wieder erholt

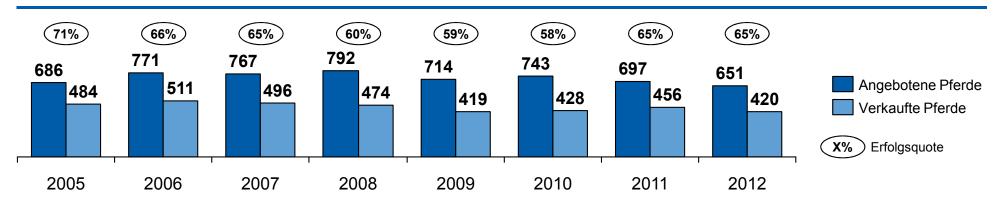
Gesamtumsatz der BBAG



Durchschnittspreise BBAG-Jährlingsauktionen



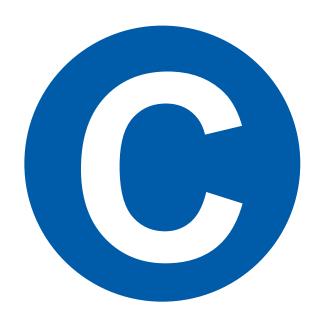
Auf Auktionen angebotene vs. verkaufte Pferde



Quelle: BBAG-Jahresberichte

© 2013 GERMAN RACING Next Generation e.V.

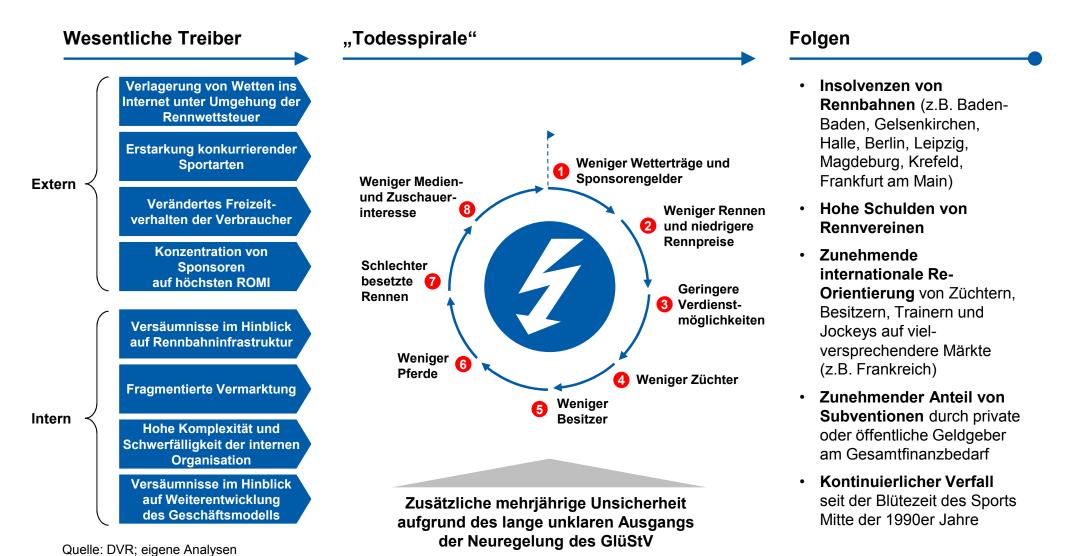




Aktuelle Herausforderungen im deutschen Galopprennsport

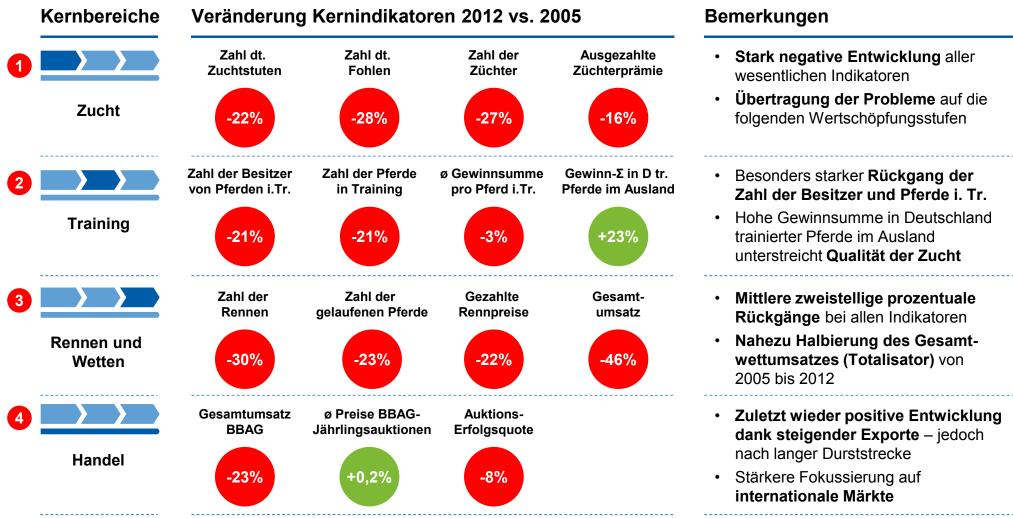


Externe Veränderungen und interne Versäumnisse führen zu einer "Todesspirale" – signifikante Schwächung des Sports als Folge





Entsprechend entwickeln sich nahezu alle Schlüsselindikatoren deutlich negativ – außer Auslandsgewinn und Handelspreisen



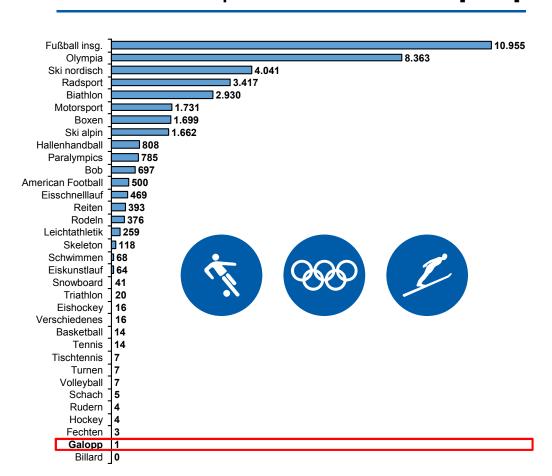
Quelle: DVR; BBAG



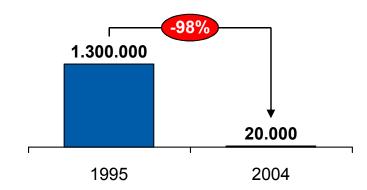


Die schwierige Situation des Sports spiegelt sich auch im massiven Rückgang medialer Aufmerksamkeit wider

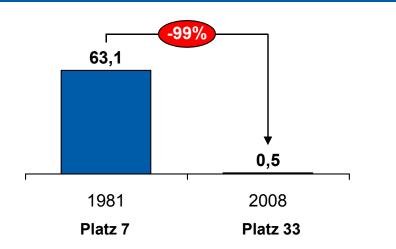
Sendezeiten von Sportarten in der ARD 2008 [min/a]



Anrufer bei ARD-Wahl zum "Galopper des Jahres"



Berichterstattung zum Galopprennsport in ARD-Sportschau 1981 vs. 2008 [min/a]





Trotz erster Erfolge aufgrund gegensteuernder Maßnahmen besteht nach wie vor akuter Handlungsbedarf zur wirtschaftlichen Stärkung

Ergriffene Maßnahmen

Finanzielle Beteiligung an RaceBets.com (Marktführer für Online-Pferdewetten in Deutschland)

Entwicklung eines neuen Vermarktungskonzepts:

- Dachmarke GERMAN RACING
- Mobile Apps, Social Media etc.
- Professionelle Medienarbeit
- Neuer Webauftritt
- Investition in digitale Bildübertragung
- Gewinnung nationaler Sponsoren

Finanzielle Stabilisierung durch private/öffentliche Eigenmittel

- Investitionen in Rennbahninfrastruktur
- Entwicklung neuer regionaler
 Vermarktungskonzepte
- Reduktion der Zahl und Qualität der Rennen sowie Konzentration auf ausgewählte Highlights
- Diversifizierung des Hospitalityund Entertainment-Angebots

Beispiele













Erste Erfolge:

- >7.900 Fans auf Facebook
- Top-Resonanz auf iPhone und Android Apps
- Erhöhte Medienpräsenz
- >400.000 YouTube-Views

Weiterer Handlungsbedarf:

- Erhöhung der TV-Sendezeiten
- Erschließung neuer Zielgruppen
- Gewinnung weiterer Sponsoren
- Hebung von Synergien
- Nachwuchsförderung

Erste Erfolge:

- Trendwende bei den Besucherzahlen auf den Rennbahnen
- Trendwende bei den Wettumsätzen (auf niedrigem Niveau)
- Erhöhte Medienpräsenz

Weiterer Handlungsbedarf:

- Weitere Professionalisierung von Management und Vermarktung
- Noch stärkere Diversifizierung des Nicht-Wettgeschäfts
- Weitere Investitionen in Infrastruktur und Service vor Ort

Regionale und lokale Ebene

Zentrale

verband)

Ebene (Dach-



Die zahlreichen Anläufe zu einer umfassenden Strukturreform verdeutlichen dabei die Komplexität des angestrebten Wandels

Erste Strukturreform

Zeitraum

- 2005 bis 2008: Konzeption
- · 2009: Abbruch

Ausgangslage

- Starker wirtschaftlicher Einbruch seit der Jahrtausendwende
- Insolvenzen von Rennbahnen wie Gelsenkirchen und Leipzig

Geplante Maßnahmen

- Zentralisierung der Vermarktung und der Renn-Ausrichtung
- Gründung eines Joint Ventures (JV) zwischen dem DVR und den Buchmachern Coral (UK) und Race-O (NZ)
- Einzahlung von 30m € durch die beiden Buchmacher in das JV

Ergebnis

- Gründung der DVR Wirtschaftsdienste und Beteiligungen GmbH
- Übertragung erster Rechte durch die Rennvereine an die GmbH
- Fertigstellung des Gründungsvertrags
- Platzen des Deals Anfang 2009 aufgrund der Finanzkrise

Zweite Strukturreform

- 2009 bis 2010: Konzeption
- 2010 bis heute: Umsetzung
- Scheitern der ersten Strukturreform
- · Insolvenz von Baden-Baden
- Beginn der DVR-Präsidentschaft von Albrecht Woeste
- Finanzielle Beteiligung an RaceBets als führendem Online-Buchmacher zur besseren Partizipation am Online-Wettgeschäft
- Eröffnung eigener Buchmacher-Shops
- Stärkung der zentralen Vermarktung unter einer Dachmarke
- Realisierung der Beteiligung in Form eines geschlossenen Fonds mit Mindesteinlage von 1.000 €
- Investition von 4m € ("kleine Lösung")
- Kreation von "GERMAN RACING" jedoch nur begrenzte Akzeptanz
- Eröffnung von 2 "Wetten XXL" Shops

Dritte Strukturreform

- Seit 2012: Debatte
- Unverändert negative Entwicklung
- Besucherrückgang bei Winterbahnen
- Subventionierung kleinerer und insbes, ostdeutscher Rennbahnen
- Schließung von bis zu 50% der deutschen Rennbahnen
- Finanzielle Stärkung und Professionalisierung der verbleibenden Bahnen
- Entzerrung von Renntagen und Streichung von Subventionen
- Kontroverse Diskussion des Reformkonzepts von Dr. Andreas Jacobs (Baden Racing)
- Befürchtung eines beschleunigten Niedergangs im Fall eines Rückzugs aus der Fläche
- Aktuell keine weitere Verfolgung der Pläne durch das DVR

Quelle: F.A.Z., SZ, Die Welt, Sport-Welt, GERMAN RACING, eigene Analysen © 2013 GERMAN RACING Next Generation e.V.



Der Blick auf die Lage in anderen Märkten zeigt ein teilweise ähnliches Bild – Innovation und Vermarktung als Schlüssel erkannt



Großbritannien



Frankreich

Wesentliche Stärken

- Hohe Besucherzahlen
- Top-Infrastruktur
- Hohes finanzielles Engagement Einzelner (Maktoum, Coolmore etc.)
- PMU-System (Hohe Wettumsätze, hohe Preisgelder, Top-Infrastruktur)
- Hochkarätige Sponsoren (u.a. Qatar Foundation)
- Qualitativ sehr hochwertige Zucht



Wesentliche

- Weniger Sponsoren und sinkende Preisgelder bei steigenden Kosten
- Starker Wettbewerb durch Offshore-Buchmacher
- Insolvenz von Trainern

- Öffnung des vormals stark regulierten Wettmarkts
- · Vergleichsweise hohe Steuern für Züchter und Besitzer
- Geringe Besucherzahlen bei Rennen

- Vielfalt an Hospitality- und Entertainment-Angeboten auf den Rennbahnen
- Top-Infrastruktur
- Vielzahl finanzkräftiger Sponsoren und Mäzene

Herausforderungen

- Besucherzahlen und Wettumsätzen
- Geringe mediale Präsenz

Abnahme von Renntagen,

Stark rückläufige Zucht

Ergriffene Maßnahmen (Auswahl)

- Entwicklung einer Dachmarke sowie eines zentralen Vermarktungskonzepts ("Great British Racing" / "Love the Races")
- Intensivierung des Lobbying
- Intensivierung der Nachwuchsgewinnung (z.B. TBA Next Generation Club. Popkonzerte in Newbury und Newmarket)

- Globalisierung der PMU
- Innovation im Bereich der Wettangebote (z.B. durch neue digitale Plattformen)
- Entwicklung innovativer Vermarktungsmaßnahmen, z.B. im Bereich Social Media

- Entwicklung eines Wachstumskonzepts in Kooperation mit McKinsey – Fokus u.a. auf:
 - Konzentration der Renntage
 - Ausweitung der Vermarktung via TV, Social Media und Games)
 - Gewinnung neuer Vollblutbesitzer (u.a. Ownership Tool)

Quelle: European Trainer Magazine; Financial Times; The Jockey Club; eigene Analysen © 2013 GERMAN RACING Next Generation e.V.



Die Vision für den deutschen Galopprennsport: Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit durch Fokus auf 3 strategische Leitlinien

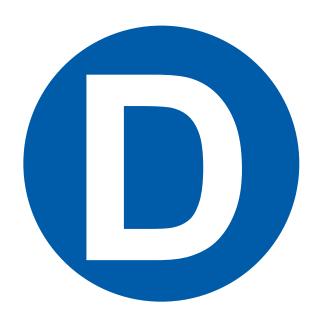
Vision:

Der deutsche Galopprennsport als schlankes, unternehmerisches und nachhaltig finanziertes Sport-, Wett- und Unterhaltungs-Netzwerk mit starkem Systemkopf



Nachhaltige Finanzierung und effiziente Organisation





Rennbahnen als Nukleus des deutschen Galopprennsports





Seit Mitte der 1990er Jahre kämpfen die deutschen Rennbahnen ums Überleben – inzwischen geben erste Erfolge wieder Hoffnung

Phase I: 1950-1995

Phase II: 1995-2008

Phase III: 2009-2012

Phase IV: Seit 2013

Schlagwort

Wachstum & Entfaltung

Reformstau & Niedergang

Existenzielle Disruption

Stabilisierung & Neuausrichtung

Entwicklung der Kern- indikatoren









Externes Umfeld

- Wirtschaftswunder
- · "Deutschland AG"
- Wiedervereinigung

- · Dot-Com-Krise
- · Boom von Web-Buchmachern
- Agenda 2010
- · Diversifikation Freizeitmarkt
- · Finanz- und Eurokrise
- Novellierung des GlüStV
- · Dominanz des Fußballs
- · Umfassende Digitalisierung
- Vorteilhafte Neuregelung des GlüStV
- Konstant positive Konjunktur

Interne Entwicklung

- Bau neuer Rennbahnen bzw. Tribünen (z.B. in F, H, M)
- Starke Zuwächse bei Wetten, Züchtern und Pferden
- · Hohe soziale Reputation

- Nichtbeachtung von Trends
- Insolvenzen von Rennbahnen
- Scheitern der ersten Reform
- Investitionsstau

- Weitere Insolvenzen
- Überalterung in Rennvereinen
- Zukunftsdebatte
- Geringe Akzeptanz von GR1)
- Starke Entwicklung der Wett-Tochtergesellschaften
- Innovationen auf Rennbahnen
- Deutliche Erhöhung der Rennpreise ab 2013

1) GERMAN RACING

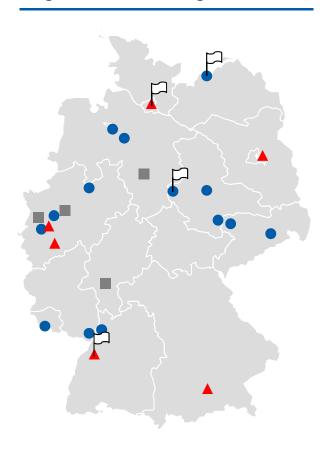
Quelle: F.A.Z., DVR, eigene Analysen





Primärzweck der Rennbahnen sind Rennen zur Zuchtauslese – dabei entfallen 62% des Wettumsatzes auf die 6 größten Bahnen

Regionale Verteilung



Rennbahn-Kategorisierung¹⁾

Kategorie A:

- Rennbahnen mit Gruppe-I- Rennen ("Champions League")
- 6 Bahnen: Baden-Baden, Berlin,
 Düsseldorf, Hamburg, Köln, München
- 62% des Gesamt-Wettumsatzes
 (Bahnumsatz + Außenwette) in 2012

Kategorie B:

- Rennbahnen mit Gruppe-II- und/oder Gruppe-III-Rennen
- 4 Bahnen: Dortmund, Frankfurt a.M., Hannover, Krefeld
- 17% des Gesamt-Wettumsatzes
 (Bahnumsatz + Außenwette) in 2012

Kategorie C:

- Rennbahnen ohne Gruppe-Rennen mit regelmäßigem Rennbetrieb
- 14 Bahnen im Norden, Westen und Osten
- 20% des Gesamt-Wettumsatzes
 (Bahnumsatz + Außenwette) in 2012

Weitere ca. 16 Bahnen ohne regelmäßigen Rennbetrieb ("Kategorie D")

Meeting-Bahnen mit 1 (Bad Doberan, Bad Harzburg, Hamburg) bzw. 3 (Baden-Baden) mehrtägigen Galopp-Meetings im Jahr

Bemerkungen

- Die ca. 40 deutschen Galopprennbahnen sind der Nukleus des deutschen Galoppennsports
- Primärzweck der Rennbahnen ist die Ausrichtung von Rennen als staatlich regulierte Leistungsprüfungen für die Vollblutzucht
- Je Rennbahn finden jährlich zwischen 1 und 14 Renntage statt – entweder als Ein-Tages-Veranstaltungen oder als mehrtägige Veranstaltungen ("Meetings")
- Neben dem Rennbetrieb werden an Renntagen in der Regel komplementäre Services wie Wetten, Catering, Hospitality etc. angeboten
- Jede Rennbahn wird in der Regel von einem gemeinnützigen Rennverein ohne Gewinnerzielungsabsicht betrieben (Ausnahmen sind Baden-Baden, Berlin und Leipzig)
- Die Rennvereine treffen ihre Entscheidungen grundsätzlich unabhängig (auch im Hinblick auf Finanzierung); jedoch gibt es Gremien zur horizontalen Abstimmung (z.B. BGG)
- Der Renn- und Wettbetrieb auf allen Rennbahnen steht unter der Aufsicht des DVR

¹⁾ Eigene (nicht-offizielle) Darstellung





Im Folgenden werden ausgewählte Kernaspekte des Geschäftsmodells der Rennbahnen entlang von 5 Bereichen skizziert

Geschäftsmodell-Elemente

Produkte & Services

Vermarktung

Infrastruktur & Operations

Organisation & Governance

Finanzen

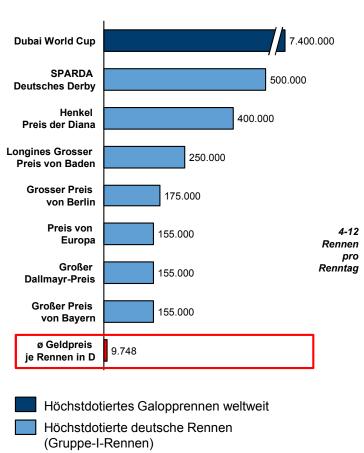
5

n dieser Unterlage dargestellte Kernaspekte	Seite(n)
Vollblut-Rennen als Kernprodukt	• 36
Komplementäre Services	• 37
Weitere Services und alternative Nutzungsformen	• 38
Kundensegmente und Vermarktungskanäle	• 39
Sponsoring und Partnering	• 40
Kernindikatoren der Vermarktung	• 41-45
Typische Rennbahninfrastruktur	• 46
Technologie-Portfolio	• 47
Infrastruktur-Optimierung im Spannungsfeld	• 48
Grundlegende Organisationsformen deutscher Rennbahnen	• 49
Typische Vereinsstrukturen	• 50
Rennbahn-übergreifende Governance und Kooperationen	• 51
Typische Einnahmenverteilung	• 52
Typische Ausgabenverteilung	• 53
Finanzierungsquellen	• 54



Ein typischer Renntag als Kernprodukt der Rennbahnen findet Sonntags statt, besteht aus ø 8,3 Rennen und dauert 4-6 Stunden

Dotierung von Galopprennen Typischer Renntagable

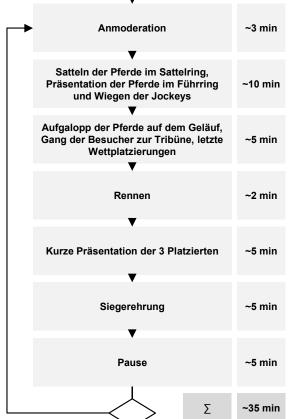


1) Angaben für die 20 umsatzstärksten Rennbahnen Quelle: Rennvereine, DVR, BGG, eigene Analysen © 2013 GERMAN RACING Next Generation e.V.

Typischer Renntagablauf Bemerkungen

i.d.R. zwischen 12.00h und 14.00h

- Im Jahr 2012 fanden 1.254 Rennen an 152 Renntagen¹⁾ auf deutschen Rennbahnen statt (ø 8,3 Rennen pro Renntag)
- Die Durchführung der Rennen ist durch die Rennordnung reguliert und wird durch die Rennleitung beaufsichtigt
- Renntage werden überwiegend an Sonn- und Feiertagen durchgeführt (führt oftmals zu 2-3 parallelen Veranstaltungen)
- Die genaue Anzahl und Terminierung der Renntage wird jeweils im Vorjahr innerhalb der BGG verhandelt
- Die meisten Rennbahnen bieten 1-2
 Highlight-Renntage mit Gruppe-/
 Ausgleich-Rennen bzw. besonderem
 Rahmenprogramm im Jahr an (z.B.
 Großer Preis von Berlin im Juli)
- Besonderheit: Durch scheue Pferde kommt es oftmals zu Verzögerungen beim Renntagablauf



i.d.R. zwischen

17.00h und 18.00h

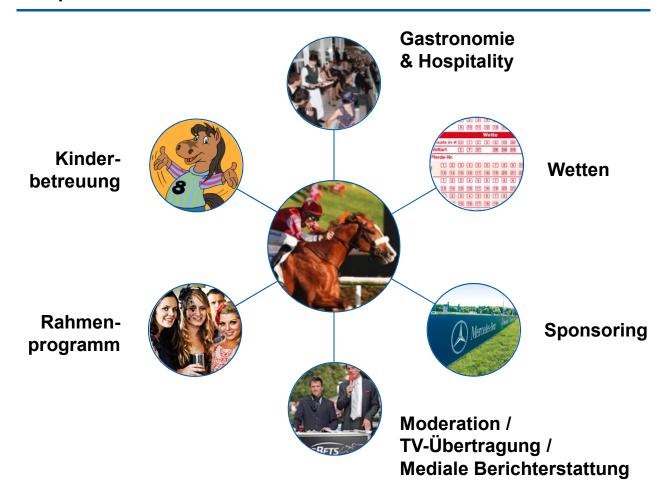






Neben den Vollblutrennen werden weitere Services wie Wetten oder Gastronomie angeboten, die wesentlich zur Finanzierung beitragen

Komplementäre Services rund um Vollblut-Rennen



- Der Betrieb aller ergänzenden Services außer Wetten und Sponsoring ist in der Regel an externe Dienstleister ausgelagert
- Neben den Toto-Kassen finden sich auf vielen Rennbahnen auch Buchmacher-Shops
- Aufgrund der räumlichen Verteilung des Renntagablaufs bewegt sich das Publikum vergleichsweise häufig zwischen Führring, Geläuf, Wettkassen und Tribüne
- Der Eintrittspreis beträgt in der Regel zwischen 0 und 10 EUR
- Die meisten Rennbahnen verfügen über mehrere kleine Bildschirme an den Wettkassen und auf der Tribüne sowie eine große Leinwand in der Nähe des Ziels zur TV-Übertragung
- McCafé-Effekt: Vielfältiges Rahmenprogramm führt trotz geringer/ negativer Marge i.d.R. zu deutlich höheren Wettumsätzen





Da viele Rennbahnen nur minimal mit Renntagen ausgelastet sind, werden die Anlagen teilweise auch für alternative Zwecke genutzt

Alternative Nutzungsformen deutscher Galopprennbahnen

MICE1)



- Portfolio: Konzerte, Firmen-Events, Messen, Literaturlesungen, Sommerkino, Hochzeiten etc.
- Beispiele: DIGA in Baden-Baden; John-Deere Vertriebs-Event in Berlin-Hoppegarten; Sommerkino in Leipzig

Sport- & Freizeit



- Portfolio: Golfclubs, Jogging, Charity Runs, Winter-Langlauf, Leichtathletik etc.
- Beispiele: Golfanlagen in Bremen, Frankfurt und München; Winter-Langlauf in Frankfurt, Jogging-Strecken in Frankfurt und Köln

Hotellerie & Gastronomie



- Portfolio: Biergärten, Rennbahn-Hotels am Geläuf, Restaurants in den Rennbahngebäuden etc.
- Beispiele: Rennbahnhotels in Bremen, Frankfurt und Hamburg; Restaurant Hippodrom in Köln; Biergarten in Leipzig

Trainings- & Stallbetrieb



- Portfolio: Trainingsbetrieb auf Trainingsbahn, Stallbetrieb, Stallvermietung etc.
- Beispiele: Trainingsquartiere in Frankfurt, Berlin-Hoppegarten, München; Gastboxen für Rennpferde auf nahezu allen Rennbahnen

- Die Auslastung der Rennbahnen durch Renntage liegt nur bei 3-5% p.a. – mit anderen Worten stehen viele Rennbahnen an bis zu 360 Tagen im Jahr leer
- Bei der Auslastung ihrer Anlagen mit alternativen Events und Services sind die Rennbahnen starker Konkurrenz durch andere Sportstätten, Hotels, Kongresszentren und Multifunktionsarenen ausgesetzt – insbesondere in Großstädten und Ballungsräumen
- Aufgrund fehlender Klimatisierung ist eine alternative Nutzung der geschlossenen Räume vor allem im Winter und im Hochsommer schwierig
- Ein weiteres Problem ist der geringe Bekanntheitsgrad vieler Rennbahnen
- Kernerfolgsfaktoren für die alternative Nutzung der Rennbahnen sind Vermarktung, Infrastruktur sowie Anbindung bzw. Erschließung

¹⁾ Meetings, Incentives, Conventions & Events Quelle: Rennvereine, DVR, BGG, eigene Analysen © 2013 GERMAN RACING Next Generation e.V.





Die 4 Kernzielgruppen haben verschiedene Bedürfnisse und Interessen, was eine differenzierte Vermarktung erfordert

Kundensegmente¹⁾ Aktive

Value Proposition bzw. Hauptinteresse

- Freude am Start der eigenen Pferde
- Networking in der Community
- · Aufbau von Prestige

Wetter

- Maximale Wettgewinne
- · Austausch mit anderen Wettern
- Der besondere "Kick" während der Rennen
- · Hoher Return on Marketing Invest
- Einladung von Kunden/Partnern
- Einwandfreie Reputation des Sports
- Differenzierung vom Wettbewerb
- Freizeit-Interessenten

Unternehmen

- Wohlfühl-Atmosphäre
- · Gute Unterhaltung
- Einfache An- und Abreise
- Freiraum f
 ür "Personal Time"

Relevante Produkte & Services (Auswahl)

- · Vielfalt an (gut dotierten) Rennen
- Hohe Qualität des Geläufs
- Gute Gastboxen-Infrastruktur
- Attraktive Hospitality/Gastronomie
- Spannende Rennen
- Attraktive Wettprodukte/-quoten
- Gutes Wett-Informationsangebot
- · Hochwertige Wettshops/Lounges
- · Individuelle Sponsoring-Pakete
- · Persönliche Betreuung
- Attraktives Hospitality-Angebot
- Effektive Medien-Platzierung
- Attraktives Rahmenprogramm
- Verständliche Moderation
- Hochwertige Gastronomie
- Gute Anbindung (Parkplätze/ÖPNV)

Haupt-Vermarktungskanäle

- Rennsport-Medien
- · Direkt-Mailings
- Persönliche Netzwerke
- · Events in der Community
- Rennsport-Medien
- Wettplattformen
- · Events in der Community
- Persönliche Netzwerke
- · Verbände und Kammern
- Business Clubs
- Einladungen zu Renntagen
- Soziale Medien
- Öffentliche Print-Werbung
- · Freikarten-Kampagnen
- Kommunale Tourismus-Büros

Eigene Darstellung (kein Anspruch auf Vollständigkeit)
 Quelle: Rennvereine, DVR, BGG, eigene Analysen
 2013 GERMAN RACING Next Generation e.V.





Angesichts hoher Konkurrenz und rückläufiger Attraktivität des Sports wird die Gewinnung von Sponsoren zunehmend schwieriger

Beispiele für Sponsoring-Pakete

Exklusiv Sponsoring

- Leistungen: Bereitstellung der gesamten Rennbahn mit Möglichkeit zum exklusiven Branding, VIP Lounge mit Moderation und Betreuung, Bennenung aller Rennen, Freikarten, Product Placement, Plakat-Werbung
- Kosten: 90.000 €

Premium Sponsoring

- Leistungen: Individuelles Branding auf der Rennbahn, Business Lounge mit Moderation und Betreuung, Benennung Hauptrennen oder 5 Basis-Rennen, Freikarten, Product Placement, Anzeigen im Rennprogramm
- Kosten: 50.000 €

Co-Sponsoring

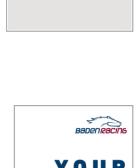
- Leistungen: Individuelles Branding, Lounge-Nutzung mit anderen Sponsoren, Benennung eines Basisrennens, Catering für 50 Personen, bis zu 1.000 Freikarten, Anzeige im Rennprogramm
- Kosten: 10.000 €

Quelle: Rennvereine, DVR, BGG, eigene Analysen © 2013 GERMAN RACING Next Generation e.V.

Sponsoring-Broschüren (Ausw.)







Galopprennbahn Frankfurt



- Die Gewinnung von Sponsoren erfolgt im Rennsport primär auf Basis persönlicher Netzwerke, weniger auf einem faktenbasierten und strukturierten Vertrieb
- Aufgrund rückläufiger Besucherzahlen, geringer Medienpräsenz und oftmals nicht wettbewerbsfähiger Hospitality-Angebote sind Sponsorings großer Marken zuletzt deutlich seltener geworden
- Die teilweise negative Reputation des Sports sowie fehlende übergreifende Vermarktung sind dabei zusätzliche Herausforderungen
- Abgesehen von Highlight-Events auf Kat.-A- und Kat.-B-Bahnen werden die meisten Renntage nur noch von regionalen mittelständischen oder kommunalen Sponsoren unterstützt
- Vor diesem Hintergrund haben nichtfinanzielle Partnerschaften zuletzt deutlich an Bedeutung gewonnen





Absoluter Spitzenreiter bei Besuchern und Wettumsatz ist Baden-Baden – Hannover hat jedoch die meisten Besucher pro Renntag

Übersicht ausgewählter Vermarktungsdaten der 6 Kategorie-A-Bahnen und 4 Kategorie-B-Bahnen (1/2)

	Renntage p.a.	Besucher p.a.	ø Besucher pro Renntag	Wettumsatz (Bahnumsatz + Außenumsatz) in €	Eingänge	~ Kassen pro Eingang	~ Wettkassen auf dem gesamten Gelände
A Baden-Baden	14	111.520	7.966	8.035.929	3	1 bis 8	80 bis 220
A Berlin- Hoppegarten	10	74.100	7.410	2.126.713	2	2 bis 6	40 bis 80
<u>A</u> Düsseldorf	12	110.000	9.167	2.152.125	3	4 bis 8	40 bis 80
A Hamburg	6	40.000	6.667	2.729.195	3	0 bis 6	60 bis 140
Köln	12	106.000	8.833	2.678.881	4	1 bis 4	40 bis 100
<u>A</u> München	14	56.000	4.000	2.061.456	4	1 bis 5	35 bis 80
Dortmund ¹⁾	13	27.000	7.500	1.602.763	3	1 bis 4	35 bis 50
Frankfurt a.M.	8	42.300	5.288	1.174.997	2	2 bis 4	30 bis 50
Hannover	10	95.000	9.500	1.655.478	1	6	60 bis 80
Krefeld	7	35.000	5.000	953.821	2	2 bis 3	30 bis 55

¹⁾ Sommer- und Winterrennen

Quelle: Rennvereine, DVR, BGG, eigene Analysen

[▲] Kategorie-A-Bahnen





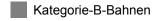
Die Nutzung sozialer Medien und digitaler Services steckt noch in den Kinderschuhen – 2 der Top 10 sogar noch ohne Facebook

Übersicht ausgewählter Vermarktungsdaten der 6 Kategorie-A-Bahnen und 4 Kategorie-B-Bahnen (2/2)

	Premium Hospitality-/ Lounge-Angebote	Facebook Likes ²⁾	Twitter Follower ²⁾	Online Ticketing	Newsletter- Angebot	Mobile Wettkassen	Eigener Merchandise Shop
A Baden-Baden	10	2.605	78	Ja	Nein	Ja	Ja
A Berlin- Hoppegarten	1	4.518	74	Ja	Ja	Ja	Nein
<u> </u>	2	363	28	Ja	Nein	Nein	Nein
▲ Hamburg	3	1.262	Keine Präsenz	Nein	Nein	Nein	Nein
Köln	2	Keine Präsenz	Keine Präsenz	Nein	Ja	Nein	Nein
<u> </u>	3	1.600	28	Nein	Nein	Nein	Nein
Dortmund ¹⁾	1	72	Keine Präsenz	Nein	Nein	Nein	Nein
Frankfurt a.M.	2	Keine Präsenz	Keine Präsenz	Ja	Nein	Nein	Nein
Hannover	3	1.765	Keine Präsenz	Nein	Ja	Ja	Nein
Krefeld	3	756	Keine Präsenz	Ja	Nein	Nein	Nein

¹⁾ Sommer- und Winterrennen

▲ Kategorie-A-Bahnen



²⁾ Abfrage zum 13.09.2013







Wettumsatz und Besucher konzentrieren sich klar auf die Top 10 – kleine ost- und südwestdeutsche Bahnen Schlusslicht bei Wetten

Wettumsatz- und Besucherverteilung deutscher Rennbahnen 2012¹⁾

Wettumsatzverteilung²⁾ Besucherverteilung³⁾ Magdeburg Halle **Bad Doberan** Mannheim Sonstige Mühlheim an der Ruhr Saarbrücken Baden Baden **Bremen** Leipzia Baden Baden Sonstige 12% Dresden 25% Neuss Düsseldorf Krefeld Bad Harzburg 31,9m ~ 910k Dortmund 3% Frankfurt a.M. **EUR** Krefeld 12% Hamburg Köln Dortmund Hamburg Hannover 10% Frankfurt a. M. Köln Hannover München München Berlin-Hoppegarten Düsseldorf Berlin-Hoppegarten Kategorie-A-Bahnen Kategorie-B-Bahnen Kategorie-C-Bahnen

- Umfasst Sommer- und Winterrennen
- 2) Gesamtumsatz Totalisatorwette (Außenwette + Bahnwette)
- 3) Basiert teilweise auf Schätzungen

Quelle: Rennvereine, DVR, BGG, eigene Analysen

© 2013 GERMAN RACING Next Generation e.V.

- Mit knapp 1 Million Besucher jährlich sind Galopprennen nach Fußball der zweitgrößte Publikumssport in Deutschland (Quelle: Baden Racing)
- Die 6 Rennbahnen der Kategorie A generieren 62% des Wettumsatzes, obwohl nur 54% der Besucher auf sie entfallen
- Hannover zählt im Hinblick auf Besucherzahlen zu den Top 4, liegt jedoch bezüglich Wettumsatz nur auf Platz 7
- Die Derbybahn Hamburg hingegen generiert zwar nach Baden-Baden den zweitgrößten Wettumsatz, vereint jedoch weniger Besucher auf sich als die Kategorie-B-Bahnen Hannover und Frankfurt a.M.
- Die Rennbahnen mit dem geringsten Wettumsatz liegen überwiegend in Ostdeutschland bzw. im südwestdeutschen Raum



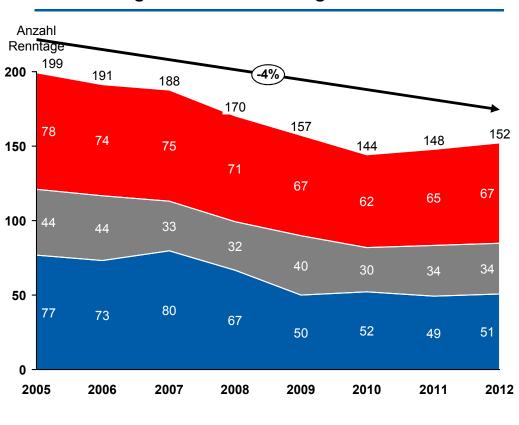


Kategorie-C-Bahnen

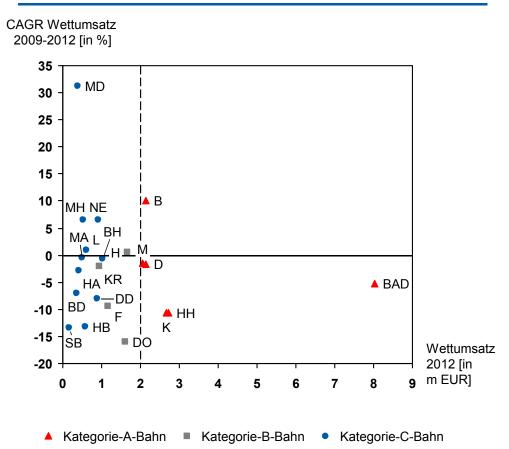


Die Anzahl der Renntage konnte zuletzt wieder leicht gesteigert werden – Berlin als einzige A-Bahn mit Wettzuwächsen ggü. 2009

Entwicklung Anzahl der Renntage 2005-2012¹⁾



Wettumsatz-/Wachstumsmatrix



Kategorie-A-Bahnen Kategorie-B-Bahnen

Quelle: DVR

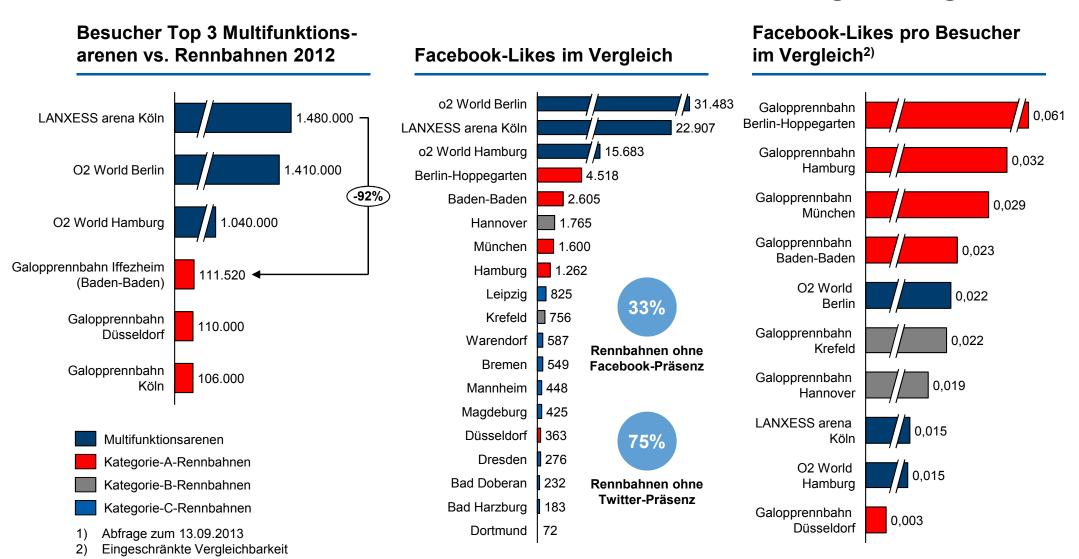
¹⁾ Angaben für die 20 umsatzstärksten Rennbahnen





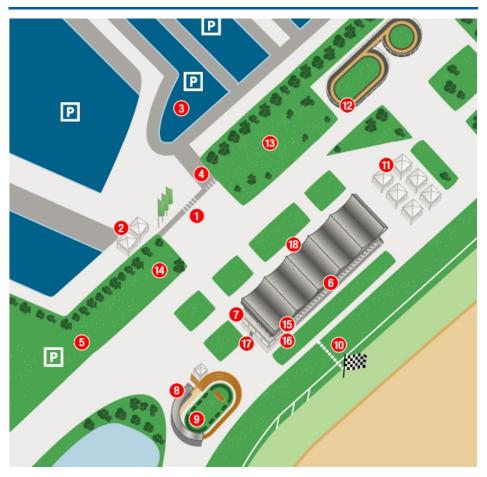


Im Vergleich mit den Top Multifunktionsarenen sind die Rennbahnen bei Besuchern und Facebook-Likes¹⁾ weit abgeschlagen



Rennbahnen bestehen üblicherweise aus Geläuf, Tribüne, Führring, Absattelbereich, Toto-Kassen und Gastronomie Pavillons

Typische Rennbahninfrastruktur: Beispiel Hannover



Erläuterung der einzelnen Bereiche

1 Eingang

Rennbahn (Ziel)

2 Kasse

- Gastronomie Pavillons
- 3 Parkplatz Ehrengäste + Aktive
- 12 Führring
- 4 Einfahrt zum VIP-Parkplatz
- 13 Kinder-Spielland
- 5 VIP-Parkplatz Innenraum
- 14 Pony-Reiten

6 Tribüne

15 Balkon VIP Lounge

Eingang VIP Lounge

- 16 Eingang Restaurant "Jockey Club"
- 8 Eingang Garden Lounge
- Sanitäter
- Siegerehrung, Absattelring
- 18 Besucher-Information (EG-Tribüne)



Bisher werden auf deutschen Rennbahnen kaum innovative Technologien eingesetzt – trotz teilweise hohem Umsatzpotenzial

Einsatzbereich Technologien (Auswahl)		Akt. Nutzung auf dt. Bahnen	Akt. Nutzung auf int. Bahnen	Umsetzungs- aufwand	Potenzial für zus. Umsatz	
	WiFi im gesamten Tribünenbereich					
	Kredit-/EC-Kartenterminals					
Access & Payment	Bankautomaten		•			
raymone	Ticket Scanner / Code Reader					
	Online Ticketing					
	Mobile Wettkassen					
Entertainment,	GoPro Live Footage					
Shopping &	Rennbahn Apps					
Information	Online Merchandise Shop					
	HD Multi Screen System					
Loyalty, CRM & Social	Loyalty Programm					
	CRM Software					
	Social Media & Newsletter					
Quelle: EPMA Forum, UA RT	IP, Interviewergebnisse, Cisco, SPORTFIVE, eigene Analy	sen Sehr gering	g Gering	Mittel Hoch	Sehr hoch	



Für den hohen Investitionsbedarf bei baulicher Infrastruktur und digitalen Services stehen jedoch nur begrenzte Budgets bereit

Sanierungsbedürftige Anlagen



- Viele Galopprennbahnen sind seit Jahrzehnten nicht mehr umfassend renoviert und modernisiert worden
- Dies betrifft sowohl den wichtigen Tribünenbereich als auch die Funktionsgebäude, Gastronomie- und Wettpavillons und Eingangsbereiche
- Die Sanierung wird teilweise durch hohe Denkmalschutzauflagen zusätzlich erschwert bzw. verteuert
- Abgesehen von Ausnahmen wie Baden-Baden, Leipzig oder Hannover wächst bei vielen Rennbahnen die **Diskrepanz** zwischen dem Anspruch der Gäste und Besucher an zeitgemäße Event-Infrastruktur und der baulichen Realität

Kundenzentrierte Services, Apps & Infrastr.



Beispiel: **AR Wett-App**

- Die Digitalisierung hat den Bereich der Stadien und Multifunktionsarenen inzwischen voll umfasst
- Moderne Sportstätten und Arenen wie die BayArena, das Olympiastadion Berlin oder die Allianz Arena sind umfassend vernetzt und bieten Besuchern. Fans und Sponsoren innovative Services & Apps
- Dieses Konzept des "Connected Stadium" wird auch auf internationalen Galopprennbahnen wie in Hong Kong oder Dubai zunehmend umgesetzt – in Deutschland steht man hingegen noch am Anfang
- Der Fokus der Investitionen liegt klar auf der Adressierung von Cross- und Upselling-Potenzial

Priorisierung von Investitionen?

Quelle: FIGGE+SCHUSTE AG, MDM Film Commission, SPONSORs, SPORTFIVE, eigene Analysen



Die meisten Rennbahnen werden von gemeinnützigen Vereinen betrieben – Ausnahmen sind die GmbHs in Baden, Berlin & Leipzig

Organisationsform

Eingetragener Verein (e.V.)

Kombination

aus e.V. und

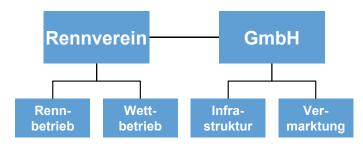
GmbH

Schematische Darstellung¹⁾

Überwiegende Mehrheit der Rennbahnbetreiber:



Baden-Baden, Berlin-Hoppegarten und Leipzig:



Erläuterungen

- Hauptzweck der Rennvereine ist die Ausrichtung der Leistungsprüfungen für die Vollblutzucht in Form von Rennen sowie die Erwirtschaftung von Deckungsbeiträgen für die Besitzer und Züchter
- Die meisten Rennvereine sind Ende des 19. bzw. Anfang des 20. Jh. entstanden
- Die Rechtsform des gemeinnützigen e.V. ist Bedingung für die Totalisatorlizenz
- Der Kombination aus e.V. und GmbH liegt eine klare Aufgabenteilung zugrunde: Während Totalisator- und Rennbetrieb durch den e.V. wahrgenommen werden, liegt die Verantwortung für Vermarktung, Event Management und Infrastruktur bei der GmbH
- Diese Organisationsform ist im Rahmen des Engagements privater Investoren entstanden
- e.V. und GmbH werden i.d.R. gemeinsam von einem Management-Team geführt

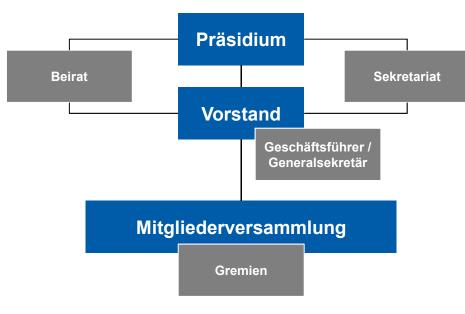
1) Illustrativ

Quelle: Rennvereine, RennwLottG, Interviewergebnisse; eigene Analysen © 2013 GERMAN RACING Next Generation e.V.



Klare Stärken der Vereine wie hohes Engagement werden durch Defizite wie Überalterung und geringe Professionalisierung bedroht

Organe und Aufgaben deutscher Rennvereine¹⁾



Typische Gliederung der Verantwortlichkeiten/Aufgaben von Vorstand und Mitgliedern:



1) Illustrativ

Quelle: Interviewergebnisse, Rennvereine, eigene Analysen © 2013 GERMAN RACING Next Generation e.V.

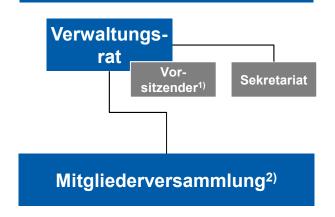
Einschätzung der aktuellen Rennvereinsstrukturen

- Langjähriges Know-How im Hinblick auf Renn- und Wettbetrieb
- Ausgeprägtes ehrenamtliches Engagement
- Starke lokale Vernetzung
- Vergleichsweise einfaches Einwerben von Spenden und Fördermitteln dank anerkannter Gemeinnützigkeit
- Mitwirkung und Einbeziehung der Mitglieder-Basis
- Fortschreitende Alterung der Vereinsmitglieder ohne Aussicht auf Nachwuchskräfte
- Geringer Professionalisierungsgrad bei Vermarktung und Event Management
- Lange Entscheidungswege
- Vertrauensverlust bei Sponsoren, Aktiven und Kommunen aufgrund der Vielzahl an Insolvenzen
- Teilweise hohe Verschuldung



Trotz übergreifender Governance in Form der BGG ist die Zusammenarbeit der Rennbahnen noch stark ausbaufähig

Organisation der BGG



Mitglieder des Verwaltungsrats der BGG:

- · Denis Hartenstein (Vors.), Krefeld
- Dr. Benedict Forndran (Stv. Vors.), Baden-Baden
- Stephan Buchner, Mannheim
- Ferdinand Alexander Leisten, Köln
- · Gerhard Schöningh, Berlin-Hoppegarten
- Jan Antony Vogel, Neuss
- · Eugen-Andreas Wahler, Hamburg



Beispiele für Kooperationen



Vermarktungspartnerschaft





Gemeinsame Startmaschine







Gewährung freien Eintritts für Club-Mitglieder

Verband Südwestdeutscher Rennvereine e.V.

Gemeinsame Interessenvertretung

Bemerkungen

- Übergreifende Abstimmung und Zusammenarbeit der Rennbahnen erfolgt primär im Rahmen der BGG Betriebsgesellschaft Galopp-Rennvereine mbH, deren Gesellschafter alle größeren Rennvereine sind
- Hauptaktivitäten der BGG sind die Planung und Abstimmung der Renntage und die Interessenvertretung der Rennbahnen in den übrigen Gremien des Rennsports
- Die BGG ist außerdem Hauptgesellschafterin der German Tote GmbH & Co. KG, über welche der zentrale Totalisatorbetrieb sowie teilweise die Produktion und Vermarktung von Bildrechten erfolgt
- Insgesamt ist die Koordination und Zusammenarbeit der Rennbahnen jenseits der Kernaktivitäten der BGG jedoch sehr begrenzt (es fehlt z.B. eine übergreifende Vermarktung mit gemeinsamem CRM)
- Auch gibt es abgesehen von Ausnahmen bisher keine festen Projektteams oder Fachausschüsse, die sich etwa mit Themen der gemeinsamen Vermarktung oder Hebung von Synergien befassen

- 1) Nimmt die Geschäftsführung der Gesellschaft wahr
- 2) Entspricht der Gesellschafterversammlung

Quelle: BGG, Rennvereine, Interviewergebnisse, eigene Analysen

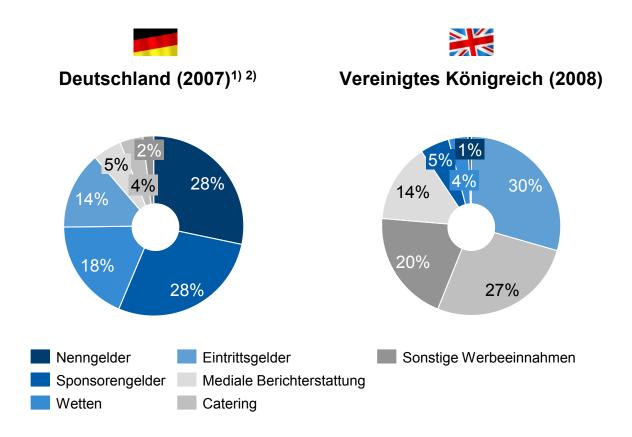






Im Vergleich zu britischen Rennbahnen sind deutsche Rennbahnen besonders stark von Nenngeldern, Sponsoren & Wetten abhängig

Typische Einnahmenverteilung deutscher und britischer Rennbahnen



- 1) Angaben basieren auf Schätzungen
- 2) Wetteinnahmen bezeichnen den Totalisatorertrag nach Abzug der Ausschüttung an die Wetter Quelle: Besitzervereinigung für Vollblutzucht und Rennen e.V.; British Horseracing Authority (BHA)

- beutsche Rennbahnen generieren typischerweise mehr als 50% ihrer Einnahmen durch Nenngelder (Beiträge der Züchter für die Teilnahme ihrer Pferde am Rennen) und Sponsorengelder. Ein weiteres knappes Fünftel stammt aus dem Wettgeschäft. Auch Eintrittsgelder sind eine wichtige Einnahmequelle. Sonstige Einnahmen außerhalb des direkten Renn- und Wettgeschäfts spielen hingegen eine eher geringe Rolle
- Britische Rennbahnen hingegen erzielen mehr als 60% ihrer Einnahmen durch Medien, Catering und sonstige Werbung. Bahnwetten, Nenn- und Sponsorengelder sind dagegen weniger bedeutend
- Im Vergleich zu britischen Rennbahnen sind deutsche Bahnen also besonders stark vom Wettgeschäft und von Sponsoren abhängig



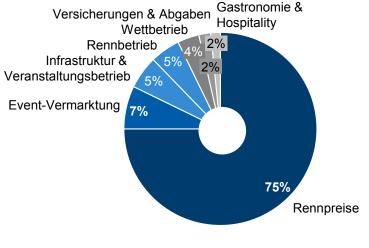




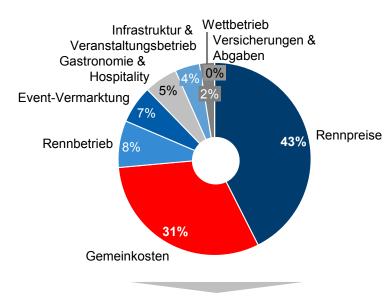
Angesichts weitgehend negativer Nettogewinnmargen reichen die Einnahmen jedoch nur in guten Jahren zur Deckung der Kosten aus

Typische Kostenverteilung einer deutschen Kategorie-A-Rennbahn

ø Direkte Kosten eines Renntags (2012)²⁾



Gesamtkosten einer Rennbahn (2012)³⁾



~150k EUR - 370k EUR

~3,3 m €⁴⁾

- 1) Die hier dargestellten Wettbetriebskosten enthalten nicht die Ausschüttung an die Wetter
- 2) Indikative Schätzung; konkrete Höhe der direkten Kosten abhängig vom Typ des Renntags
- 3) Indikative Schätzung für die Gesamtkosten einer mittelgroße Kategorie-A-Bahn in 2012
- 4) Die jährliche Nettogewinnmarge liegt bei den meisten deutschen Rennbahnen zwischen -10% und +1%

- 75% der direkten Kosten eines Renntags auf einer Rennbahn der Kategorie A entfallen auf Rennpreise, welche an die siegreichen Besitzer ausgeschüttet werden
- Neben den Rennpreisen ist die Event-Vermarktung inklusive Rahmenprogramm, Moderation und Kinderbetreuung mit 7% der größte Block bei den indirekten Kosten
- Bei den jährlichen Gesamtkosten einer mittelgroßen Kategorie-A-Bahn entfällt ein knappes Drittel auf Gemeinkosten wie Personal, Pacht, Abschreibungen und Sonderprojekte
- Mit einer jährlichen Nettogewinnmarge zwischen -10% und +1% sind die meisten Rennbahnen nicht in der Lage, sich nachhaltig aus dem eigenen Geschäft zu finanzieren und benötigen daher regelmäßig frisches Kapital von Investoren, Kommunen oder Banken







Wettgeschäft, private Investoren, Mäzene und Verkauf von Grund & Immobilien werden künftig zusätzliche Finanzierungsbeiträge liefern

Übersicht zur Entwicklung des Beitrags verschiedener Quellen zur Gesamtfinanzierung der Rennbahnen

inanzierungsquelle	Einschätzung	Btr. verg. 5 J. ¹⁾	Btr. zuk. 5 J. ²⁾	
Staat	 Einerseits wurden Zuschüsse zuletzt gestrichen (z.B. aus Spiel 77 in NRW) Andererseits wurden neue gewährt (z.B. Hoppegarten oder Leipzig) 			
Wettgeschäft	 Wettgeschäft ist zuletzt aufgrund der Online-Buchmacher stark eingebrochen Beitrag wird aufgrund der Novellierung des GlüStV wieder steigen 	U	\mathbf{O}	
Kreditinstitute	 Angesichts vieler Insolvenzen wurde die Kreditvergabe stark eingeschränkt Ohne wirt. Perspektive werden auch zukünftig kaum Kredite gewährt werden 	U		
Private Investoren	 Private Investoren haben zuletzt viel Geld investiert (z.B. Baden-Baden) Weitere private Investitionen sind angekündigt (z.B. Berlin und Leipzig) 	\mathbf{O}	0	
Spenden / Mäzene / Mitgliedsbeiträge	 Der Sport hat große Unterstützung durch Aktive erhalten (GERMAN RACING) Dieses private Engagement wird auch in Zukunft hohe Bedeutung haben 	\mathbf{O}	\mathbf{O}	
Eintritt / Gastronomie / Hospitality / Rahmenpr.	 Insbesondere Hospitality ist als Finanzierungsquelle wichtiger geworden Zusätzliche Finanzierungsbeiträge erfordern jedoch zunächst Investitionen 	\mathbf{O}		
Sponsoring / Partnering	 Sponsoren haben sich zuletzt stark aus der Finanzierung zurückgezogen Ohne neue Strategien wird das Sponsoring auf niedrigem Niveau verharren 	U		
Alternative Nutzungs- formen	 Die alternative Auslastung der Bahnen ist bisher nur selten gelungen Ohne neue Strategien wird die alternative Nutzung keine Beiträge liefern 			
Nenngelder	 Kleinere Startfelder und weniger Renntage haben die Nenngelder reduziert Die Erhöhung der Rennpreise wird eine Stabilisierung ermöglichen 	U	•	
Vermögensverwaltung	 Pacht und Mieten haben weitgehend stabile Beiträge geliefert Weiteres Asset Stripping (z.B. Hamburg, München) wird die Beiträge erhöhen 		\mathbf{O}	

¹⁾ Veränderung der Bedeutung der Finanzierungsquelle in den vergangenen 5 vs. 2) den kommenden 5 Jahren Quelle: Rennvereine, Interviewergebnisse, eigene Analysen











Führende Rennsport-Vertreter und Wissenschaftler bekräftigen das Potenzial der Rennbahnen, wieder wettbewerbsfähig zu werden

"Auch das äußere Erscheinungsbild einer Rennbahn hat maßgeblich Einfluss auf die Resonanz unseres Sports in der Bevölkerung."

Christoph Winkler Präsident Dresdener Rennverein 1890 e.V. "Die Zukunft des Galopprennsports liegt auf der Rennbahn. Alle Vermarktungsaktivitäten sollten darauf ausgerichtet sein, die Menschen direkt auf der Rennbahn zu begeistern."

Prof. Dr. Sascha L. Schmidt Leiter des Institute for Sports, Business & Society (ISBS) an der EBS Business School

"In der entscheidenden Phase der 2000er Jahre, als die Wettumsätze und Besucherzahlen signifikant zurückgingen, hat es der Rennsport verpasst, den Anschluss an entscheidende wirtschaftliche, gesellschaftliche und technologische Entwicklungen zu halten."

Stephan Buchner

Präsident Rennverein Mannheim-Seckenheim e.V.

"Wir müssen den Besuch auf der Rennbahn wieder werthaltiger machen: eleganter, exklusiver, hochwertiger und ansprechender!"

Horst Gregor Lappe Generalsekretär Münchener Rennverein e.V.

"Im Wettbewerb um Sponsoren und Besucher muss der Galopprennsport selbstbewusst und aus eigener Kraft die zweifellos vorhandene Attraktivität seines Sports und der Rennsport-Veranstaltungen steigern."

Dipl.-Ing. Albrecht WoestePräsident des DVR sowie ehem.
Vorsitzender des Aufsichtsrats der
Henkel AG & Co. KGaA





Dabei besteht große Übereinstimmung hinsichtlich der Notwendigkeit von Innovationen bei Event-Formaten und Vermarktung

"Wir brauchen ein Event mit Pferderennen, nicht Pferderennen als Event. Entertainment for everyone!"

Dr. Benedict Forndran

Geschäftsführender Gesellschafter Baden Racing GmbH

"Die Finanzierung unseres Sports ist das alles entscheidende Thema. Wir müssen uns fragen, wie wir unsere Rennveranstaltungen verändern müssen, wie wir sie medial aufarbeiten müssen, damit sie interessant für Sponsoren und Zuschauer werden."

Dr. Andreas Jacobs

Vorsitzender des Verwaltungsrats der Jacobs Holding AG

"Mehr Einnahmen können wir nur in folgenden Feldern akquirieren: Staat, Wetter, Besitzer oder Sponsoren. Was können wir diesen Gruppen jeweils 'mehr' bieten um zusätzliche Einnahmen zu generieren?"

Eugen-Andreas Wahler

1. Vorsitzender Hamburger Renn-Club e.V.

"Wir müssen auch verstärkt die Marketing Power starker Partner nutzen, z.B. die Netzwerke der deutschen Bundesligisten."

Eckhard Sauren

Präsident Kölner Renn-Verein 1897 e.V.

"Rennbahnen sind ein sozialer Mehrgewinn für die Stadt, idealer Ort für Benefiz-Veranstaltungen oder ein freies Familienfest des Sports."

Manfred Hellwig

Präsident Frankfurter Renn-Klub 2010 e.V.

"Mit alternativen Veranstaltungskonzepten müssen neue Zielgruppen erschlossen und für einen Besuch auf der Rennbahn begeistert werden."

Dipl.-Ing. Albrecht WoestePräsident des DVR sowie ehem.
Vorsitzender des Aufsichtsrats der
Henkel AG & Co. KGaA





An die zu entwickelnden Strategien zur Rennbahn der Zukunft werden hohe Erwartungen geknüpft – Nachhaltigkeit im Fokus

Gewinnung und Bindung neuer Impulse zur Optimierung des (insbes. auch junger) Zielgruppen Gesamterlebnisses Rennbahn für bzw. an die Rennbahnen ("Race Track Customer Experience") Ansätze zur Professionalisierung **Empfehlungen zur Umsatz**des Rennbahn-Management und der steigerung, Kostensenkung und übergreifenden Governance **Priorisierung von Investitionen** Innovationen im Hinblick Bewahrung und Stärkung der **Erwartungen** auf Vermarktung, Infrastruktur, Identität und besonderen der deutschen **Operations und Finanzierung Kultur des Rennsports** Rennbahnen

Kurzfristig: Umsetzbare Strategien

Mittelfristig: Nachhaltige Revitalisierung und Zukunftssicherung der Galopprennbahnen





Bei der Strategieentwicklung gilt es, verschiedene besondere Rahmenbedingungen und Einschränkungen zu berücksichtigen

Produkte & Services

- Gastronomie oftmals langfristig extern ausgelagert
- Große Rennbahnen erfordern hohe Besucherzahlen, um voll und lebendig zu wirken
- Möglichkeit zur Durchführung zusätzlicher Rennen bzw. Renntage wird durch Anforderungen an die Qualität des Geläufs eingeschränkt

Vermarktung

- Vermarktung über große Sport-Vermarktungsagenturen aufgrund vglw. geringer Bedeutung des Sports schwierig
- Geringer Bekanntheitsgrad des Sports
- Teilweise negative Reputation des Sports

Organisation & Governance

- Ehrenamtliche Vereinsstrukturen und Gremien
- Intransparenz hinsichtlich Kennzahlen
- Teilweise lange (übergreifende) Entscheidungswege

Besondere Rahmenbedingungen und Einschränkungen



Infrastruktur & Operations

- Teilweise hohe Auflagen für Denkmal- und Naturschutz
- Kein Flutlicht für Nachtrennen vorhanden
- Anlagen oftmals in städtischem Besitz
- In der Regel keine Klimatisierung möglich

5 Finanzen

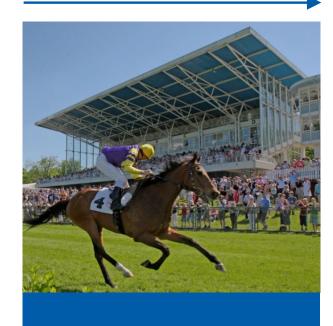
- Teilweise erhebliche Verschuldung
- Teilweise langfristige Pachtverträge
- Geringe Budgets für Investitionen





"Rennbahn 2020": Gefragt sind klare Handlungsempfehlungen, modulare Konzepte und vor allem hohe Praxisrelevanz

Leitthema 2013



Rennbahn der Zukunft

Ausgewählte Kernfragen

- Wie sieht die Rennbahn des Jahres 2020 aus?
- Wer sind die Rennbahnbesucher der Zukunft?
- Welche innovativen Services und Technologien kommen in Frage?
- Wie lassen sich in Zukunft Sponsoren und Partner gewinnen?
- Wie kann man die Rennbahnnutzung diversifizieren?
- Welche Chancen und Risiken ergeben sich aus Megatrends wie Digitalisierung, demografischer Wandel und Nachhaltigkeit?
- Wie lässt sich eine nachhaltige Finanzierung sicherstellen?
- Was können Rennvereine von internationalen Rennbahnen und anderen Sportarten lernen?
- Welche Kooperations- und Synergiemöglichkeiten bestehen?
- Wie sieht das Rennbahn-Management der Zukunft aus?

Ziele & Ergebnisse

Angestrebte Ziele:

- Gewinnung von Antworten auf die wichtigsten Kernfragen zur Zukunft der Rennbahnen durch junge Köpfe
- Enge Einbindung der deutschen Rennvereine und Rennbahnen von Beginn an zur Maximierung der Praxisrelevanz
- Engere Kooperation und intensiverer Austausch von Best Practices unter den Rennbahnen

Gewünschte Ergebnisse:

- Strategie "Rennbahn 2020" mit modularen Einzelkonzepten
- Veröffentlichtes "Management Handbuch" mit klaren Handlungsempfehlungen für die Rennbahnen
- Möglichkeit zur Auswahl der individuell gewünschten bzw. sinnvollen Einzelkonzepte für jede Rennbahn in Deutschland zwecks anschließender Umsetzung





Appendix



Inhalt Appendix Seite Wichtige Orte und Organisationen des deutschen Galopprennsports 61 Kauf und Unterhalt eines Vollblutpferds 67 Leistungs- und Erfolgsparameter eines Vollblutpferds 69 Megatrends in Sport, Wirtschaft und Gesellschaft **70** E5 Weiterführende Informationsquellen 71





¹⁾ Darstellung aller 24 Rennbahnen der Kategorien A, B und C

Quelle: GERMAN RACING

WICHTIGE ORTE UND ORGANISATIONEN Gestüte in Deutschland

GERMAN RACING

Niedersachsen

Soltau Uetze

Schneverdingen (2 Gestüte)

Langenhagen

Sottrum

Ochtmannien

Bad Harzburg

Dannenberg-Streetz

Isernhagen Friedeburg

Nordrhein-Westfalen

Alpen (2 Gestüte)

Rödinghausen

Köln (2 Gütersloh)

Gütersloh (2 Gestüte)

Kirchlengern

Düren

Bergheim (2 Gestüte)

Uedem

Kerpen

Werne

Hellenthal

Rietberg

Erftstadt

Erwitte

Ascheberg-Herbern

Iserlohn

Eitorf-Merten

Schwelm

Frkrath

Rüthen-Kneblinghausen

Mönchengladbach

Brackel Dorfmark Wiedingen/Soltau

Hessen

Bad Hombug Beerfelden

Oberaula-Hausen

Gernsheim

Echzell

Schlangenbad

Hünstetten Hochheim

Sachsen

Rheinland-Pfalz Nieder-Hilbersheim

Utzerath Irmenach

Knopp-Labach

Warmsroth

Saarland St. Wendel

Baden-Württemberg

Waibstadt Bad Wurzach-Hauerz Gaggenau-Mittelberg

Starnberg-Percha

Bayern Ammerland Kulmbach Hachtsee Neuhof/Zenn

Fitzen Hamburg (2 Gestüte) Brandenburg Angermünde Sachsen-Anhalt Ausleben Torgau/Graditz





Kurzprofile wesentlicher Organisationen des deutschen Galopprennsports (1/3)

Name	Logo	Gründung	Kurzbeschreibung	Webseite
Direktorium für Vollblutzucht und Rennen e.V. (DVR)	Sopprent &	1947	 Dachverband des deutschen Galopprennsports Vom deutschen Tierzuchtgesetz vorgeschriebene zentrale Zuchtorganisation Interessenvertretung und Dienstleister aller am Galopprennsport Beteiligten Aufsicht von Zucht, Training und Rennbetrieb 	www.direktorium.de www.galopp-sport.de
DVR Wirtschafts- dienste und	GERMAN RACING	1994	 Erbringung wirtschaftlicher Dienstleistungen für den Galopprennsport (Mediale Vermarktung, Sponsoring, PR, Vertrieb Pferdewette, Handelsgeschäfte) Verwaltung und Steuerung von Vermarktungsrechten 	www.german-racing.com
Beteiligungs-GmbH			(insbesondere auch via IT-Lösungen/Online-Kanäle) • Beratung von Interessengruppen des Rennsports	
	GERMAN RACING		Betrieb von Buchmachergeschäft und Online-Wett- plattformen sowie Betrieb von Spielautomaten	
DVR Wettbetriebs GmbH		2009	 Beteiligung an Buchmachergeschäften und Online- Wettplattformen 	www.german-racing.com
			 Beratung/Dienstleistungen für Glücksspielunternehmen 	
Desites an archelens			Zusammenschluss und Interessenvereinigung der deutschen Vollblutzüchter und -besitzer	
Besitzervereinigung für Vollblutzucht und		1958	 Ziel ist die F\u00f6rderung der Weiterentwicklung von Vollblutzucht und Galopprennsport in Deutschland 	www.besitzervereinigung.de www.besitzervereinigung
Rennen e.V.			 Angebot verschiedener Dienste und Vorteile für Mitglieder (u.a. Versicherungen, Informationen etc.) 	-ev.de

Quelle: Webrecherche



Kurzprofile wesentlicher Organisationen des deutschen Galopprennsports (2/3)

Name	Logo	Gründung	Gründung Kurzbeschreibung	
German Thoroughbred Marketing GmbH	german THOROUGHBRED marketing	2009	 Zentrale Agentur zur internationalen Vermarktung der deutschen Vollblutzucht; im vollständigen Besitz der Besitzervereinigung Wesentliche Aktivitäten sind das Sponsoring von Rennen, die Verbreitung von Werbemitteln sowie die enge Kooperation mit führenden deutschen Gestüten sowie internationalen Verkaufsplattformen 	www.german- thoroughbred.com
Deutscher Trainer- und Jockey-Verband n/a e.V.		1950	 Berufsverband und Interessenvertretung der Trainer und Berufsrennreiter im Galopprennsport Koordination der Ausbildung für Pferdewirte mit Schwerpunkt Rennreiten Interessenvertretung auf europäischer Ebene über die Europäische Trainer-Vereinigung 	
Verein deutscher Besitzer- trainer e.V.		1982	 Interessenvertretung der Besitzertrainer innerhalb des Galopprennsports Wesentliche Ziele sind die Förderung des Galopprennsports und der Vollblutzucht sowie die Wahrung der "inneren Sauberkeit" der Besitzertrainerschaft 	www.besitzertrainer.com
Verband deutscher Amateur- Rennreiter e.V.		1906	 Interessenvertretung aller Amateurrennreiter und Amateurrennreiterinnen in Deutschland Förderung des reiterlichen Nachwuchses sowie Unterstützung von Amateurrennen Durchführung regelmäßiger Veranstaltungen für die Verbandsmitglieder 	www.amateurrennsport.de

Quelle: Webrecherche



Kurzprofile wesentlicher Organisationen des deutschen Galopprennsports (3/3)

Name	Logo	Gründung	Kurzbeschreibung	Webseite
BGG Betriebs-			Zusammenschluss der wichtigsten Rennvereine in Deutschland	
gesellschaft der Galopp-Rennvereine	BETRIEBSGESELLSCHAFT GALOPP	1987	 Interessensvertretung der Rennvereine in den Gremien des Galopprennsports 	www.galopprennvereine.de
mbH			 Förderung von Kooperation und Abstimmung unter den Rennveranstaltern 	
			Bundesweit lizenziertes Buchmacherunternehmen im Besitz der BGG	
German Tote GmbH & Co. KG	GERMAN TOTE Faszination Galopp	2003	 Kooperation mit dem deutschen Trabrennsport und ausländischen Rennsportverbänden und Totalisatorunternehmen 	www.germantote.de
			Vermittlung von Wetten in ausländische Totalisatoren	
			Führendes deutsches Auktionshaus für Vollblut- Rennpferde	
Baden-Badener Auktionsgesellschaft (BBAG) e.V.	BBAG	1963 (Vorläufer)	 Veranstaltung von 3 großen Auktionen pro Jahr: die Frühjahrs-Auktion für Rennpferde in Training, dieJährlings-Auktion im Sommer sowie die Oktober- Auktion zum Abschluss der Saison 	www.bbag-sales.de

© 2013 GERMAN RACING Next Generation e.V.





4 Schritte zum eigenen Vollblutpferd

1 Kauf

Kaufmöglichkeiten:

- Öffentliche Auktion (z.B. BBAG, Goffs, Tattersalls, Argana)
- Vollblutagent
- Trainer
- Pachten
- Privater Kauf (direkt von anderem Trainer/Züchter)
- Wesentliche Entscheidungskriterien beim Kauf:
 - Pedigree (Stammbaum), siehe auch pedigreequery.com
 - Tierärztliches Zeugnis
 - Erscheinungsbild
 - Bisherige Rennleistung (sofern kein Jährling)
 - Berechtigung zum Erhalt der Züchter-Prämie

Wahl eines Trainers

- Es gibt in Deutschland ca. 150 lizenzierte Trainer. Die Wahl eines Trainers ist eine persönliche Entscheidung, sollte sich jedoch an folgenden **Kriterien** orientieren:
 - **Budget** (ca 10.000 **EUR Trainingskosten** p.a., zzgl. Boxen- und Bahnmiete, Hufschmied- und Tierarztkosten, Transporte und Nenngelder für Rennen)
 - Trainingsort (bei häufigem Besuch des Pferds empfiehlt sich ein Trainer in der Nähe)
 - Persönlicher **Eindruck**

Wahl der Besitzform

- Es gibt im Wesentlichen 2 mögliche Besitzformen:
 - **Alleinbesitz:** Das Pferd läuft unter dem Namen des Besitzers: Einzel-person, Stall oder Gestüt
 - Racing Club/Rennsvndikat/Besitzergemeinschaft: Kann aus beliebig vielen Personen und/oder Organisationen bestehen, die ihre gemeinsamen Aktivitäten und Investitionen vertraglich sollten. Eine Person oder ein Gremium vertritt die Gemeinschaft dabei in der Regel gegenüber den Rennsportinstitutionen

Registrierung

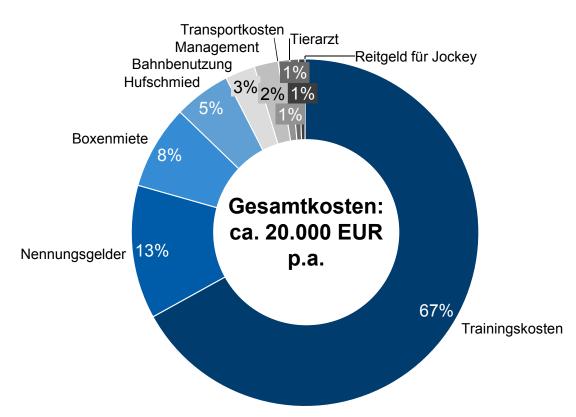
- Eine Registrierung beim Direktorium für Vollblutzucht und Rennen ist verpflichtend für Besitzer. Im Wesentlichen geht es dabei um 3 Punkte:
 - Besitzeintragung: Das DVR führt das Allgemeine Deutsche Gestütbuch, in dem alle Vollblüter mit Namen eingetragen werden
 - Rennfarben: Jedes Pferd trägt im Rennen die Rennfarben seines Besitzers, die ebenfalls eingetragen werden
 - Konto: Jeder Besitzer unterhält beim Direktorium ein Konto. über das üblicherweise der Zahlungsverkehr des Rennsports abgewickelt wird





Unterhalt eines Vollblutpferds

Typische Unterhaltskostenverteilung eines Rennpferds p.a.¹⁾



1) Netto-Angaben für das Jahr 2011; beispielhafte Übersicht für ein junges Pferd "mit Perspektive": 2 gelaufene Rennen (Non-Black Type), ganzjähriges Training, Management von April bis einschl. Oktober (während der Renn-Saison); Versicherungskosten für junges Pferd vernachlässigbar, da erst ab signifikanten Rennerfolgen relevant

Quelle: Direktorium für Vollblutzucht und Rennen e.V.; Gestüt Görlsdorf; Besitzervereinigung für Vollblutzucht und Rennen e.V.

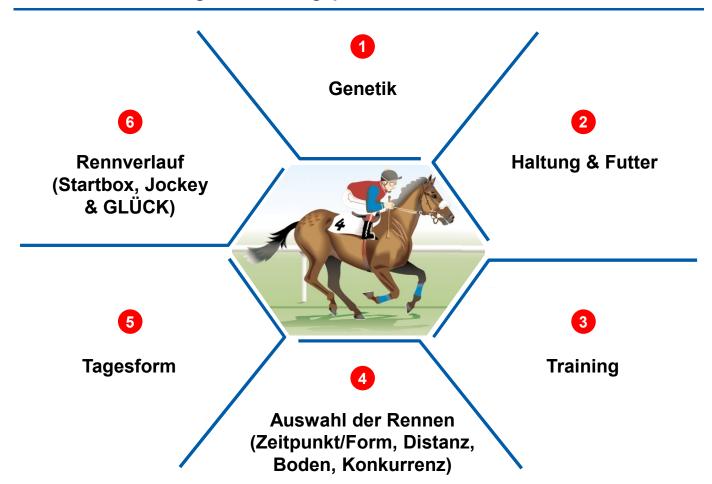
- Mit Abstand größter Block sind die **Trainingskosten** (ca. 2/3 der Gesamtkosten p.a.)
- · Weitere große Kostenpositionen sind Nennungsgelder (i.d.R. 1,5% des Rennpreises), Boxenmiete und **Hufschmied** (alle 3 zus. i.d.R. ca. 25% der Kosten p.a.)
- Die übrigen Kosten betragen hingegen i.d.R. <10% der Gesamtkosten p.a.
- Diesen Kosten stehen nur 2 wesentliche Einnahmequellen gegenüber: Geldpreise für erfolgreiche Rennplatzierungen und Züchterprämien
- Insgesamt werden jährlich ca. 20 m EUR an Geldpreisen ausgeschüttet, im Schnitt ca. 6.000 EUR je gelaufenes Rennpferd (in Deutschland)
- Sieglose Rennen sind i.d.R. mit ca. 5.000 EUR dotiert, Listenrennen mit ca. 30.000 EUR und Grupperennen mit Preisgeldern von ca. 55.000 EUR (Gr. 3), 70.000 EUR (Gr. 2) bzw. >100.000 EUR (Gr. 1) – beim Deutschen Derby sogar mit ca. 500.000 EUR
- Dabei entfallen auf den 1. Platz i.d.R. 60% der Siegprämie und auf die Plätze 2 und 3 zusammen 40%
- Vom gewonnen Preisgeld erhält der Besitzer 82%, der Trainer 10%, der Jockey 5% und das DVR 3%
- Außerdem erhalten **Züchter** von siegreichen Pferden Zuchtprämien aus dem Zuchtfonds des DVR: 24% des Geldpreises für 2- bis 3-jährige, 20% für 4- bis 5-jährige und 10% für 6-jährige bzw. noch ältere Rennpferde





Wesentliche Leistungs- und Erfolgsparameter eines Vollblutpferds

Wesentliche Leistungs- und Erfolgsparameter



Bemerkungen

- Entscheidender Faktor für Leistung und Erfolg eines Rennpferds ist zunächst die Genetik, die sich im sogenannten Pedigree manifestiert (siehe auch pedigreequery.com)
- Während der ersten Jahre sind darüber hinaus optimale Haltung (Umgebung, Futter, Veterinärversorgung) und professionelles Training wichtige Einflussgrößen
- Da jedes Rennpferd ein eigenes Leistungsprofil aufweist, ist die Auswahl eines Rennens ebenfalls ein wesentlicher Erfolgsparameter
- Am Renntag sind vor allem Tagesform und Rennverlauf entscheidend – und nicht zuletzt Glück

Quelle: Kölner Renn-Verein 1897 e.V.; Interviewergebnisse © 2013 GERMAN RACING Next Generation e.V.





Ausgewählte Megatrends in Sport, Wirtschaft und Gesellschaft¹⁾

Übergreifende Megatrends

- "The Female Century"
- Demografischer Wandel
- Digitalisierung und Innovation
- Nachhaltigkeit und Verantwortung
- "On Demand" / "XaaS" als Leitprinzip
- · Social Media

Trends in Sport/Wirtschaft

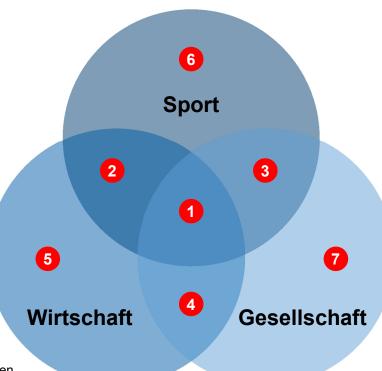
- Sport als Business
- Professionalisierung des Sport Management
- Inszenierung des Sport als Event
- · Internationalisierung mit Fokus auf **Emerging Markets**

Trends in Sport/Gesellschaft

- · Zunehmende soziale Integrationsfunktion des Sports
- Wellness, Fitness und Gesundheit als gesellschaftliche Leitprinzipien
- · Mediale Durchdringung und Emotionalisierung

Trends in Wirtschaft/Gesellschaft

- · Aufhebung der Grenzen zwischen Privatleben und Beruf
- Kontinuierliche Veränderung und Diversifizierung der Zielgruppen
- Steigendes Anspruchsniveau von Konsumenten ("Convenience" / "Experience")



Trends in der Wirtschaft

- · Stetig wachsender Bedarf nach Differenzierung im Wettbewerb
- · "Omni-Channel" Business
- Strikte Kostendisziplin durch Automatisierung und "Lean Thinking"
- Wettbewerb integrierter Netzwerke

Trends im Sport

- · Wiss. Optimierung von Training, Leistungsdiagnostik und medizinischer Betreuung
- Trend zum Sport als Abenteuer und Erlebnis (Stichwort Extremsport)
- Technisierung des Sports

Trends in der Gesellschaft

- · Suche nach Identifikation und Orientierung
- · Zunehmender Bedarf nach Individualisierung/Differenzierung
- · Zunehmende Unverbindlichkeit
- Streben nach Perfektion und Sicherheit in allen Lebensbereichen

Quelle: Fachzeitschrift "Sportwissenschaft"; ISBS; verschiedene Strategieberatungsunternehmen; eigene Analysen

¹⁾ Kein Anspruch auf Vollständigkeit



Ausgewählte weiterführende Informationsquellen

Interne¹⁾ Infos zum dt. Galopprennsport

Jahresberichte des Direktoriums für Vollblutzucht und Rennen e.V. 2000-2011

- Stellungnahme des Direktoriums für Vollblutzucht und Rennen e.V. zum Gesetzentwurf des Bundesrates zur Besteuerung von Sportwetten
- Verkaufsprospekt zum Beteiligungsangebot SPEED für GERMAN RACING
- Vollblut Passion for Winners
- www.german-racing.com
- · www.direktorium.de
- www.besitzervereinigung.de

Externe Infos zum dt. Galopprennsport

- Ausgewählte Fachartikel zur Entwicklung von GERMAN RACING (Vollblut)
- Henkenjohann, N.: Image und Kommunikation des Galopprennsports in Deutschland
- Schneider, F./Maurhart, M.: Marktuntersuchung zum deutschen Markt für Pferderennwetten (Jahre 2005 - 2009)
- · www.turf-times.de
- · www.galopp-online.de
- www.faz.net > Suche nach "Galopp"
- www.zeit.de > Suche nach "Galopp"

Infos zum internat. Galopprennsport

- Financial Times: Special Report on Horseracing
- EPMA: The economic and social contribution of horseracing in Europe
- The Jockey Club (U.S.) / McKinsey & Company: The current state and prospective future of Thoroughbred breeding and racing in North America / Driving sustainable growth for Thoroughbred racing and breeding
- www.ifhaonline.org
- www.pmu.fr
- www.jockeyclub.com
- www.thejockeyclub.co.uk
- europe.trainermagazine.com
- · www.lovetheraces.com
- · www.thetba.co.uk
- www.parimutuel-europe.org
- · www.emiratesracing.com

Infos zu Galopprennbahnen

- The Racecourse Association: Annual Report 2012
- Horse Racing Ireland: Strategic Marketing Group Report
- Rural Industries R&D Corporation: Racetrack Mgmt.
- Kruse, Holly: Social Interaction, the Arrangement of Interior Space, and Racetrack Renovation (2003) in: Journal of Sport & Social Issues, vol. 27, no 4., pp. 330-345
- www.baden-racing.com
- · www.britishracecourses.org
- www.ua-rtip.org
- www.france-galop.com
- www.meydan.ae
- www.ascot.co.uk
- www.hkjc.com
- · www.santaanita.com
- vrc.net.au

Webseiten

1) Dachverband bzw. direkt assoziierte Institutionen/Beteiligungen © 2013 GERMAN RACING Next Generation e.V.

Publikationen