



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Soziologische Fallanalyse der Einführung einer neuen Sportart in Österreich am Beispiel der Supermotard Staatsmeisterschaft von 1997 bis 2002 und den damit verbundenen ökonomischen Effekten“

Verfasser

Andreas Reiter

angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, im Juli 2008

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 481 295

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Sportwissenschaften/Fächerkombination/Prävention
Rekreation

Betreuer:

o. Univ.-Prof. Dr. Otmar Weiß

Erklärung

Ich erkläre, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst habe und nur die ausgewiesenen Hilfsmittel verwendet habe. Diese Arbeit wurde daher weder an einer anderen Stelle eingereicht (z.B. für andere Lehrveranstaltungen) noch von anderen Personen (z. B. Arbeiten von anderen Personen im Internet) vorgelegt.

Wien, im Juli 2008

Andreas Reiter

INHALTSVERZEICHNIS

ABBILDUNGSVERZEICHNIS		5
TABELLENVERZEICHNIS.....		6
1	EINLEITUNG	7
1.1	PERSÖNLICHER ZUGANG.....	7
1.2	ZIELSETZUNG UND STRUKTUR DER ARBEIT	10
2	BEGRIFFSDEFINITIONEN UND EINGRENZUNGEN	12
2.1	BEGRIFFE AUS DER WELT DES (MOTOR)SPORTS (AUSZUG).....	13
2.2	RECHTLICHE ASPEKTE (INKLUSIVE EXKURS: GREMIEN)	20
3	ENTWICKLUNG DER SUPERMOTARD SZENE	26
3.1	ENTSTEHUNG UND INTERNATIONALE GESCHICHTE.....	26
3.2	TECHNISCHE BESCHREIBUNG VON SUPERMOTO.....	27
3.2.1	Die Technik	29
3.2.2	Der Rundkurs	30
3.2.3	Die Ausrüstung.....	32
3.2.4	Die Reglements.....	36
3.3	GESCHICHTE IN ÖSTERREICH.....	39
3.3.1	Der Beginn: 1997	42
3.3.2	Erstes Wachstum: 1998.....	43
3.3.3	Wirtschaftliches Wachstum: das Jahr 1999	44
3.3.4	Stabilisierung: das Jahr 2000	45
3.3.5	Das ORF-Jahr: 2001.....	46
3.3.6	Das professionelle Jahr: 2002	48
3.3.7	Zusammenfassung der Entwicklung	49
4	DIE BEDEUTUNG DES SPORTS FÜR DIE WIRTSCHAFT	51
4.1	SPORTÖKONOMIE	52
4.2	ABHÄNGIGKEIT ZWISCHEN SPORT UND TV	53
4.3	DARSTELLUNG DER WIRTSCHAFTLICHEN ZUSAMMENHÄNGE AM BEISPIEL ORF	58
4.4	EINKOMMENSEFFEKTE:	60
4.5	ARBEITSMARKTEFFEKTE:	61
4.6	FISKALISCHE EFFEKTE:	63
EXKURS: VORTEILE SPORTLICHER GROßVERANSTALTUNGEN		67
4.7	BEDEUTUNG VON WERBUNG UND SPONSORTÄTIGKEIT IM SPORT	69

4.7.1	Vom Mäzenatentum zum Sponsoring	70
4.7.2	Kommerzielle Abhängigkeiten.....	70
4.7.3	Sport und Politik.....	70
4.7.4	Negative Begleiterscheinungen	71
4.7.5	Der Kommunikationsprozess im Sportsponsoring	72
4.7.6	Bedeutung und Auswirkungen des Sportsponsorings für den Sport.....	72
4.7.7	Ausblick	73
5	WIRTSCHAFTLICHE EFFEKTE VON SUPERMOTO	74
5.1	BERECHNUNG VON DIREKTEN WIRTSCHAFTLICHEN EFFEKTEN.....	75
5.2	BERECHNUNG VON INDIREKTEN WIRTSCHAFTLICHEN EFFEKTEN	75
6	HYPOTHESENÜBERPRÜFUNG	77
6.1	ÜBERPRÜFUNG HYPOTHESE 1.....	77
6.2	ÜBERPRÜFUNG HYPOTHESE 2.....	77
6.3	ÜBERPRÜFUNG HYPOTHESE 3.....	78
6.4	ÜBERPRÜFUNG HYPOTHESE 4.....	78
6.5	ÜBERPRÜFUNG HYPOTHESE 5.....	79
7	ZUSAMMENFASSUNG	80
8	ABSTRACT	81
9	LITERATURVERZEICHNIS.....	83
10	ANHANG.....	91
10.1	REGLEMENT SUPERMOTARD 2001	91
10.1.1	VERANSTALTUNGEN 2001	91
10.1.2	BEWERBER UND FAHRER.....	91
10.1.3	NENNUNG.....	91
10.1.4	ZUGELASSENE FAHRZEUGE.....	93
10.1.5	AUSRÜSTUNG DER FAHRER	94
10.1.6	ABLAUF DER VERANSTALTUNG.....	94
10.1.7	TRAINING	95
10.1.8	EINTEILUNG DER RENNEN.....	95
10.1.9	START.....	96
10.1.10	FAHRREGELN	97
10.1.11	FLAGGENSIGNALE	97
10.1.12	BEENDIGUNG DES RENNENS.....	98
10.1.13	PARC FERMÉ	99
10.1.14	AUSHANG DER ERGEBNISSE	99
10.1.15	PROTEST	99

10.1.16	PREISGELDAUFTEILUNG	100
10.1.17	SIEGEREHRUNG	100
10.1.18	VERSICHERUNG	100
10.1.19	ALLGEMEIN.....	100
10.2	PROZESSPLANUNG FÜR DIE SUPERMOTARD STAATSMEISTERSCHAFTEN 2000.	103
10.3	VERANSTALTERVEREINBARUNG FÜR FREMDVERANSTALTER	104
10.4	BEISPIEL FÜR DEN MEDIENWERT VON SUPERMOTARD IM JAHR 2000	109
10.5	LEBENS LAUF DES AUTORS	110

Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG 1: DIRTTRACKRENNEN	28
ABBILDUNG 2: SUPERMOTO FAHRER IM DRIFT	29
ABBILDUNG 3: KTM SUPERMOTO SERIEN-MOTORRAD	30
ABBILDUNG 4: SUPERMOTO STRECKE BAD FISCHAU	32
ABBILDUNG 5: EINTEILIGER LEDER-SUPERMOTO-ANZUG	33
ABBILDUNG 6: MOTOCROSS HELM	33
ABBILDUNG 7: BRILLE FÜR SUPERMOTO	34
ABBILDUNG 8: STIEFEL FÜR SUPERMOTO	35
ABBILDUNG 9: HANDSCHUHE FÜR SUPERMOTO	35
ABBILDUNG 10: ZAHL DER RENNNEN, RENNNKLASSEN UND TEILNEHMERZAHLEN, 1997 BIS 2008	50
ABBILDUNG 11: WERTSCHÖPFUNGSNETZWERK SPORT	55
ABBILDUNG 12: KAUFKRAFTEFFEKTE DES SPORTS	60
ABBILDUNG 13: DIREKTE BESCHÄFTIGUNGSEFFEKTE - SPORT IM ENGEREN SINN	61
ABBILDUNG 14: DIREKTE BESCHÄFTIGUNGSEFFEKTE - SPORT IM WEITEREN SINN	62
ABBILDUNG 15: BESCHÄFTIGUNGSEFFEKTE DES SPORTS IN ARBEITSPLÄTZEN	63
ABBILDUNG 16: WIRKUNG DER MULTIPLIKATOREFFEKTE AM BEISPIEL EINES MEDIENUNTERNEHMENS (ORF)	65
ABBILDUNG 17: MIKRO- UND MAKROÖKONOMISCHE ASPEKTE SPORTLICHER GROßVERANSTALTUNGEN	69

Tabellenverzeichnis

TABELLE 1: ENTWICKLUNG VON TEILNEHMERN, RENNKLASSEN UND ZAHL DER RENNEN	49
TABELLE 2: ÖNACE KLASSIFIKATION "SPORT IM ENGEREN SINN"	56
TABELLE 3: ÖNACE KLASSIFIKATION "SPORT IM WEITEREN SINN"	57
TABELLE 4: GESAMTE WERTSCHÖPFUNGSEFFEKTE IN MIO. EURO	65
TABELLE 5: VORTEILE SPORTLICHER GROßVERANSTALTUNGEN	67
TABELLE 6: EINNAHMEN UND AUSGABEN DES VEREINS SMC AUSTRIA 1997 BIS 2002	74
TABELLE 7: BRUTTOWERTSCHÖPFUNG SMC AUSTRIA 1997 BIS 2002	75
TABELLE 8: GESAMTE WERTSCHÖPFUNGSEFFEKTE DES SPORTS IN ÖSTERREICH IN MIO. EURO	75
TABELLE 9: SUMME DER WERTSCHÖPFUNG DURCH SMC AUSTRIA 1997 BIS 2002.....	76
TABELLE 10: ZUSAMMENFASSUNG DER SUPERMOTO ENTWICKLUNG IN ÖSTERREICH.....	78

1 Einleitung

1.1 Persönlicher Zugang

Auf Basis meiner Erfahrungen bei der Einführung einer neuen Sportart entstand die Idee, als Abschluss meines Studiums der Sportwissenschaften dazu eine Diplomarbeit zu erarbeiten.

Diese Arbeit soll allgemein verständlich, grundlegend, einerseits, die Einführung von „Supermotard“ in Österreich aus Praxissicht dokumentiert, andererseits auch die geschichtlichen Hintergründe mit ausführlichem Überblick über Begriffsbestimmungen zur Thematik, die wirtschaftliche Basis anhand der Bedeutung von Sponsoring und Marketing im Sport beleuchtet sowie den volkswirtschaftlichen und soziologischen Anteil von Sport in der Gesellschaft abbilden.

Da die Einführung einer neuen Sportart, sei es auf regionaler, nationaler oder internationaler Ebene mit vielfältigen Problemstellungen und Aufgaben verbunden ist, soll die Diplomarbeit auch als Leitfaden bzw. Hilfestellung für die Einführung einer neuen (Motor)Sportart dienen. Wobei grundsätzlich die Definition der Aufgabe der Sportsoziologie lt. Weiss und Heinemann gilt:

„Sportsoziologie ist jene Wissenschaft, die sich mit der Erforschung sozialen Handelns (sozialen Strukturen, Prozesse etc.) im Sport sowie mit den Wechselwirkungen zwischen Gesellschaft und Sport befasst. Sportsoziologie ist eine auf Theoriebildung ausgerichtete, streng empirische Disziplin.“ (Weiss, 1999, S. 23)

„Aufgabe einer Soziologie des Sports ist es, wie mit einer Lupe in immer größeren Detailaufnahmen ein immer ein genaueres Bild jenes Sektors zu gewinnen, das mit dem Begriff „sozio-kulturelle“ Faktoren umschrieben wird.“ (Heinemann, 1998, S. 12)

Somit soll die Diplomarbeit auch kein allgemein gültiges Werk für die generelle Einführung von neuen Sportarten darstellen, sondern einerseits den theoretischen Hintergrund und den praktischen Ansatz für die oben erwähnte „Detailaufnahme“ der Sportart „Supermoto“ bilden, und andererseits, gemäß unten angeführten Auszug, einen

konzeptionellen, theoretischen Beitrag zur, sehr jungen Wissenschaft der Sportsoziologie liefern.

„Die Sportsoziologie befindet sich nach wie vor im Stadium der Definition bzw. Beschreibung und Klassifikation; sie ist erst am Weg, theoretische Konzepte zu entwickeln, die es erlauben, die Sozialwelt des Sports zu erforschen und ihre vielfältigen Abhängigkeiten und Prägungen von kulturellen Wertsystemen und gesellschaftlichen Gegebenheiten so wie Wechselwirkungen mit anderen Institutionen wie Familie, Politik, Wirtschaft, Massenmedien etc. aufzuzeigen.“ (Weiss, 1999, S. 23)

Wieso gerade Motorradsport?

Da mich seit meiner Jugend weltbekannte Motorsportler wie Kenny Roberts, Berry Sheen, Randy Mamola, Eddy Lowson, Wayne Rainy, Kevin Schwanz, Wayne Gardner Max Biaggi, Valentino Rossi usw. schon immer faszinierten und ich auch schon frühzeitig den Motorradsport kennen lernte (Motor Cross vor Erreichung des 19. Lebensjahres, ab 19 Jahren Yamaha Cup Meister 1991, Vizemeister 1992 und auch brauchbare internationale Ergebnisse in der 125 ccm Klasse), war es nahe liegend diese Erfahrungen mit der theoretischen Basis des Studiums der Sportwissenschaften in einer wissenschaftlichen Arbeit zu verknüpfen.

Ausschlaggebend für die von mir durchgeführte Initiierung von „Supermoto“ in Österreich waren ursprünglich Berichte in namhaften Fachsjournalen wie „Motorrad“ über die „Super-Prestige-Klasse“ (Es war kein geringerer als Eddy Lowson der immer wieder siegte. Niemand verstand wie „Staddy Eddy“ jenseits der 150 km/h zu driften begann was wahre Begeisterungstürme auslöste) in welcher die damals besten aus 3 Sportarten gegeneinander antraten.

Da in Österreich noch keine sog. Supermotard-Szene etabliert war und das Umfeld aufgrund der unten genannten Punkte äußerst günstig erschien

- Es war eine gewisse Trendwende eingeleitet, der Motorradstraßenrennsport war beinahe nicht mehr zu finanzieren (die Fahrer wurden immer weniger und die Nenngelder immer höher)

- Beim Moto Cross verhielt es sich ein wenig anders. Aufgrund des hohen körperlichen Einsatzes führten eine Hand voll Profis oder Semiprofis die Rennen an und Amateure konnten so gut wie nicht mehr mithalten
- Der Speedway Sport war vom Aussterben bedroht
- Supermotard vereinte diese drei Sportarten zu einer
- Ich sah Supermotard als eine Marktlücke in Österreich (Jung, dynamisch und effizient entsprach es genau dem Trend dieser Zeit)
- Die Sportart war für einen Motorradrennsport sehr kostengünstig, man benötigte keine permanente Rennstrecke, aufgrund der flexiblen Streckengestaltung konnte man eine nie da gewesene Publikumsnähe garantieren
- Die Sponsorenpräsentation konnte ebenfalls um vieles attraktiver gestaltet werden als auf langen Straßen bei Strassen oder Bergrennen. Supermoto war viel übersichtlicher und hatte fast Stadion Charakter.

wurde der Beschluss gefasst nach Finden eines namhaften Sponsors eine neue Sportart in Österreich einzuführen.

Die Resonanz dort war viel besser als erwartet. Alle angesprochenen Personen waren von der Idee sehr angetan und erklärten sich bereit sich an einer Supermotard Meisterschaft beteiligen.

Somit wurde zum Start ein Verein namens „Supermotard-Club-Austria“ kurz SMC gegründet.

Unsere Philosophie war, engagierten und schnellen Fahrern die Möglichkeit zu geben, national, aber auch international Fuß zu fassen.

1.2 Zielsetzung und Struktur der Arbeit

Die Einführung einer neuen Sportart stellt eine große Herausforderung da. Der Bekanntheitsgrad am Anfang ist gering, daher Sponsoren kaum vorhanden, ebenso wenig wie Publikumsbreite Berichterstattung. Im Rahmen der Arbeit werden am Beispiel „Supermotard“ diese Herausforderungen untersucht sowie mögliche ökonomische Effekte durch die Einführung im Ansatz aufgezeigt.

Der erste Teil der Arbeit befasst sich, neben der Darstellung, was Supermotard ist, mit der Einführung einer neuen Sportart (inklusive Lobbying und Marketing), das heißt, welche Schritte in diesem Fall erfolgreich waren und welche Schritte auch verallgemeinerbar sind für andere Sportarten.

Der zweite Teil der Diplomarbeit untersucht primäre wirtschaftliche Effekte der Einführung und des Betriebs der Sportart Supermotard (z. B. wirtschaftliche Effekte durch Umbauten von Motorrädern, durch Servicearbeiten, Übernachtungen von Fahrern und Teams, Treib- und Schmierstoffe, Anzeigen und Werbeschaltungen, etc.) sowie sekundäre Effekte (so genannte „indirekte“ Effekte – analog zur Arbeit des Industriewissenschaftlichen Instituts Wien zu den wirtschaftlichen Auswirkungen des Sports in Österreich) und trifft auch einen Ansatz der Konsumeffekte, die durch die neue Sportart ausgelöst werden. Damit kann gezeigt werden, wie eine neue Sportart die österreichische Wirtschaft positiv beeinflusst. Diese Ergebnisse können sich als wichtig für das Lobbying im Motorsport heraus stellen.

Da für die ursprüngliche Einführung einer neuen (Motor)Sportart wie „Supermotard“ in europäischen Raum kaum Literatur vorhanden ist, gibt der Autor nach ausführlicher Darstellung der theoretischen Grundlagen und der betriebswirtschaftlichen Grundlagen im Bereich des Marketing und Sponsoring, seine eigenen Erfahrungswerte im Mittelteil der Arbeit wieder.

Ziel der Arbeit ist das Herausarbeiten von Herausforderungen bei der Einführung einer neuen Sportart in Österreich sowie das Herausarbeiten von Marketing- und Lobbying Erfordernissen.

Auf Basis der Vorkenntnisse des Autors wurden folgende Hypothesen für die Diplomarbeit erstellt:

Hypothese 1:

Muster bei der Einführung einer Sportart können erkannt werden und sind auch verallgemeinerbar auf andere Sportarten.

Hypothese 2:

Gute Kooperationen mit Sportjournalisten sind unbedingt notwendig bei Einführung einer Sportart

Hypothese 3:

Es ist möglich, eine Sportart rasch einzuführen und damit ein rasches Fahrer- und Publikumswachstum zu erreichen

Hypothese 4:

Bei der Einführung einer neuen Sportart ist große Flexibilität notwendig, da sich Rahmen- und Planungsbedingungen laufend ändern

Hypothese 5:

Die Einführung der Sportart „Supermotard“ brachte bedeutende wirtschaftliche Effekte mit sich

2 Begriffsdefinitionen und Eingrenzungen

Sport ist mit all seinen Formen ein wichtiger Teil unseres gesellschaftlichen Lebens geworden sowie – zusammen mit guter Schulung – zu einer der besten Integrationsmöglichkeiten von zugewanderten Menschen aus aller Welt. Die fast unerschöpflichen und sehr vielfältigen Möglichkeiten, mit Phantasie und Erfindungsgeist immer wieder neue Formen zu schaffen und Regeln aufzustellen, bringen laufend Neues und Trendiges auf den Markt (Warnke/Phieler, in: Trendsportarten, 2006, V).

Traditionelle Volkssportarten gewinnen wieder Interesse und Zulauf, sog. Trendsportarten konnten und können durch Präsenz der und Dynamik der Medien schnell breite Bevölkerungskreise und vorausschauende Sponsoren erreichen. (Schewe/Rohlmann, 2005, S. 7)

Mit der Thematik der Trendsportarten ist seit jeher auch der Motorsport verbunden wie schon Heinz Erblich in seinem Werk „Motorrad Renntechnik“ von 1927 in der Einleitung feststellt:

„Das Motorrad ist ein ausgesprochenes Sportfahrzeug, dessen Benutzung vor allem die jüngere Sportwelt für sich beansprucht. Die Entwicklung und Belebung dieses Sportes wäre ohne Wettbewerbe aller Art nicht denkbar. Der Motorradfahrer will daher auf seine sportliche Betätigung nicht verzichten. Die große Zahl der Motorradklubs entfaltet demgemäß in jedem Jahre eine rege Tätigkeit auf dem Gebiet des Motorsports nach dem Vorbilde Englands, wo die Motorradkonkurrenzen bereits eine nationale Angelegenheit geworden sind. Es ist daher nicht verwunderlich, wenn der Motorradfahrer seine Maschine nach sportlichen Gesichtspunkten auswählt und ausrüstet. Ist er doch durch die Erwerbung einer Lizenz jederzeit in der Lage, sein Können und dasjenige seiner Maschine in den verschiedenen Wettbewerben seines Clubs oder bei größeren Veranstaltungen auszuprobieren.“ (Erblich, in: Motorrad-Renntechnik, 1927, S. 9)

Ob sich jedoch die relativ junge Sportart „Supermoto“ zu einem „Trend“ entwickeln wird ist derzeit noch offen.

Einerseits sind trotz steigendes Haushaltseinkommen die Startinvestitionen von ca. 15.000,- EUR (sowie die laufenden Kosten wie Wartung, insbesondere Reifen, Reiseaufwendungen etc.) nicht unbeträchtlich, (Interview mit Ingo Partsch, ÖAMTC

Motorsport vom 19.06.2008) andererseits bewegt sich der Trend u. a. in die Richtung einer Zunahme der Verlagerung des Sporttreibens in Räume (Schihallen, Fitnesscenter, Erlebnisbäder etc.) und der Abweichen von Angebotzeiten (z. B. Austragungszeiten) zwischen und Zeitwünsche der Freizeitsporttreibenden (Wunsch nach zeitlicher Selbstbestimmung). (Wopp, 1995, S. 203-205)

Weiters ist eine dementsprechende „Inszenierung“ (vgl. Kapitel 4.2, Abhängigkeit zwischen Sport und dem Fernsehen), neben der Produktinnovation (z.B.: eigenes Gerät für Supermotard) und der Verknüpfung von Trends (Kombinatorik aus Motocross und Straßenrennen) heutzutage ein immens bedeutender Aspekt einer erfolgreichen Etablierung einer Sportart als „Trendsportart“. (Wopp, 2006, S. 491)

2.1 Begriffe aus der Welt des (Motor)Sports (Auszug)

Zum Einstieg in die Thematik ist es jedoch, aufgrund der Gewährleistung des Verständnisses, notwendig die spezifischen Begrifflichkeiten zu erklären.

Als Basis für die Definitionen wurde, soweit keine anderen Quellen angegeben, vom Autor die 21. völlig neu bearbeitete Auflage der „Brockhaus Enzyklopädie“ (Brockhaus Enzyklopädie 2006: 21., völlig neu bearbeitete Auflage) sowie zur grundlegenden Definition von Sport die Erklärung des „Deutschen Olympischen Sport Bundes“ ausgewählt bzw. in teilweise gekürzter Wiedergabe herangezogen und mit der Internet Version des „Dudens“, www.duden.de, verifiziert.

Amateur: [ama'tør, französisch], Sport: Sportler, der seinen Lebensunterhalt nicht aus dem Sport bestreitet. Der Begriff ist umstritten, v. a. weil eine Abgrenzung zum Berufssportler in vielen Sportarten fließend ist. Üblich geworden sind Aufwandsentschädigungen (Fahrtkosten, Tagegelder u. a.), Materialkostenübernahme (v. a. durch Unternehmen) und die teilweise oder völlige Sicherung des Lebensunterhalts während der Zeit der sportlichen Betätigung. (Vertragsamateur, Vertragsspieler).

Berufssportler: in der Rennpraxis sind das jene Teilnehmer, die den Sport hauptberuflich ausüben; Supermoto wird zum größten Teil von Amateuren ausgeübt, wobei der Anteil der Berufssportler in den letzten Jahren leicht angestiegen ist, auch durch das vermehrte Auftreten von Sponsoren, die Berufssport erst ermöglichen (Aufzeichnungen des Autors).

Dirttrackrennen: [ʔ-, englisch-deutsch], Dirt-Track-Rennen, Motorrad- oder Radrennen auf Schlacken- oder Aschenbahnen.

Grip: [englisch »Griff«], Kraftfahrzeugtechnik: technische Griffigkeit von Reifen (Bodenhaftung); beschreibt die Haftreibung des Reifens auf dem Untergrund. So erzielt man z. B. bei Formel-1-Rennwagen einen maximalen Grip durch Aufheizen der Reifen vor dem Rennen.

Marketing (im Sport): (Auszug aus der Diplomarbeit zum Thema „Sportmarketing im Zweiradbereich“, dargestellt am Beispiel der Biker's Best GmbH.. (Heitzmann, K. 1997, o. S.).

Marketing wird in der Literatur, auch betriebswirtschaftlich, unterschiedlich definiert:

Marketing als die bewusste Führung des ganzen Unternehmens vom Markt her im Sinne einer umfassenden marktorientierten Führungskonzeption ist im Prinzip nichts anderes als eine rationelle Antwort auf grundlegend veränderte Marktverhältnisse. (Becker, 1988, S.1)

Nach Lechner/Egger/Schauer ist Marketing als Konzeption der Unternehmensführung zu verstehen, bei der im Interesse der Erreichung der Unternehmensziele alle betrieblichen Aktivitäten konsequent auf die gegenwärtigen Erfordernisse der Märkte ausgerichtet werden. (Lechner/Egger/Schauer, 1989, S. 391)

Freyer verfasste die nachstehende Definition: Marketing bezeichnet eine Führungskonzeption, welche die Orientierung an Marktgegebenheiten (Konsumentenwünsche, Angebotsstrukturen) und Umfeldtrends in den Vordergrund stellt (unter Berücksichtigung der allgemeinen Ziele der Institution). (Freyer, 1991, S. 4)

Nach Nieschlag/Dichtl/Hörschgen wird Marketing jedoch als Ausdruck eines marktorientierten Denkstils verstanden, der sich durch eine schöpferische, systematische und zuweilen auch aggressive Note auszeichnet. (Nieschlag/Dichtl/Hörschgen, 1988, S. 8)

Letztlich kann Marketing als eine Art Verhaltensmodell betrachtet werden, das die Änderungen der Wünsche des Marktes, d. h. der Käufer, berücksichtigt und versucht, systematisch den Markt zu beeinflussen und zu gestalten. (Schenk/Donnerstag/Höflich, 1990, S. 1)

Motocross: Für Schnelligkeits- und Geschicklichkeitsprüfungen im Geländefahren auf 1500 bis 2500 m langen Geländerennbahnen (Rundstrecke) mit natürlichen Hindernissen z.B. Rinnen, Steilhängen, Sand- und Schlammabschnitten, sowie künstl. Erschwernissen wie ausgesteckten Kurven. Gefahren wird in den Soloklassen bis 125 cm³, bis 250 cm³, bis 500 cm³ und in den Seitenwagenklassen bis 500 cm³ (Zweitaktmotoren) bzw. 1000 cm³ (Viertaktmotoren)...

Motodrom: ...für den öffentlichen Straßenverkehr gesperrte, geschlossene Straßenanlage (Rundstrecke) für Motorsportveranstaltungen; stadionähnlich angelegt und von den Zuschauern ganz oder größtenteils übersehbar...

MotoGPKlasse: ...Kurz-Bezeichnung für „Moto-Grand-Prix-Klasse“

Motorradsport: Teil des Motorsports für einspurige (Solo-)Fahrzeuge mit zwei Rädern und für zwei- bzw. dreispurige Fahrzeuge mit drei Rädern (Seitenwagen, früher: Gespanne), auch als Rennmaschinen bezeichnet. Der M. umfasst Geschwindigkeits-, Gleichmäßigkeits- und Geschicklichkeitswettbewerbe, unterteilt in verschiedene Disziplinen. Die für die einzelnen Disziplinen unterschiedlich gebauten Fahrzeuge sind meist nach Hubraumklassen eingeteilt, um sie in den Wettbewerben vergleichbar zu machen...

Motorsport: Sammelbezeichnung für alle mit motorgetriebenen Land- oder Wasserfahrzeugen betriebenen Sportarten (Automobil-, Motorrad-, Motorbootsport). Zum internationalen Motorradsport gehören u. a. Straßenrennsport (Racing), Leistungsprüfungssport (Enduro), Speedway und Eisspeedway; zum Automobilsport u. a. Straßenrennsport (Racing), Rallye- und Tourenwagensport, Auto- und Rallyecross und Kfz-Veteranensport; zum Motorbootsport Motorbootrenn- (Regatten auf einem durch Wendebojen markierten Rundkurs von 1 500 bis 2 000 m Länge in mehreren Läufen) und Offshoresport, im weiteren Sinn auch der Wasserskisport. Im Breitensport haben sich national weitere Disziplinen, z. B. der Turniersport, entwickelt. - Im Motorradsport ist international die Fédération Internationale Motocycliste (FIM, Sitz: Mies [Kanton Waadt, Schweiz]) höchstes Organ, im Automobilsport die Fédération Internationale de l'Automobile (FIA, Sitz: Paris), im Motorbootsport die Union Internationale Motonautique (UIM, Sitz: Monte Carlo).

Powerslide: ['; englisch »Krafrutschen«] das, Automobilrennsport: Kurventechnik, bei der der Fahrer das Fahrzeug, ohne die Geschwindigkeit zu vermindern, seitlich in die Kurve rutschen lässt, um es mit möglichst hoher Geschwindigkeit geradeaus aus der Kurve herausfahren zu können.

Promotion: [lateinisch] die, ['; englisch], Marketing: Salespromotion, Verkaufsförderung.

Rennteam: früher **Rennstall**, Motorsport: das → Team

Schutzhelm: aus widerstandsfähigem Kunststoff oder Ähnlichem bestehende, geprüfte Kopfbedeckung zur Stoßdämpfung bei Stürzen (daher umgangssprachlich auch »Sturzhelm« genannt), Sicherung gegen herabfallende Gegenstände, Feuerwehrschutzhelme durch Außenflächenverspiegelung zusätzlich gegen Hitze. - Schutzhelme können als Integralschutzhelme mit Schirm, Visier, Kiefer- und Nackenschutz ausgerüstet sein. - Im Sport ist bei Wettkämpfen das Tragen von Schutzhelmen (in modifizierten Ausführungen) u. a. in folgenden Sportarten beziehungsweise -disziplinen vorgeschrieben: alpiner Skisport (Abfahrtslauf, Super-G), Eishockey (auch für Schiedsrichter), Gleitschirmfliegen und Hängegleiten, Pferdesport (Galopprennen, Springreiten, Vielseitigkeit), weiterhin im American Football (Schutzhelm mit integriertem Gesichtsschutzgitter), Baseball (für »Catcher« [Schutzhelm mit integriertem Gesichtsschutzgitter] und »Batter«), Bobsport, Fallschirmsport, Freestyle (Kunstspringen), **Motorsport**, Paraski (Zielspringen), Radsport, Rennrodeln, Shorttrack, Skateboarding (Halfpipe), Skibob, Skijöring und Skispringen. Darüber hinaus tragen die Torhüter beim Eishockey Schutzhelm mit integrierter Gesichtsschutzmaske, beim Hockey mit integriertem Gesichtsschutzgitter und Kehlkopfschutz.

Slicks: [englisch slick »schlüpfrig«] Plural, Slickreifen, Automobilrennsport: Rennreifen.

Speedwayrennen: ['-, englisch], mit Spezialmotorrädern auf meist 400 m langen Aschenbahnen betriebenes Rennen über jeweils 2 000 m. Ein Speedwayrennen wird in mehreren Läufen zu je vier Fahrern mit Punktwertung für die Laufplatzierung ausgetragen. Jeder Fahrer bestreitet mindestens fünf Läufe gegen andere Konkurrenten. Der Sieger jedes Laufs erhält drei Punkte, der Zweitplatzierte zwei und der Dritte einen Punkt. 1936 fand die erste Welt-, 1959 die erste Europameisterschaft statt. - Eine Abart ist Eisspeedway.

Sponsor: ...jemand der jemanden oder etwas unterstützt, fördert; zumeist ein Unternehmen, das jemanden oder etwas finanziell und/oder durch Sach- bzw.

Dienstleistungen unterstützt, um dafür werblichen oder ähnlichen Zwecken dienende Gegenleistungen zu erhalten (z. B. im Sport).

Sponsoring: Zuwendung von Finanzmitteln, Sach- oder Dienstleistungen durch einen Geber, meist ein Unternehmen (Sponsor), an Einzelpersonen, Personengruppen, Organisationen oder Institutionen gegen Gewährung von wirtschaftlichen Rechten an der Person bzw. Institution des Gesponserten (z. B. der Verwendung des Bilds oder der Nennung des Namens im Unternehmenszusammenhang) für Zwecke des Marketings des Sponsors, bes. der Kommunikationspolitik, auf der vertragliche Vereinbarung (Sponsorship). Durch das geschäftliche Motiv des Sponsors grenzt sich das Sponsorship vom Mäzenatentum bzw. Spendenwesens ab ...

... Die Erscheinungsformen des S. sind vielfältig. Aus Sicht der Sponsoren lässt sich das S. v. a. nach folgenden Kriterien klassifizieren: ...

... (z.B. Förderung von Breitensport, Freizeitkünstlern oder Nachwuchswissenschaftlern bzw. von Hochleistungssportlern und Spitzenforschung)

Aus Sicht der Gesponserten lassen sich Sponsoring-Aktivitäten v. a. nach Art der Gegenleistung klassifizieren (z. B. personenbezogene Trikotwerbung, Werbung an Sportgeräten, Aufdrucke auf Eintrittskarten, Einsatz des Gesponserten bei der Produktpräsentation oder in der Anzeigenwerbung, Nutzungsrechte für Prädikaten und Embleme, Benennung des S.-Objekts nach dem Sponsor)

Sport: Die Frage "Was ist Sport?" ist nicht einfach zu beantworten. Im Folgenden versuchen ich deshalb den Begriff "Sport" näher zu definieren und bediene mich zunächst der Quelle des Sportwissenschaftlichen Lexikons:

„Seit Beginn des 20. Jahrhunderts hat sich Sport zu einem umgangssprachlichen, weltweit gebrauchten Begriff entwickelt. Eine präzise oder gar eindeutige begriffliche Abgrenzung lässt sich deshalb nicht vornehmen. Was im allgemeinen unter Sport verstanden wird, ist weniger eine Frage wissenschaftlicher Dimensionsanalysen, sondern wird weit mehr vom alltagstheoretischen Gebrauch sowie von den historisch gewachsenen und tradierten Einbindungen in soziale, ökonomische, politische und rechtliche Gegebenheiten bestimmt. Darüber hinaus verändert, erweitert und differenziert das faktische Geschehen des Sporttreibens selbst das Begriffsverständnis von Sport.“ (Röthig/Prohl: Sport-wissenschaftliches Lexikon, 6. Aufl., 2003).

Der Deutsche Olympische Sportbund (DOSB) hat in seiner Aufnahmeordnung festgeschrieben, dass die Spitzenfachverbände sowie die Sportverbände mit

besonderen Aufgaben u .a. folgende Voraussetzungen erfüllen müssen, um als Mitglied aufgenommen werden zu können:

- Die Ausübung der Sportart muss eine eigene, Sportartbestimmende motorische Aktivität der TeilnehmerInnen zum Ziel haben.
- Diese Aktivität liegt nicht vor zum Beispiel bei Denkspielen, Bastel- und Modellbautätigkeit, Zucht von Tieren, Dressur von Tieren ohne Einbeziehung der Bewegung des Menschen und Bewältigung technischen Gerätes ohne Einbeziehung der Bewegung des Menschen.¹

Im Unterschied zum Beispiel zum Unternehmertum geht es im Sport nicht um reines Konkurrenzdenken, sondern vor allem auch um die Erlangung ethischer Werte².

Vereine und Verbände des Sports sollen sich zu einem humanistisch geprägten Menschenbild und zum Fairplay bekennen. Das Sportangebot dient Menschen zur bewegungs- und körperorientierten Entwicklung der Persönlichkeit und strebt Gesundheit in physischer, psychischer und sozialer Hinsicht an. Sport soll ein fester Bestandteil des Angebots der Mitgliedsorganisationen sein.. Insbesondere für Kinder und Jugendliche stellt der Verein - in Ergänzung zu Familie und Schule - ein wichtiges Element zum Erlernen sozialer Kompetenz dar. Die Vereine möchten allerdings auch vermehrten Sport in der Schule durchsetzen. Dazu zählt besonders auch die Freude an körperlicher Leistung, sowie das Bedürfnis nach Vergleich³.

Sportpsychologie: untersucht die psychischen Grundlagen und Prozesse über eine Person im Handlungsfeld Sport, insbesondere werden Wahrnehmung, Einstellung, Erleben, Verhalten und Handeln einer Person im situativen, umweltbezogenen Kontext analysiert. (Eberbächer, 1982, S. 11)

Sportsoziologie: analysiert die soziale Wirklichkeit im sozialen Handlungsfeld Sport. Ihr primärer Untersuchungsgegenstand ist das soziale Handeln im Bezugsfeld Sport, welches in sozialen Systemen vollzogen wird und gesellschaftlich geprägt ist; zweitens dient sie der Beschreibung und Erklärung gesellschaftlicher Strukturen und Prozesse im Zusammenhang mit Sport. (Böttcher, 1979, u. Heinemann, 1980, S. 24 ff)

¹ (<http://www.dosb.de/de/organisation/philosophie/sportdefinition/>), Zugriff: 31. Mai 2008

² (<http://www.dosb.de/de/organisation/philosophie/sportdefinition/>), Zugriff: 31. Mai 2008

³ (<http://www.dosb.de/de/organisation/philosophie/sportdefinition/>), Zugriff: 31. Mai 2008

Sportökonomie: „...ist jene Wissenschaft, die sich mit dem Zusammenhang zwischen Sport und Wirtschaft befasst...“ (Weiss, 1999, S. 215)

Sportpädagogik: ist jene Wissenschaft, „die Erziehung und Bildung im Wirklichkeitsbereich sportlicher Betätigung, ihre Grundlagen, ihre Handlungskonzepte und Auswirkungen in allen Bereichen des öffentlichen und privaten Lebens erforscht.“ (Meusel, 1976, S. 25)

Startgeld: ...Geldbetrag der für die Teilnahme an einem Wettbewerb (zur Deckung der Kosten des Veranstalters) zu entrichten ist; 2) für die Teilnahme an einem Wettbewerb vom Veranstalter gezahlte Zuwendungen an meist prominente Sportler. – Als Preisgeld bezeichnet man in versch. Sportarten den Betrag, den eine Spielerin bzw. ein Spieler für das Erreichen einer bestimmten Runde oder Endplatzierung erhält.

super...: [lat. super >>oben<<, >>über<<, >>darüber<<], Präfix mit der Bedeutung: über, über – hinaus...

Supermoto, Supermotard: etwa seit Mitte der 1980er-Jahre betriebene motorradportliche Disziplin deren Ursprung in Amerika liegt. Beim Supermoto wird zu 70 % auf der Strasse, zu 30 % im Gelände gefahren. Rennwettbewerbe werden meist auf außen liegenden Strecken ausgetragen, die für S. umgebaut werden (mit engen Kurven und verwinkelten, kurvenreichen Passagen).

Trend: [engl., zu to trend >>in einer bestimmten Richtung verlaufen<<]..

- 1) allg.: Grundrichtung einer Entwicklung, Entwicklungstendenz
- 2) Sozialwissenschaften: allg. Bezeichnung für die Ausbildung einer bestimmten Richtung des Verhaltens oder des Verlaufs einer Entwicklung (z. B. Mode, polit. Präferenzen); i. e. S. die Grundrichtung in bestimmten Zeiteinheiten feststellbaren Entwicklung...

Trendsport: ... Trendsportarten entwickelten sich aus den Ideen Einzelner. Die anfänglichen Ideen werden vermarktet, stoßen auf wachsendes Interesse, Sponsoren werden gefunden, schließlich wird das Sportgerät nicht mehr individuell angefertigt, sondern in Serie hergestellt. Das senkt den Preis der Sportausrüstung, wodurch noch mehr Menschen der Zugang zu der neuen Sportart ermöglicht wird. Gemeinsam ist den Trendsportarten die Entwicklung aus bestehenden konventionellen Sportarten, die

Abgrenzung und anfängliche Betonung des „Anders sei „ durch Kleidung, Sprache und Laissez-faire, das mehrheitlich höhere Verletzungsrisiko und die größere Anforderung an die Gesamtkörperkoordination als bei den ursprünglichen Sportarten. (Warnke/Phieler, in: **Trendsportarten**-Belastungsprofile, Verletzungsmuster, Therapien, 2006, Köln, S. 3)

Verkaufsförderung: Salespromotion [' , englisch], im sachlichen Zusammenhang auch kurz als Promotion bezeichnet, zeitlich befristete Marketingmaßnahmen mit Aktionscharakter, die andere Marketingmaßnahmen unterstützen und den Absatz bei Händlern und Konsumenten fördern sollen. Verkaufsförderungsmaßnahmen können als Elemente der Kommunikationspolitik (z. B. Handzettel, Beilagen, Inserate), der Vertriebspolitik (z. B. Displays, Zweitplatzierungen), der Konditionenpolitik (z. B. Rabatte, Sonderangebote) oder der Produktpolitik (z. B. Produktzugaben, Aktionsverpackungen) auftreten.

Wertschöpfung: einzelwirtschaftlich die Summe der in einem Unternehmen während einer Periode geschaffenen wirtschaftlichen Werte. Die Höhe der Wertschöpfung ergibt sich als Wert der Nettoproduktion aus dem Produktionswert abzüglich sämtlicher Vorleistungen, Abschreibungen und indirekter Steuern, zuzüglich der staatlichen Subventionen. Der zusammengefasste Wert aller Wertschöpfungsbeiträge der inländischen Wirtschaftsbereiche ergibt die Wertschöpfung der Volkswirtschaft, die dem Nettoinlandsprodukt zu Faktorkosten entspricht.

2.2 Rechtliche Aspekte (inklusive Exkurs: Gremien)

Als Basis für die Ausübung und Durchführung von Motorsportveranstaltungen kommen neben grundlegenden gesetzlichen und gesetzesübergreifenden Bestimmungen, Normen (z. B. Emissionsrichtwerte oder Schallschutzrichtwerte etc.) und Richtlinien (z. B. EU-Richtlinien oder ECE-Richtlinien etc.) in Österreich prinzipiell das

- Nationale Sportgesetz der OSK (NSG) sowie
- das internationale Sportgesetz der FIA (ISG)

zur Anwendung, welche folgend auszugsweise dargestellt werden.

Exkurs: Gremien - Die FIA und der OSK

Fédération Internationale de l'Automobile (FIA):

Die FIA - Fédération Internationale de l'Automobile (Internationaler Dachverband des Automobils bzw. der Autofahrer):

“The Fédération Internationale de l'Automobile is the governing body for world motor sport and the federation of the world's leading motoring organisations. Founded in 1904, with headquarters in Paris, the FIA is a non-profit making association. It brings together 219 national motoring and sporting organisations from 130 countries on five continents. Its member clubs represent over 100 million motorists and their families. The FIA has been dedicated to representing the rights of motoring organisations and motor car users throughout the world via campaigns and activities that defend their interests. On issues such as safety, mobility, the environment and consumer law the FIA actively promotes the interests of motorists at the United Nations, within the European Union and through other international bodies. The FIA is also the governing body for motor sport worldwide. It administers the rules and regulations for all international four-wheel motor sport including the FIA Formula One World Championship, FIA World Rally Championship and FIA World Touring Car Championship. Max Mosley was elected President of the Fédération Internationale de l'Automobile in 1993. He was re-elected unopposed in 1997, again in 2001 and for a fourth four-year term in October 2005”. (<http://www.fia.com>)

Oberste Nationale Sportkommission für den Kraftfahrtsport (OSK):

Zur Ausübung des in Art. 3 (www.osk.or.at) genannten Rechtes zur nationalen Kontrolle des Motorsports

„Von jedem nationalen Club oder jeder nationalen Föderation, die der FIA angehören, wird angenommen, dass sie in dieses IASG einwilligen und daran gebunden sind. Aufgrund einer solchen Einwilligung und Beschränkung wird ein einziger Club oder eine einzige Föderation pro Staat, nachfolgend ASN genannt, von der FIA als einzige internationale Sportgesetzgebende Körperschaft anerkannt, zuständig für die Vollziehung des vorliegenden IASG und die Kontrolle des Motorsports in den Territorien, die unter die Gesetzgebung ihres eigenen Staates gestellt sind. Anmerkung: In Österreich ist die ASN der Österreichische Automobil-, Motorrad- und Touring Club (ÖAMTC).“

„Der ÖAMTC hat die Oberste Nationale Sportkommission für den Kraftfahrtsport (OSK) eingesetzt. Die OSK bildet die oberste Sportinstanz für den Kraftfahrtsport in Österreich. Den von ihr erlassenen nationalen Sportgesetzen sind alle in Österreich im Sinne der Motorsportwelt(europa)verbände FIA, FIM und UEM bestehenden automobil- und motorrad sportlichen Vereinigungen unterworfen und verpflichtet, deren Bestimmungen bei den in Österreich stattfindenden Sportveranstaltungen einzuhalten. Die OSK besteht gemäß den Statuten des ÖAMTC außer dem Vorsitzenden aus 30 gewählten und höchstens 20 kooptierten (ergänzenden, Anm. des Autors) Mitgliedern (Plenum). Das Präsidium der OSK besteht gemäß den Statuten des ÖAMTC aus dem Vorsitzenden der OSK und höchsten fünf Mitgliedern, von denen drei aus den Reihen der gewählten und höchsten zwei aus den Reihen der kooptierten Mitglieder stammen“⁴.

Weiter wird im Regelwerk angegeben:

„Der Vorsitzende der OSK vertritt diese nach außen; er kann fallweise auch ein anderes Mitglied der OSK mit der Vertretung nach außen betrauen. Die Mitglieder der OSK erhalten einen besonderen Ausweis und sind zum freien Eintritt bei jeder Motorsportveranstaltung berechtigt (ausgenommen bei Prädikatsveranstaltungen, wo dies im Reglement nicht vorgesehen ist bzw. durch Verträge mit Promotoren ausgeschlossen wird). Die Geschäfte der OSK werden unter Aufsicht des Vorsitzenden von ihrem Sekretariat geführt. Der Sekretär oder ein von ihm benannter Vertreter aus dem Sekretariat wohnt gewöhnlich allen Sitzungen der OSK, ihrer Ausschüsse, Kollegien und Gerichte ohne Stimmrecht bei. Die Aufgaben des Plenums der OSK, das mindestens zweimal jährlich zusammentritt und dessen Sitzungen die Sekretäre der Landessportkommissionen ohne Stimmrecht - soweit sie nicht OSK-Mitglieder sind - beiwohnen können, sind:

- 1) Die Leitung des österreichischen Automobil- und Motorradsportes sowie seine Vertretung nach außen
- 2) Die Erlassung des Nationalen Sportgesetzes in grundsätzlichem Einklang mit den Bestimmungen der Internationalen Sportgesetze der FIA, FIM und UEM.
- 3) Die Vornahme von Kooptierungen der höchstens 20 Mitglieder aus den Reihen anderer Motorsporttreibenden Organisationen gemäß den Statuten des ÖAMTC.
- 4) Die Einsetzung von Ausschüssen und Kollegien.
- 5) Die Wahl der Vorsitzenden dieser Ausschüsse und Kollegien über Vorschlag des Präsidiums der OSK.
- 6) Die Einsetzung eines Sportgerichtes und eines Berufungsgerichtes sowie die Erlassung von Statuten für diese.
- 7) Die Wahl des Vorsitzenden, der Beisitzer und Beisitzerstellvertreter dieser Gerichte über Vorschlag des Präsidiums der OSK.
- 8) Die Ausschreibung der Staatsmeisterschaften und sonstigen OSK-Bewerbe über Vorschlag des Präsidiums der OSK.

⁴ www.osk.or.at, Zugriff am 31. Mai 2008

- 9) Die Erstellung des Nationalen Motorsportkalenders.
- 10) Die Festsetzung der OSK-Gebühren über Vorschlag des Präsidiums der OSK
- 11) Die Ausübung des Gnadenrechtes.
- 12) Die Entgegennahme von Berichten des Präsidiums der OSK.
- 13) Die Entscheidung über alle ihm vom Präsidium der OSK hiezu vorgelegten Angelegenheiten.⁵“

Zum Präsidium finden sich ebenfalls sehr detaillierte Regelungen:

„Das Präsidium der OSK, das nach Bedarf zusammentritt, ist für alle Angelegenheiten, die nicht dem Plenum vorbehalten sind, zuständig, insbesondere für:

- 1) Die Anordnung und Durchführung einzelner sowie die Überwachung aller motorsportlichen Veranstaltungen in Österreich, soweit sie der Reglementierung der Internationalen und Nationalen Sportgesetze unterworfen sind. Es bildet die Durchlaufstelle für alle österreichischen Veranstalter, welche notwendige Kontakte mit ausländischen Verbänden herzustellen beabsichtigen. Nur im Falle der Genehmigung durch die OSK können Clubs oder Veranstalter direkte Kontakte aufnehmen.
- 2) Die Entscheidung über sämtliche auf österreichischem Gebiet (dazu zählt auch, wenn ein österreichischer Veranstalter eine OSK-genehmigte Veranstaltung auf ausländischem Staatsgebiet durchführt) auftretenden Fragen, die sich auf die Anwendung oder Auslegung der Internationalen und Nationalen Sportgesetze sowie der zusätzlichen Beschlüsse der FIA, FIM, UEM und der OSK selbst beziehen. Die Dachverbände FIA, FIM, und UEM können für ihre Prädikatsläufe anders lautende Regelungen vorgeben.
- 3) Die Entscheidung in letzter Instanz über alle Differenzen sportlicher Natur, die sich aus automobil- und motorsportlichen Veranstaltungen ergeben, sofern es sich hierbei um österreichische Lizenznehmer / OSK-Ausweisinhaber handelt und sofern nicht das Berufungsgericht der OSK zuständig ist.
- 4) Die Beschlussfassung über österreichische Bewerbungen um FIA-, CIK-, FIM- und UEM-Meisterschaftsläufe und die Übermittlung der Wünsche bezüglich Aufstellung des Internationalen Sportkalenders der FIA, CIK, FIM und UEM an diese Verbände.
- 5) Die Genehmigung von Änderungen des Nationalen Motorsportkalenders.
- 6) Die Genehmigung der Ausschreibungen und die Erteilung von Organisations-Bewilligungen für Sportveranstaltungen sowie die Ernennung bzw. Bestätigung von Funktionären und Organisationsausschüssen motorsportlicher Konkurrenzen.
- 7) Die Prüfung und Anerkennung der bei den Sportveranstaltungen erzielten Ergebnisse sowie die Genehmigung der Resultate der Staatsmeisterschaften und sonstigen OSK-Bewerben.
- 8) Das Verbot von Veranstaltungen, die dem Internationalen oder Nationalen Sportgesetz nicht entsprechen.
- 9) Die Überwachung aller innerhalb Österreichs zur Durchführung gelangenden Rekordversuche, die Überprüfung der Resultate und ihre Anerkennung bzw. die Beantragung ihrer Anerkennung durch die FIA, CIK, FIM und UEM.
- 10) Die Ausstellung und Evidenzhaltung von Lizenzen, Funktionärsausweisen und Nationalen Rekordzeugnissen sowie die Genehmigung von Pseudonymen.
- 11) Die Erteilung der Erlaubnis zur Teilnahme an ausländischen motorsportlichen Veranstaltungen und zur Betreuung der daran teilnehmenden österreichischen Fahrer; Erteilung von Auslandsstartgenehmigungen sowie Prüfung und Anerkennung von

⁵ <http://www.osk.or.at/media/documents/20070503110646.pdf>, Zugriff am 30. April 2008

Nennungen österreichischer Fahrer anlässlich ausländischer motorsportlicher Konkurrenzen.

12) Die Überwachung der Zeitnehmerorganisation und des Kollegiums der Technischen Kommissäre; die Ernennung und Evidenzhaltung der Zeitnehmer, Sportkommissäre, Technischen Kommissäre und sonstigen Funktionäre sowie deren Einsetzung bei und Entsendung zu motorsportlichen Wettbewerben. Übermittlung von Vorschlägen an den ÖAMTC für die Aufnahme österreichischer Motorsportfunktionäre in Gremien der Dachverbände.

13) Die Wahlvorschläge an das Plenum der OSK betreffend die Vorsitzenden, Beisitzer und Beisitzer-Stellvertreter der OSK-Gerichte und die Vorsitzenden der Ausschüsse und Kollegien sowie die Bestellung der Mitglieder der Ausschüsse und Kollegien.

14) Die Behandlung und Entscheidung aller ihm vom Plenum der OSK übertragenen Fragen sowie jener in die Zuständigkeit des Plenums fallenden Agenden, die wegen ihrer Dringlichkeit keinen Aufschub bis zur nächsten Plenarsitzung dulden⁶.

Ausgehend vom ersten Punkt in Kapitel 1, Seite 1 der allgemeinen Grundsätze des ISG, Stand Dezember 2007, determiniert sich die internationale Hoheit der FIA und der FIM (Fédération Internationale Motocycliste) über alle weltweit ausgetragenen Bewerbe in diesen Motorsportkategorien.

„Die Fédération Internationale de l'Automobile, im Nachfolgenden FIA genannt, ist die alleinige internationale Sport-Autorität, die zur Erstellung und Durchsetzung der Sportgesetze berechtigt ist, welche der Förderung und Kontrolle automobilistischer Wettbewerbe und Rekorde dienen und die Internationale Meisterschaften der FIA ausschreiben darf. Sie bildet das letztinstanzliche internationale Berufungsgericht für die Schlichtung von Streitigkeiten, die sich aus der Anwendung dieser Sportgesetze ergeben können. Die Fédération Internationale Motocycliste übt dieselben Befugnisse für Fahrzeuge mit 1, 2 oder 3 Rädern aus. Für den Kart-Bereich kann die FIA jährlich ihre internationale Sporthoheit an jede anerkannte Organisation delegieren, die die internationalen Kartaktivitäten im Motorsport unter genauer Beachtung des vorliegenden Sportgesetzes und der FIA Reglements regelt“
<http://www.osk.or.at/media/documents/20070503110646.pdf>, Zugriff am 30. April 2008)

Ausgehend von Punkt 3, (Seite 2, ISG) Nationale Regelung des Automobilsports, ergibt sich die nationale Umsetzung des ISG.

„Jeder der FIA zugehörige nationale Club oder Verband stimmt dem vorliegenden Gesetz zu und ist verpflichtet, es zu beachten. In Anbetracht dieser Zugehörigkeit und dieser Verpflichtung wird für jedes Land nur ein Club bzw. ein Verband, im Nachfolgenden ASN genannt, als alleiniger Träger der internationalen Sporthoheit von der FIA anerkannt, welcher berechtigt ist, das vorliegende Internationale Gesetz zur Anwendung zu bringen

⁶ <http://www.osk.or.at/media/documents/20070503110646.pdf>, Zugriff am 30. April 2008

und den Automobilsport in allen unter der Autorität seines eigenen Landes liegenden Gebieten zu überwachen“⁷.

Auf die einzelnen nachfolgend erläuterten Definitionen, Klassen, Lizenzvergabe, Sicherheitsbestimmungen etc. des ISG wird nachfolgend auszugsweise in dieser Arbeit noch eingegangen.

Einleitend zum „Nationalen Sport Gesetz“ des OSK findet sich auf Seite 1 der grundlegende Verweis auf die internationale Gesetzgebung der FIA:

„Das vorliegende IASG der FIA zusammen mit den Anpassungen und Ergänzungen für den nationalen Motorsport bilden das NSG der OSK. Dieses gilt für den Automobil- und Kartingsport, sowie grundsätzlich auch für den Motorradsport. Für die Auslegung von fachspezifischen, sportgesetzlichen Motorradthemen ist als Grundlage auch das Europäische Motorradsportgesetz der UEM mit zu berücksichtigen.“⁸

Sowie die Anerkennung des Status der FIA im ersten Punkt (Internationale Gesetzgebung im Motorsport) der allgemeinen Grundlagen im Kapitel 1:

„Die Fédération Internationale de l'Automobile, im Folgenden als FIA bezeichnet, ist die einzige internationale Sportbehörde, die berechtigt ist, eine Gesetzgebung für Automobilbewerbe und –rekordversuche durchzuführen und zu verlautbaren, um diese zu fördern und zu kontrollieren; weiters bleibt es der FIA vorbehalten, Internationale Meisterschaften der FIA durchzuführen und ihr obliegt die letztinstanzliche Rechtssprechung in Form eines Internationalen Berufungsgerichts zur Entscheidung aller Kontroversen, die aus den vorgenannten Umständen entstehen können. Es gilt als anerkannt, dass die Fédération Internationale Motocycliste dieselbe Legislativgewalt ausübt, insoweit Fahrzeuge mit einem, zwei oder drei Rädern betroffen sind. In Angelegenheiten des Karting-Sports kann die FIA für den Zeitraum eines Jahres ihre sportliche Legislativgewalt an jedwede anerkannte Körperschaft delegieren, deren Aufgabe darin besteht, die internationalen Kartingaktivitäten sportlicher Natur in strikter Übereinstimmung mit diesem Sportgesetz und den FIA-Bestimmungen zu überwachen.“⁹

⁷ <http://www.dmsb.de/downloads/471/ISG.pdf>, Zugriff am 2. Juni 2008

⁸ <http://www.osk.or.at/media/documents/20070503110646.pdf>, Zugriff am 3. Juni 2008

⁹ <http://www.osk.or.at/media/documents/20070503110646.pdf>, Zugriff am 3. Juni 2008

Weiter Punkte des NSG beschäftigen sich u. a. mit den Rechten und Pflichten der Gremien und Funktionäre sowie der nationalen und regionalen sportgesetzgebenden Körperschaften.

Auf die weiteren erläuterten Definitionen, Klassen, Lizenzvergabe, Sicherheitsbestimmungen, Fahrzeuggruppen sowie technische Ausführungsdetails und Reglements nationaler Natur wird ebenfalls auszugsweise in dieser Arbeit noch eingegangen.

3 Entwicklung der Supermotard Szene

Im Folgenden wird die Entstehung von Supermotard international beschrieben, gefolgt von technischen Merkmalen, um dann auf die österreichische Entwicklung einzugehen.

3.1 Entstehung und internationale Geschichte

Supermoto, ursprünglich und weiter gebräuchlich „Supermotard“ (Frz. für Superbikers), ist ursprünglich eine spezielle Art von Motorrädern, um damit auf kleineren Rundkursen zu fahren, bezeichnet aber auch die mit derartigen Maschinen abgehaltenen Rennsportserien.

Die ursprüngliche, jedoch auch weiterhin gebräuchliche Bezeichnung „Supermotard“ beschreibt somit heute eine Motorsportart, welche mit umgebauten Motocross- oder Enduro-Motorrädern und auch von der Motorradindustrie serienmäßig hergestellten speziellen Supermotard-Motorrädern auf Rundkursen aus Asphalt- und Geländeabschnitten ausgeübt wird. (Erklärung des Autors)

Supermoto (oder kurz „SuMo“) ist ein noch sehr junger Motorradsport, der seit etwa 1985 in Europa betrieben wird. Der Ursprung liegt u. a. in Amerika, wo der Supermoto-Sport unter dem Namen Superbikers (nicht zu verwechseln mit Superbike) entstand. Die Idee war, aus den drei Motorrad-Sportarten Motocross, Straßenrennsport und aus Dirttrack oder Flattrack, der amerikanischen Version des Speedway, die besten Fahrer, also die „Superbikers“ zu ermitteln.

Die Faszination des Sports umschreiben folgende Erklärung aus u. g. Fan- bzw Veranstalterquellen:

„SUPERMOTARD, ein Sport aus dem Land der Träume: Amerika. Die wahren Meister des Motorradsportes werden hier im Vergleichskampf der Strassen- und Offroad-Stars ermittelt. Rennatmosphäre und Nervenkitzel pur, auf einem Parcours, der aus Asphalt und Schotter besteht, der die Cracks zu einer Meute ohne Bodenhaftung erscheinen lässt...“¹⁰

„Die SUPERMOTARD-Welle schwappte in den achtziger Jahren nach Frankreich (wo im Jahre 1894 die erste automobilistische Wettfahrt stattfand und somit als „Wiege des Automobilsports“ gilt (vgl. (Schilling/Thielen, 2005, S. 12)) über und erfasste zu Beginn der neunziger Jahre auch Deutschland. Innerhalb von fünf Jahren hat sich SUPERMOTARD zur Motorsport-Königsklasse in der Schweiz gemausert. Die packenden Zweikämpfe, Drifteinlagen und Mega-Shows der rund 280 Piloten reißen jeweils die 5000-8000 Zuschauer von den Sitzen.“¹¹

„SUPERMOTARD bedeutet auch Show. Laufend ist was los, kurze Rennläufe und noch kürzerer Pausen. Die Piloten heizen die Zuschauermassen mit qualmenden Burnouts, Wheelies und Stoppies (Wheelie auf dem Vorderrad) so richtig ein. Der neuste Hit ist sicherlich der „Schliffer“, wo man bei voller Fahrt vom Motorrad abspringt, sich am hinteren Kotflügel haltend nachschleifen lässt und wieder auf das Motorrad aufspringt! Das Schlussbouquet bildet jeweils das „Speedy Gonzales American Final“. Ein Ausscheidungsrennen der besten zehn Piloten über jeweils nur zwei Runden! SUPERMOTARD ist mehr als Motorradrennen. Denn längst locken nicht nur die Kämpfe um Platz und Sieg die Fans an die Asphalt-Schotter-Kurse. Wenn die Cracks mit Topspeed die Piste entlangdonnern, ihre Maschinen in den spektakulären Bremsdrift werfen oder zwischendurch mal eine Autogrammstunde steigt - die Zuschauer sind in diesem Metier immer hautnah dabei. Keine zwanzig Meter von der Ideallinie auf der Startgerade und keine zwanzig Zentimeter von den Stars der Szene beim Autogramme schreiben entfernt. Eben mittendrin statt nur dabei. Im für jeden frei zugänglichen Fahrerlager gibt's immer etwas zu sehen...“¹²

3.2 Technische Beschreibung von Supermoto

Die FIM, zu Deutsch Internationale Motorradföderation (Fédération Internationale de Motocyclisme), definiert im Appendix 031/SM der Sporting Rules unter Punkt 031/SM.1.1 SuperMoto wie folgt:

„A meeting staged on a course partly road (tarmac), and partly on natural or artificial terrain with natural obstacles.“ Im Gegensatz zu Motocross und dem Straßenrennsport ist die letztgenannte Motorradsportart in unseren Breiten weniger bekannt.

Flattrack, auch Dirttrack genannt, ist eine der traditionsreichsten und ältesten Motorradsportarten die es gibt. Diese amerikanische Variante des Motorradsports etablierte sich fast zur gleichen Zeit wie der Speedwaysport in Europa. Allerdings wird in Amerika auf verschiedenen Strecken die Meile, halbe Meile, Kurzbahnen und TT-Kursen gefahren.

¹⁰ <http://www.pc-support.li/Was%20ist%20Supermotard.htm>, Zugriff am 4. Juni 2008

¹¹ <http://www.supermotard-racing.ch/index.php?id=12>, Zugriff am 4. Juni 2008

¹² <http://www.supermotard-racing.ch/index.php?id=12>, Zugriff am 4. Juni 2008

Auch werden im Gegensatz zu Eis-Speedway und Speedway, bei welchen immer Linkskurven gefahren werden, sowohl Links- als auch Rechtskurven gefahren.

Die spektakulären Drifts werden durch die Kombination von stollenlosen Reifen und flachem Untergrund ermöglicht. Das Kriterium, das die besten Fahrer ausmacht, ist absolute Beherrschung und Kontrolle des Motorrads. Ex-Moto-GP-Fahrer Kenny Roberts und Eddie Lawson haben ihre Karriere mit Flattrack begonnen.



Abbildung 1: Dirttrackrennen

Quelle: Motorsportmagazin, Dez. 2005, S. 31

Der Fahrstil von Supermotard ist geprägt von zahlreichen und vor allem für diese Motorsportart typischen Drifts, welche auch deutlich eine Parallele zum Dirttrack zeigen und unter anderem die Faszination dieser Sportart ausmachen. Ein Vergleich der Abbildungen macht die Verwandtschaft der beiden Motorradsportarten deutlich.



Abbildung 2: Supermoto Fahrer im Drift

Quelle: Internet¹³

In Österreich wird die Supermoto-Rennserie seit 1997 veranstaltet und seit 1999 als Staatsmeisterschaft ausgetragen.

3.2.1 Die Technik

Die Motorräder finden ihren Ursprung im Enduro- oder Motocross-Bereich. In der Regel handelt es sich dabei um Ein- oder Zweizylinder Viertaktmotoren. Selten kommen auch Zweitaktmotoren zum Einsatz.

Einer der letzten Fahrer eines Motorrades mit Zweitakt-Motor war der Österreicher Gerold Schollar. Er wurde im Jahr 2000 mit einer umgebauten Honda CR 500, bei welcher es sich um ein Motorrad mit Einzylinder-Zweitakt-Motor handelt, Staatsmeister.

Ab dem Jahr 2001 erfolgte der Umstieg auf ein Motorrad mit Einzylinder-Viertakt-Motor. Sein erstes Fahrzeug war eine Honda XR 650 R. Dieser Wechsel des Motorrades kostete ihm im Jahr 2001 den Staatsmeistertitel. Nachdem die optimale Fahrzeugabstimmung gefunden wurde, konnte Gerold Schollar wieder den Staatsmeisterschaftstitel holen. Bei der oben erwähnten umgebauten Honda CR 500 handelt es sich ursprünglich um ein

¹³ http://images.google.com/imgres?imgurl=http://www.supermoto-racing.de/images/06fr_10_389.jpg&imgrefurl=http://www.supermoto-racing.de/supermoto.html&h=300&w=450&sz=46&hl=de&start=1&sig2=DP-RsQJiT5CQpvJ4WtgYUQ&um=1&tbnid=fkVOPz1WWQ5VIM:&tbnh=85&tbnw=127&ei=DjZhSPK2DZOg7QWN9bzaCQ&prev=/images%3Fq%3Dsupermoto%2Bdrift%26um%3D1%26hl%3Dde%26rls%3DIBMA,IBMA:2006-35,IBMA:de, Zugriff am 20. Mai 2008

Motocross-Motorrad. Für den Einsatz eines solchen Motorrads für den Supermotard-Sport sind aufgrund der unterschiedlichen Anforderungen einige Umbauarbeiten erforderlich. Einer der Hauptunterschiede zum ursprünglichen Einsatzgebiet der verwendeten Motorräder liegt in der Bereifung. Anstatt der üblichen Stollenreifen werden die im Straßenrennsport üblichen profillosen Reifen (Slicks) oder Regenreifen auf entsprechend kleineren 17“-Felgen verwendet. Die Slicks wurden aus dem GP250-Sport übernommen. Der Einsatz von profillosen Reifen ist damit zu begründen, dass diese eine wesentlich höhere Haftung am Untergrund haben. Durch die Verwendung kleiner Felgen und Reifen ergibt sich zugleich der Vorteil eines tieferen Schwerpunktes des gesamten Motorrads, welcher der Handlichkeit sowie Wendigkeit zugute kommt. Ein straffer abgestimmtes Fahrwerk mit kürzeren Federn, sowie leistungstärkere Bremsen am Vorderrad zählen ebenfalls zu den Supermotard-typischen Fahrwerksumbauten. Aufgrund der erreichten Geschwindigkeiten von bis zu 170 km/h ist auch eine entsprechende Dimensionierung der Bremsen erforderlich um höhere Verzögerungswerte als im Motocross- bzw. Endurobereich zu erzielen. Daher werden Bremsen, deren Größe annähernd jener aus dem GP-Sport entspricht, eingesetzt. Die Abbildung zeigt ein von KTM hergestelltes Serienmotorrad für den Renneinsatz.



Abbildung 3: KTM Supermoto Serien-Motorrad

Quelle: Internet¹⁴

3.2.2 Der Rundkurs

Supermoto-Strecken sind in Abschnitte mit unterschiedlichem Fahrbahnuntergrund unterteilt. Sie bestehen aus einem Asphalt-, einem flachen Kies- und einem hügeligen

¹⁴ http://pix.sueddeutsche.de/automobil/artikel/980/106874/image_fmabspic_0_0-1174660191.jpg, Zugriff am 20. Mai 2008

Offroadteil. Der Asphaltabschnitt beträgt in der Regel 70 – 80% der Gesamtstrecke, der verbleibende Offroadteil entsprechend 20 – 30 %.

Im Appendix 049 (FIM Standards for Supermoto Curcuits (SSMC)) werden unter Punkt 049.3.1 die grundlegenden Daten eines Supermotokurses festgelegt und lautet wie folgt:

„A SuperMoto course shall be paved and will generally include

- a) another paved section, composed of jumps and/or rolling waves
(recommended) and/or
- b) an off-road section (all weather style, offering a dust and/or mud-free
ride) and/or
- c) a section with artificial obstacles (jumps, rolling waves, tables, etc).“

Die Punkte 049.3.2 und 049.3.3 definieren die Länge und Breite eines Supermoto-Rundkurses. Demnach soll ein an der Mittellinie gemessener Kurs nicht kürzer als 800 m und nicht länger als 1750 m sein. (vgl. Appendix 049 – FIM Standards for Supermoto Curcuits, 2008, S. 41, Punkt 049.3.2)

Hinsichtlich der Breite des Rundkurses sieht die FIM ungefähr 6 m vor. Ausgenommen davon ist die erste Kurve nach dem Start, deren Breite mit 10 m beziffert wird. (vgl. Appendix 049 – FIM Standards for Supermoto Curcuits, 2008, S. 42, Punkt 049.3.3)

Permanente Supermoto-Rennstrecken existieren in Österreich derzeit nicht. Bei vielen Bewerben werden die Kurse immer wieder neu festgelegt, wodurch sowohl Distanz als auch Schwierigkeitsgrad variieren.

Oft werden Wettbewerbe auf Kartbahnen oder –hallen, welche in geeigneter Weise adaptiert werden, ausgetragen. Als Offroadteil dient dann z.B. ein Teil einer anliegenden Motocross-Strecke oder ein an die Kartbahn angrenzender Grünstreifen.

Dadurch wird eine einfache Adaptierung der Strecke für einen Supermotobewerb möglich. In der nachfolgenden Abbildung ist der bei Bedarf in die Strecke integrierbare Offroadabschnitt links neben der Ziffer „1“ deutlich erkennbar.

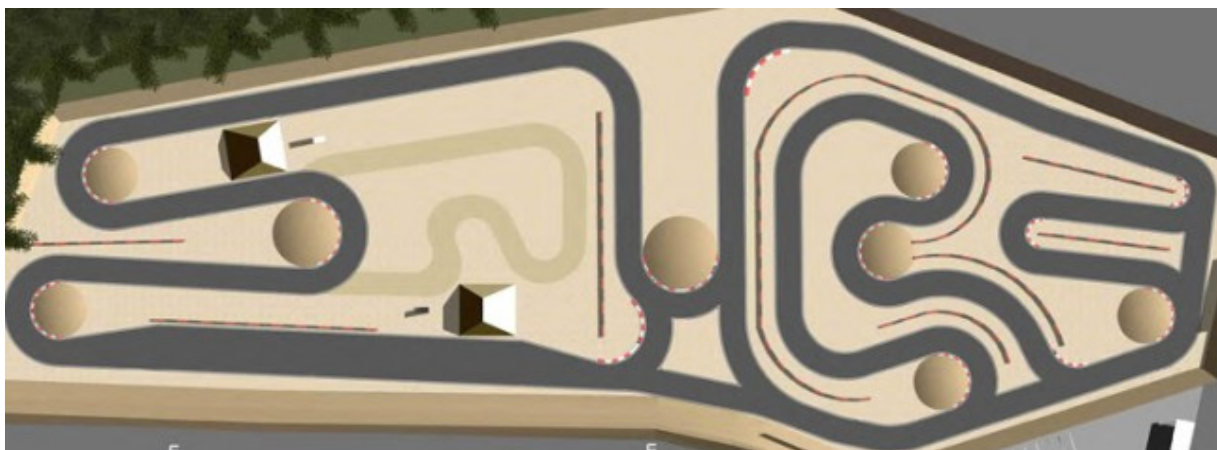


Abbildung 4: Supermoto Strecke Bad Fischau

Quelle: Internet¹⁵

Wie bereits oben erwähnt, variieren die Streckenlängen und bewegen sich in Österreich zwischen ca. 800 und 1900 m. Die Breite der Kurse beträgt zwischen fünf und zehn Meter.

3.2.3 Die Ausrüstung

In den Reglements aller Veranstaltungen wird festgehalten, welchen Standards die Ausrüstung der Fahrer entsprechen muss.

Im Regelwerk der FIM (Fédération Internationale de Motocyclisme) wird unter Artikel 01.65 der technischen Bestimmungen das Tragen entsprechender Kleidung und Stiefel sowohl beim Training als auch bei den Rennveranstaltungen vorgeschrieben.

Punkt 5 des Reglements Supermotard 2001 des Supermotard Club Austria, welches dieser Arbeit im Anhang 1 angeschlossen ist, schreibt beispielsweise vor, dass alle FahrerInnen einen Sturzhelm sowie alle Ausrüstungsgegenstände (wie oben beschrieben) zu tragen haben.

Ursprünglich trugen die Fahrer Enduro- bzw. Motocross-Bekleidung, welche aus Kunstfasern, wie Polyester und Polyamid, hergestellt wird. Aus Gründen der Sicherheit und Aerodynamik werden jedoch nur mehr einteilige Lederanzüge mit darin eingearbeiteten Protektoren an Schultern, Ellenbogen, Knien, Hüfte und Rücken getragen. Dadurch wird die größtmögliche Sicherheit für den Fahrer und die geringste Angriffsfläche für den Fahrtwind garantiert. Die im Straßenrennsport üblichen Knie slider kommen hier

¹⁵ http://www.1000hp.net/magazin/supermoto_lc4_690_actionracers/motorsport_park_bad_fischau.jpg, Zugriff am 20. Mai 2008

nicht zum Einsatz. Spezielle Einsätze in den Lederanzügen ermöglichen dem Fahrer eine größere Bewegungsfreiheit gegenüber jenen Anzügen aus dem GP-Sport. Ein typischer Supermotard-Lederanzug ist in nachstehender Abbildung ersichtlich.



Abbildung 5: Einteiliger Leder-Supermoto-Anzug

Quelle: Internet¹⁶



Abbildung 6: Motocross Helm

Quelle: Internet¹⁷

¹⁶ <http://www.schraeg-lage.de/motorrad-news/images/stories/Bekleidung/harrokombi.jpg>, Zugriff am 30. April 2008

Die für Motocross typischen Sturzhelme werden auch beim Supermotard verwendet. Heutzutage kommen ausschließlich jene Helme ohne Visier zum Einsatz. Die Verwendung eines Augenschutzes ist laut den Reglementbestimmungen zwingend erforderlich. Es werden daher die aus dem Motocrossbereich charakteristischen Brillen verwendet. Des Weiteren verpflichten die Reglements die Fahrer einen Sturzhelm zu verwenden.. Geregelt ist dies im Art. 01.67, welcher vorschreibt, dass der Helm ordnungsgemäß befestigt und in einem einwandfreien Zustand sein sowie eine gute Passform haben muss. Des Weiteren müssen alle Helme einen Kinnklett besitzen und den Prüfnormen gemäß Art. 01.70 der technischen Bestimmung der FIM entsprechen. Für Europa gilt das internationale Typgenehmigungszeichen „Europa ECE 22-05 P, NP oder J“.

Um diese Anforderungen zu erfüllen, bestehen Helme aus unterschiedlichen Schichten. Einer Außenschale aus glasfaserverstärktem Kunststoff, auch Fiberglas genannt, sowie einer Innenschale aus aufgeschäumtem Polystyrol.



Abbildung 7: Brille für Supermoto

Quelle: Internet¹⁸

Gemäß Artikel 071 der technischen Bestimmungen der FIM, welcher den Augenschutz betrifft, haben sowohl Brille als auch Visier aus schlagsicherem Material zu bestehen. Dieser Bestimmung wird durch die Verwendung von Polycarbonat Rechnung getragen. Polycarbonat ist glasklar, dimensionsstabil und besitzt eine hohe Schlagzähigkeit.

¹⁷ http://www.zsf.info/shop/images/shoei_vmoto_savage_tc6.jpg, Zugriff am 20. Mai 2008

¹⁸ http://i7.ebayimg.com/04/i/000/af/e2/f12b_1.JPG, Zugriff am 20. Mai 2008



Abbildung 8: Stiefel für Supermoto

Quelle: Internet¹⁹

Ebenso markant sind die aus dem Motocrossbereich stammenden robusten Stiefel, welche sowohl im Falle eines Sturzes als auch beim Stabilisieren des Motorrads bei einem Drift Füße und Fußgelenke schützen.

Aufgrund des hohen Verletzungsrisikos für die Hände werden auch Handschuhe mit eingearbeiteten Protektoren im Bereich der Knöchel getragen.



Abbildung 9: Handschuhe für Supermoto

Quelle: Internet²⁰

¹⁹ http://www.sosmotorradbekleidung.de/Zagreb/EB/Logo/EB_Animationen/Handschuh_Netz/collag_diadora_mx3.jpg, Zugriff am 20. Mai 2008

3.2.4 Die Reglements

Die Reglements unterliegen ständiger Änderungen. Sie unterscheiden sich in einigen Bereichen nicht nur international im Ländervergleich sondern auch national von Wettbewerb zu Wettbewerb.

Generell werden in den Reglements die grundlegenden Inhalte zur jeweiligen Veranstaltung festgelegt.

Zu diesen Inhalten zählen unter anderem die erforderliche Lizenz, die Klasseneinteilung, die Termine und der Zeitplan, der Ablauf der Veranstaltung, die technische Abnahme, die Flaggenzeichen sowie die Fahrregeln und die Wertung.

Einen der wichtigsten Punkte stellt die Lizenz dar, da diese unter anderem eine Grundvoraussetzung für die Teilnahme an einem Bewerb ist. Sie wird daher nachfolgend beispielhaft näher betrachtet.

Lizenz

Beim Supermotard werden Welt-, Europa- sowie Staatsmeisterschaften und kleinere Bewerbe ausgetragen.

Abhängig von der Veranstaltung sind unterschiedliche Lizenzen für die Teilnahme erforderlich.

Geregelt ist dies zum Beispiel für die Europameisterschaft im Sportgesetz der UEM („Union Européenne de Motocyclisme“ – Europäische Motorradföderation).

Generell unterscheidet die UEM zwischen drei Arten von Veranstaltungen bei ihren verschiedenen Disziplinen:

- Europameisterschaften und Prädikatsveranstaltungen (Cups, Trophies,...)
- Europäische UEM Prädikatsläufe (Cups, Trophies,...)
- europaoffene Veranstaltungen

Das Sportgesetz der UEM legt für die Teilnahme an UEM-Europameisterschaften und Prädikatsveranstaltungen fest (Sportgesetz der UEM, S. 5):

²⁰ http://www.aim-bikerstore.com/images/afterbuy_bilder/9595.JPG, Zugriff am 21. Mai 2008

„UEM Europameisterschaften und Prädikatsveranstaltungen stehen Fahrer aller FMN's offen, welche die entsprechende UEM-Fahrer- oder FIM-Weltmeisterschafts-Fahrerlizenz besitzen.“

FMN steht für die Nationale Motorradföderation, welche in Österreich die Oberste Nationale Sportkommission (OSK) des ÖAMTC darstellt.

Die FIM (Fédération Internationale de Motocyclisme), ist die oberste internationale Motorradsport-Organisation, welche 90 nationale Verbände repräsentiert und in sechs kontinentale Einheiten gegliedert.

Der Erwerb der Lizenzen ist auch mit Kosten verbunden.

Der Preis für die UEM Jahreslizenz der Kategorie „Supermoto EM“ beträgt 100 Euro, für eine entsprechende UEM-Tageslizenz 40 Euro.²¹

Zum Vergleich beträgt die Jahreslizenzgebühr für eine FIM-WM-Lizenz 272 Euro²². Ein weiterer wichtiger Punkt in den Reglementbestimmungen ist unter anderem auch die Klasseneinteilung, welche entsprechend der Größe des Hubraums der Motoren erfolgt.

Klasseneinteilung

Bei den Profis werden die Klassen S1 und S2 unterschieden.

Bis 2006 galt für die Klasse S1 kein Hubraumlimit. S2 stand für Motoren mit einem Hubraum von bis zu 450 cm³.

Ab dem Jahr 2007 wurde die Einteilung der Klassen geändert. Die Bezeichnungen S1 bzw. S2 stehen seither für Hubräume bis 450 cm³ bzw. ab 475 cm³.

Seitens der FIM wird die Klasseneinteilung unter Punkt 042.4.2 der Regulations 042 (S1 and S2 Supermoto World Championships and Supermoto of Nations Regulations) wie folgt definiert:

„The recognised classes for the SuperMoto World Championships are as follows:

a) S1: Championship for motorcycles of Cat. I, Group A1, over 175cc up to 250cc for 2-stroke engines and over 290cc up to 450cc for 4-stroke engines;

b) S2: Championship for motorcycles of Cat. I, Group A1.“

Von der Größe des Hubraums ist nicht nur die Klasseneinteilung abhängig.

²¹ <http://www.osk.or.at/content.php?p=102>, Zugriff am 22. Mai 2008

²² <http://www.osk.or.at/content.php?p=101>, Zugriff am 22. Mai 2008

In den Reglements wird unter anderem auch geregelt, für welchen Hubraumbereich und bei welcher Drehzahl das vorgeschriebene Geräuschlimit einzuhalten ist.

Flaggensignale

Flaggensignale dienen unter anderem auch dazu die Sicherheit für alle betreffenden Personen zu gewährleisten. Im bereits oben erwähnten Reglement Supermotard 2001 des Supermotard Clubs Austria sind die Flaggensignale unter Punkt 11 angeführt und lauten wie folgt::

Schwarz/Weiß Karierte Flagge: Das ist das Ende des Rennens oder des Trainings

Gelb (ruhig): Gefahr! langsam fahren, Überholverbot!

Gelb (geschwenkt): Unmittelbare Gefahr! zum Anhalten vorbereiten. Überholverbot!

Blau: Überholenden Fahrer vorbeilassen

Rot: Rennabbruch

Schwarz (mit Nummern des Fahrers): z.B.: Ausschluss des entsprechenden Fahrers, Stop & Go Strafe“

Die offiziellen Flaggensignale der FIM sind auch im Anhang 031/SM unter Punkt 031/SM.17 festgelegt. Unter anderem wird hier auch die Größe der Flaggen mit 750mm x 600mm definiert. Maßgeblich für die Ermittlung eines Welt-, Europa- oder Staatsmeisters ist die Wertung. Dieser Punkt wird daher abschließend zu den Erläuterungen rund um das Thema Supermotard auch näher erklärt.

Wertung der Rennen

Das Rennen ist vorbei, wenn der Rennleiter die schwarz/weiß karierte Flagge schwenkt. Es gewinnt, wer als erster die Ziellinie überquert. Der Fahrer muss laut der Bestimmungen der FIM dabei mit dem Motorrad in Kontakt sein.

Nach Beendigung des Rennens werden entsprechend der jeweiligen Platzierung Punkte vergeben. Wie viele Punkte einem Rang zuerkannt werden können, legt das Reglement fest. Es handelt sich dabei um ein Teilergebnis der Jahreswertung.

Für die Wertung der **sound2wear-Trophy** und **sound2wear-400** werden die Ergebnisse der jeweiligen Finalläufe herangezogen

Die Punktezuerkennung erfolgt pro Finallauf nach folgendem Schema:

Platz 1: 25 Punkte; 2: 20; 3: 16; 4:13; 5:11; 6:10; 7:09; 8:08; 9:07; 10: 06; 11: 05; 12: 04; 13: 03; 14: 02; 15: 01

Es werden alle Veranstaltungen laut Punkt 1 gewertet (keine Streichresultate). Voraussetzung für diese Punktezuerkennung ist, dass mindestens 8 Fahrer pro Finallauf gestartet sind.“ Die Jahreswertung ergibt sich aus der Summe der im Laufe einer Saison zuerkannten Punkte.

3.3 Geschichte in Österreich

Nach kurzen wechselhaften Versuchen in der Zusammenarbeit von ÖAMTC und Reitwagen 1993 ein erstes Supermotardrennen in Melk zu organisieren (welches wegen Regens im Endeffekt nicht stattfand) trat bis 1997 eine Flaute in der Szene ein. (Interview Ingo Partsch, ÖAMTC-Motorsport. 19.06.2008)

Aus Begeisterung zur Sportart Supermotard gründeten Helmut Pichler und der Autor 1997 den Supermotard Club Austria (SMC) mit der Absicht, diese Sportart in Österreich einzuführen, zu promoten und wirtschaftlich zu führen. Eine weitere Absicht war, dass österreichischen Motorsportlern eine Plattform geboten wurde, wo sie sich medial präsentieren und damit verkaufen konnten, um international Fuß zu fassen.

Die Gründer des Vereins sahen sich bei der Einführung folgenden Problemstellungen gegenüber:

- Konstellation (Firma, Verein)
- Akquise von Sponsorgelder
- Wahl der Lokation
- Genehmigungen
- Wahl der Termine
- Anzahl der Termine
- Erstellen eines Regelwerks
- Anmeldemodus
- Festlegung von Nenngeldern
- Finden von Personal
- Gastronomie
- Strom Wasser

- Streckenbegrenzungen
- Streckenführung
- Rechtliche Absicherung
- Versicherung
- Graphische Aufbereitung
- Promotion
- Wahl der Rennklassen
- Sanitäre Anlagen vor Ort
- Finden von geschulten Streckenposten
- Rettung u ärztliche Versorgung
- Fahrerlager
- Beschallung
- Lärm der Motorräder
- VIP Bereich zur Sponsor Betreuung
- Finden von Präsentationsmöglichkeiten für Sponsoren
- Ausarbeitung von möglichen Sponsor Paketen

Die Sportart war neu, also bestand enormer Erklärungsbedarf. Daher führte der Autor, um Wertigkeit des Produktes „Supermoto“ zu erreichen, Gespräche mit verschiedenen Medien. Das erfolgreichste Gespräch war jenes mit einer österreichischen Motorradzeitschrift namens „Motorrad Magazin“. Die Ansprechperson im Verlag war eine sehr nette und engagierte junge Dame namens Brigitte Diewald. Sie war von der Idee begeistert und legte jegliche Kontakte im Magazin die Helmut Pichler und ich brauchten und unterstützte uns wo sie nur konnte.

Wir hatten mit Unterzeichnung des Vertrages mit dem Verlag „Sport Magazin“ und damit dem „Motorrad Magazin“ den Grundstein zu einer neuen Sportart in Österreich gelegt. Supermotard in Österreich war mit der Unterschrift zu einem Produkt mit einem messbaren Wert geworden. Wir hatten sofort mehr anzubieten als Transparente vor Ort. Weiters konnten wir so unsere Zielgruppe, mögliche Aktive und Interessierte ansprechen. Wir kündigten den ersten Event an und Fahrer sowie Zuschauer kamen.

Zur Entwicklung der Rennklassen: Zu Beginn war es wichtig, Fuß zu fassen und einen einfachen, günstigen Einstieg in den Sport zu schaffen. Dazu musste ein möglichst breites

Spektrum an möglichen Mitbewerbern geschaffen werden. Da es eine Motocross, Enduro, eine Straßen- und Speedway- Szene gab, wollten wir jedem die Möglichkeit geben, zu Supermotard zu wechseln oder es auch nebenbei zu machen. Es erschien zu Beginn sinnvoll, eine Klasse zu schaffen, wo nahezu jeder teilnehmen konnte, der ein Motorrad hatte. So entstand die offene Klasse. Als zweite Klasse wurde der Roadcup ins Leben gerufen: Fahrer mit schweren Straßenenduros die für die offene Klasse einfach zu behäbig waren. Diese mussten angemeldet sein und durften nur für den Straßenverkehr gängige Reifen verwenden.

Weiter wurde überlegt, eine jährliche Anzahl von Rennen von fünf nicht zu übersteigen, da: Motorsport teuer ist und Terminüberschneidungen Fahrer sonst zwingen, nur in Österreich zu fahren.

Mit der Zeit wurde das Starterfeld des Roadcups immer kleiner, da Fahrer die ernstlich engagiert waren, auf ein schnelleres und leichteres Motorrad zurückgriffen. Der Roadcup wurde deshalb bald aufgelassen und neue Klassen entstanden. Ausschlaggebend dabei war, dass die Motorradindustrie einerseits von 2 auf 4 Takt Maschinen umstieg und im MX Sport dabei meist 400ccm Maschinen gebaut wurden. So entstand bald eine Klasse bis 250ccm 2 Takt und 400ccm 4 Takt. Darüber blieb die offene Klasse auch mit größerem Hubraum erhalten.

So entstanden die wichtigsten Klassen der Supermoto-Szene. Danach wurden generell von den großen Herstellern von 400 auf 450ccm erhöht. Die 2 Takt Maschinen sind im Supermoto Bereich nahezu ausgestorben. Nach dem Betrachtungszeitraum der Diplomarbeit wurden 2007 die Klassen von S1 und S2 getauscht. S1 war immer die absolute Prioritätsklasse, S2 die Klasse bis 450ccm. Da die Industrie aber vorwiegend 450er baut wurde 2007 die 450er Klasse zur Top Klasse erhoben. Nebenbei entstanden auch Nachwuchsklassen und eine Vielzahl von Serien die ein Sponsor gekauft hatte und dessen Namen sie trägt. Dies ist auch Indiz, dass Supermoto sich zu einem beliebten Breitensport entwickelt hat. Im Anschluss wird die Entwicklung der einzelnen Jahre von 1997 bis 2002 dargestellt.

3.3.1 Der Beginn: 1997

Insgesamt waren für 1997 drei Supermoto Läufe geplant. Der erste Supermotardlauf fand am 7. Juni 1997 in Himberg in Niederösterreich statt. Insgesamt nahmen an diesem ersten Lauf 50 Teilnehmer und 700 Zuschauer teil. (Aufzeichnungen Autor) Als Promotor trat, wie oben beschrieben, das „Motorradmagazin“ auf. Diese Promotion umfasste eine ganzseitige Reportage im „Motorradmagazin“ pro Event, Flyer über Directmail, Händlerauflegungen, Plakate bei Händlern und Veranstaltungshinweise in Printmedien. (Motorradmagazin, Brief an KTM MC Austria, 1997). Eine Bewerbung fand auch durch „club ö3“ statt. Als Gegenleistung erhielt club ö3 eine Nenngebührermäßigung für club-ö3-Mitglieder (öS 350 anstatt öS 400), Logo-Präsenz vor Ort (Transparent, Promostand) und einen Logoeindruck auf Flyer und Plakaten. Im Gegenzug verpflichtete sich club ö3 zur prominenten Erwähnung im club ö3 Kalender sowie zur mehrmaligen täglichen Erwähnung in Radiosendungen ab 10 Tage vor dem Eventtermin. (Motorradmagazin, Kooperationsvertrag, 1997).

Der zweite Lauf fand am 20. Juli 1997 auf dem ARBÖ-Trainingszentrum Wien statt. Für diesen wurden 50 Teilnehmer und rund 400 Besucher erwartet. (Motorradmagazin, Brief an ARBÖ-Trainingszentrum, 1997) Tatsächlich fuhren 80 Teilnehmer um den Sieg, 800 Zuschauer besuchten den Lauf. (Aufzeichnungen Autor)

Der letzte Bewerb 1997 bildete gleichzeitig das Finale, er fand am 14. September 1997 wieder in Himberg in Niederösterreich statt. (Aufzeichnungen Autor) Schon 1997 konnte eine Reihe von Sponsoren gewonnen werden:

- Aprilia GmbH
- „Der Lenker“
- Lolo Fahrwerkstechnik
- Schumoto HandelsgmbH & Co Nf. KG
- Gerhard Rösner
- Sebring GmbH
- Suzuki Austria GmbH
- SP-Reifen GmbH (Dunlop)
- Shell Austria AG

- Club Ö3 (Motorradmagazin, Brief an X-Soft, 1997)

Der Supermotardclub Austria führte 1997 eine Cupwertung in der Fun-Klasse und in der Road-Klasse durch. Dabei konnten in der Fun-Klasse 24 Fahrer Punkte erringen, in der Road-Klasse konnten sich 18 Teilnehmer platzieren. Die fünf Erstplatzierten der Fun-Klasse waren Andreas Reiter, Hannes Maxwald, Werner Erös, Günter Schmutz und Wolfgang Mitterböck. In der Road-Klasse lautete die Reihenfolge Erich Happenhofer, Michael Siebenlechner, Helmut Pichler, Richard Thallinger und Toni Seewald. (Aufzeichnungen Autor)

Um Supermoto weiter zu promoten, wurde die Sportart in die „Speed 97“, eine Motorsportausstellung, vom 31. Oktober bis 2. November 1997 in der Arena Nova in Wr. Neustadt aufgenommen. Dort war Supermoto teil einer Poweraufstellung, auch wurde ein Motorradmagazin-Supermotard-Showlauf durchgeführt. (Motorradmagazin, Programm Speed 97, 1997) Auf Grund der großen Teilnehmer- und Zuschauernachfrage konnte der Fortbestand der Sportart und damit die Durchführung für 1998 sichergestellt werden.

3.3.2 Erstes Wachstum: 1998

Die Supermotoläufe fanden statt:

- Am 10. Mai 1998 im ARBÖ-Trainingszentrum Wien
- am 14. Juni 1998 in Himberg
- am 19. Juli in Frauenkirchen im Burgenland
- am 23. August 1998 in Himberg
- am 27. September im ARBÖ-Trainingszentrum Wien

Hatte die durchschnittliche Teilnehmerzahl pro Rennen 1997 noch 50 Fahrer betragen, so stieg sie 1998 durchschnittlich auf 69. Auf Grund des Erfolges konnte auch die Nennggebühr von 29 auf 131 Euro angehoben werden.

Auf Grund der breiteren Teilnehmerzahlen und des Erfolges wurde eine Reglementänderung notwendig: 1997 traten alle Teilnehmer entweder in der Fun- oder der Road-Klasse an; es gab pro Rennen einen Lauf, analog zu den Ergebnissen wurden die

jeweiligen Punkte vergeben. Ab 1998 wurde ein so genanntes „Ausscheidungssystem im k.o.-System“ eingeführt.

Das Gesamtstarterfeld wird gemäß diesem Schema in vier Felder zu je 22 Startern geteilt, die jeweils in jeder Gruppe 12 Erstplatzierten gelangen weiter in die beiden Hoffnungsläufe, das Halbfinale setzt sich zusammen aus den Plätzen 1 bis 9 der Vorläufe plus den vier Erstplatzierten des Hoffnungslaufes. Nach Durchführung des Halbfinals gelangen jeweils die 11 Erstplatzierten der beiden Halbfinalen weiter in das Finale.

Das Spektakel „Supermoto“ hatte sich 1998 schon etabliert: das „Sportmagazin“ schrieb: „Mit Partnern wie dem Motorradmagazin, Dunlop, Forstinger und Sebring hat man gut lachen – auch wenn vor Staunen manchmal der Mund offen bleibt“. (Sportmagazin, S. 112, 10. November 1998)

Die Platzierungen 1998 lauteten in der Road-Klasse: 1. Platz: Peter Winkelmayr, dahinter: Michael Sieberlechner, Anton Seewald, Richard Thallinger und Jürgen Knoth; für die Fun-Klasse: Gerold Schollar, Paul Konziolka, Hannes Maxwald, Horst Sleiss und Andreas Reiter. (Aufzeichnung Autor)

Ein weiterer Erfolg wurde bei der Zahl der Sponsoren erzielt: diese stieg von 1997 zu 1998 um fünf an, auch ein Zuwachs bei den Zuschauerzahlen um 15% konnte erzielt werden. (Aufzeichnungen Autor)

Auch das „Motorradmagazin“ schrieb in einem Saisonrückblick: „... Alle Fahrer haben scheinbar heimlich trainiert. Mit atemberaubenden Manövern bescherten sie Jubel beim Publikum und Ohrenschlackern bei den Organisatoren. Kurz gesagt: Die Rennserie hat mit Bravour bestanden...“ (Motorradmagazin, S. 111, 11. November 1998)

Auf Grund des Erfolges zeichnete sich für 1999 die Erhebung der Cupmeisterschaft zur Staatsmeisterschaft ab. (Motorradmagazin, S. 113, 11. November 1998)

3.3.3 Wirtschaftliches Wachstum: das Jahr 1999

Die Renntermine 1999 waren:

- 13. Mai in Aspern
- 20. Juni Wachauring-Melk
- 8. August Kottingbrunn

- 29. August Frauenkirchen
- 19. September Kottlingbrunn

Den Sporttechnisch wichtigsten Punkt stellte 1999 die Erhebung der Fun-Klasse zur österreichischen Supermoto-Staatsmeisterschaft dar. (Aufzeichnungen des Autors) Aus wirtschaftlicher Sicht war der wichtigste Punkt die Patronanzübernahme von „Denim“ (Kosmetikhersteller) über die Österreichische Supermoto-Staatsmeisterschaft. Ab diesem Jahr hieß die Staatsmeisterschaft daher in der Bewerbung auch „Denim-Trophy“. Als weiteren Pluspunkt konnten die Veranstalter die Einrichtung einer „Junior-Challenge (14 bis 19 Jahre) verbuchen. (Sportmagazin, S. 113, August/September 1999) Dem Kosmetikhersteller war die Patronanz über die Staatsmeisterschaft öS 800.000 pro Jahr wert. (Aufzeichnungen Autor). Der Supermotard Club Austria konnte außerdem durch eigene Berechnungen nachweisen, dass der Wert der Berichterstattung sowie der Anzeigen zu Supermoto in den österreichischen Medien, gemessen am aufgewendeten Platz der Berichterstattung, öS 1.808.570 („Presse-Sampler“) betrug. Den größten Anteil daran hatte das „Motorradmagazin“, gefolgt vom „Sportmagazin“. (Aufzeichnungen des Autors) Weiter gab der Club an, laut Medienanalyse 932.000 Leser im Jahr 1999 über Supermoto gelesen hatten, dass es 20.000 Menschen als Publikum vor Ort gab und dass im Internet 700 Hits auf der Homepage des SMC zu verzeichnen waren. (SMC, Flyer: „Facts“, 2000).

Auf Grundlage dieser massiven Bewerbung steigen auch die Zuschauerzahlen an: der Spitzenwert wird beim Rennen im September mit 5.000 Beobachtern erreicht, die Starterzahl bei diesem Rennen betrug 100. (Sportmagazin, S. 111, August/September 1999) Die Ergebnisse der Denim-Trophy, also der Staatsmeisterschaft (frühere Fun-Klasse) waren 1999 wie folgt: 1. Platz: Hannes Maxwald, dahinter Gerold Schollar, Stephan Wunderlich, Georg Gumpenberger und Paul Kondziolka. (Oberste Nationale Sportkommission für den Kraftfahrersport, 1999, Ergebnisliste).

3.3.4 Stabilisierung: das Jahr 2000

Die Renntermine des Jahres 2000 waren:

- 21. Mai in Kottlingbrunn
- 17./18. Juni in Oberpullendorf
- 29. Juli Wachauring in Melk
- 13. August in Hartberg

- 9. September in Kottingbrunn

Die Rennregeln der Staatsmeisterschaft aus dem Jahr 1998 wurden 2000 wieder etwas vereinfacht: Die Zahl der Vorläufe wurde von vier auf drei gekürzt und es fand nach diesem neuen Reglement nur mehr ein Hoffnungslauf statt.

Nachdem sich abzeichnete, dass die Road-Klasse aussterben würde, wurde 1999 als weitere Neuerung die „400er-Klasse“ mit 400 Kubikzentimeter Hubraum eingerichtet. (Aufzeichnungen Autor)

In wirtschaftlicher Hinsicht stieg der Wert der Medienberichterstattung sowie der Anzeigen („Presse-Sampler“) von rund öS 1,8 Mio. im Jahr 1999 auf öS 2.552.378 im Jahr 2000. (Aufzeichnungen Autor)

Erstmals berichtete im Jahr 2000 auch der ORF zu Supermoto in seinen Sport-Bild Sendungen, ohne dass eine formelle Kooperation abgeschlossen wurde. (ORF, Brief an SMC-Austria, 16. März 2000)

Auch die Ablaufplanung wurde von Seiten des Supermotard Clubs Austria weiter verfeinert, eine derartige Prozessplanung des Jahres 2000 findet sich im Anhang zur Diplomarbeit.

Die Ergebnisse der Staatsmeisterschaft des Jahres 2000 lauteten wie folgt: 1. Platz: Gerald Schollar, gefolgt von Hannes Maxwald, Heinz Hochreiter, Paul Kondziolka und Gerald Wartbichler. (Oberste Nationale Sportkommission für den Kraftfahrsporet, 2000, Ergebnisliste).

3.3.5 Das ORF-Jahr: 2001

Die Termine für 2001 lauteten:

- 29. April Glantschach in Kärnten
- 26. Mai in Kottingbrunn
- 24. Juni in Heiming in Tirol
- 7. Juli in Melk
- 8. September in Kottingbrunn

Wie die Überschrift zum Jahr zeigt, gelang es 2001 erstmals, mit dem ORF, Sportredaktion, eine Zusammenarbeit zu vereinbaren. Der ORF sagte zu, über Supermoto „nach Maßgabe“ zu berichten, vor allen Läufen in der Sendung Sportbild zu berichten, außerdem wurde eine Sendefläche in TW 1 angedacht. (ORF, Brief an SMC Austria, 9. April 2001).

Auf Basis des angesammelten Know-hows sowie der ORF-Vereinbarung und damit einer größeren Medienwirksamkeit war es 2001 auch erstmals möglich, ein Fremdveranstalterkonzept (fast in Franchise-Form) zu erstellen und dann auch tatsächlich zu verkaufen. Dieses Konzept sah vor, dass SMC Austria Leistungen zu Verfügung stellt (zB die Medienplattform, Plakate und Folder, Pressearbeit, Fahrerbetreuung, Datenverarbeitung und Administration, Zeitnahme, VIP – Betreuung, Preisgeld und Internetplattform); der Veranstalter (in der Regel Motorradclubs) hatte beizubringen: Genehmigungen, Versicherungen, Sportliche Abwicklung, Rettung, Streckenaufbau, Siegerehrung und Pokale, Fahrerlager, Parkplätze, Sanitäre Einrichtungen laut Behördlichen Bestimmungen, Gastronomie, Personal, Beschallung, Anfahrtsbeschilderung, Lokale Pressearbeit, Kostenaufwand und –risiko zur Supermoto Geländeanmietung und Stromversorgung. Die Kosten auf Seiten des Veranstalters schätzte SMC Austria auf öS 36.900 pro Rennen. (SMC, 2001, Veranstaltervereinbarung). Das vollständige Konzept befindet sich im Anhang zur Arbeit.

Dieses Konzept konnte alleine 2001 zwei Mal verkauft werden; die Veranstalter der Rennen konnten jeweils wirtschaftlich und sportlich positiv bilanzieren. (Aufzeichnungen Autor)

Erstmals wurden 2001 auch Rundenzeiten genommen; dadurch war es auch möglich, den Trainingsmodus vom k.o.-System auf ein Zeitnehmungssystem zu wechseln. Das Training fand daher jeweils in Gruppen statt, die vom Veranstalter festgelegt wurden. Jede Klasse konnte ein freies Training ohne Zeitnahme und zwei „gezeitete“ Trainings absolvieren. Gewertet wurde jeweils die schnellste Runde jedes Fahrers aus beiden Zeitläufen der jeweiligen Klasse. Eine weitere Änderung betraf die Startaufstellung: für diese wurde die schnellste Zeit aus beiden Zeitläufen heran gezogen. Der erste in der Startaufstellung war der Fahrer mit der absolut schnellsten Zeit aus allen Trainingsgruppen und allen

Zeitläufen. Die Staatsmeisterschaftsläufe wurden auf Grund des großen Andranges auf maximal 78 Starter begrenzt. (SMC, Regelwerk 2001)

Auch der Hauptsponsor für die Staatsmeisterschaft wechselte: Denim trat zurück, Sound2wear übernahm die vakante Position. Dies war für SMC Austria ein finanzieller Fortschritt, da vor 2001 die Sponsorgelder von Denim vom Motorradmagazin lukriert und dann nur 20 bis 30% der Gesamtsponsorgelder an SMC Austria weiter geleitet wurden. Dagegen bezahlte Sound2wear seine Sponsorbeiträge direkt an SMC Austria. (Aufzeichnungen Autor).

Erstmals wurde 2001 auch nennenswertes Preisgeld ausgeschüttet: insgesamt wurden öS 100.000 an die Fahrer ausgezahlt: öS 20.000 pro Rennen, aufgeteilt auf die zehn Erstplatzierten. (Aufzeichnungen Autor)

Die Ergebnisse der Staatsmeisterschaft des Jahres 2001 lauteten wie folgt: 1. Platz: Hannes Maxwald, gefolgt von Gerold Schollar, Heinz Hochreiter, Gerald Wartbichler und Stephan Wunderlich. (Oberste Nationale Sportkommission für den Kraftfahrtsport, 2001, Ergebnisliste).

3.3.6 Das professionelle Jahr: 2002

Das Konzept „Supermoto“ in Österreich hatte sich durchgesetzt; daher war ab diesem Jahr nicht nur der Supermotard Club Österreich Veranstalter von Rennen, insgesamt wurden 10 Rennen durchgeführt, davon drei von SMC Austria:

- 23. Juni in Kottingbrunn
- 25. August in Schwanenstadt (in Zusammenarbeit mit dem Motorsportverein MSV Schwanenstadt)
- 15. September in Kottingbrunn

Ab dem Jahr 2002 wurde die Klasse bis 455 Kubikzentimeter Hubraum (die frühere 400er Klasse) ebenfalls, neben der offenen Klasse, zur Staatsmeisterschaftsklasse erhoben. (Aufzeichnungen Autor) Daher gibt es im Supermotard ab 2002 zwei unterschiedliche Staatsmeisterschaftsergebnisse: in der offenen Klasse siegte Gerold Schollar vor Hannes Maxwald, Gerald Wartbichler, Heinz Hochreiter und Werner Müller; In der Klasse bis 455 Kubikzentimeter Hubraum siegte Christian Ackerl vor Robert Ulm, Johann Schruf, Walter

Baumgartner und Wilfried Reiter. (Oberste Nationale Sportkommission für den Kraftfahrtsport, 2002, Ergebnisliste).

Auch die Öffentlichkeitsarbeit fand Verbreitung: erstmals bezahlten die beiden Firmen Remus und Leaseplan Trailer (mit rund 8 bzw. 22 Sekunden Länge) in ORF Sendungen, die auf die Supermoto Läufe hinwiesen. Diese Trailer hatten die Form: „Remus und Leaseplan präsentieren den Lauf zur Supermoto - Staatsmeisterschaft ... am ... um ... Uhr.“ (Aufzeichnungen Autor).

Auf Basis der erweiterten Öffentlichkeitsarbeit wurden Standardsponsorpakete für die einzelnen Laufklassen definiert und auch verkauft. (SMC Austria, Konzept Supermoto, 2002)

Erstmals sponserte nun auch SMC Austria einen Fahrer bei Rennen. Mit einem Sponsor wurde für dessen Kunden ein Fahrtechniktraining mit Fahrern der Staatsmeisterschaft durchgeführt. (Aufzeichnungen Autor)

3.3.7 Zusammenfassung der Entwicklung

In den Jahren 1997, von seiner Einführung, bis zum Ende des Betrachtungszeitraumes dieser Arbeit, 2003, erlebte Supermoto in Österreich, wie in unten angeführt, einen stetigen Aufstieg:

Tabelle 1: Entwicklung von Teilnehmern, Rennklassen und Zahl der Rennen

	1997	1998	1999	2000
Teilnehmer	50	69	90	94
Nennggebühr in EUR	29	131	182	262
Preisgeld in EUR	-	-	727	727

	2001	2002	2003	2004
Teilnehmer	74	96	64	110
Nennggebühr in EUR	262	n.b.	n.b.	n.b.
Preisgeld in EUR	7267	n.b.	n.b.	n.b.

	2005	2006	2007	2008
Teilnehmer	90	103	71	188
Nennggebühr in EUR	n.b.	n.b.	n.b.	390
Preisgeld in EUR	n.b.	n.b.	n.b.	n.b.

	1997	1998	1999	2000
Rennklassen	2	2	3	4
Anzahl der Rennen	3	5	5	5

	2001	2002	2003	2004
Rennklassen	2	3	2	2
Anzahl der Rennen	5	5	7	6

	2005	2006	2007	2008
Rennklassen	3	3	3	10
Anzahl der Rennen	6	7	7	6

Quelle: Aufzeichnungen des Autors, eigene Darstellung

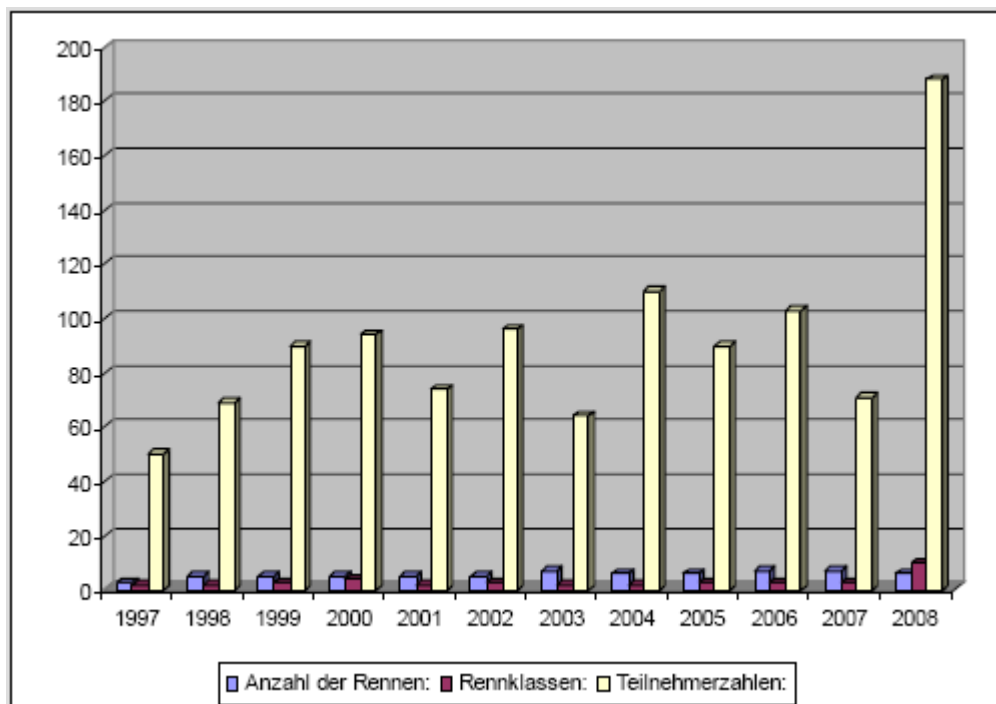


Abbildung 10: Zahl der Rennen, Rennklassen und Teilnehmerzahlen, 1997 bis 2008

Quelle: Aufzeichnungen des Autors, eigene Darstellung

Von 1997 bis 2008 haben sich die

- Anzahl der gefahrenen Rennen **verdoppelt**
- Anzahl der Rennklassen **verfünffacht** und die
- Anzahl der Teilnehmer **fast vervierfacht**

Interessanterweise korreliert die Steigerung der Teilnehmerzahlen nicht, wie logischerweise angenommen, mit der Höhe der Preisgelder bzw. der Nennbeträge. Die Anzahl der Fahrer steigt hingegen einerseits teilweise mit der Anzahl der gefahrenen Rennen im Jahr andererseits mit einer Ausweitung der Cup's (Rennklassen), siehe Rennjahr 2008 mit der seit jeher höchsten Anzahl von 188 Fahrern in 10 Cups u. a. Juniors, Rookies, Micheline Power Cup, Gentleman Award, ÖAMTC Dunlop Cup, 1000 PS Challenge etc.

„**Supermoto**“, hat sich mittlerweile nicht nur im internationalen Motorradrennsport, sondern auch in der nationalen Szene, als Fixpunkt für begeisterte Motorsportanhänger etabliert! Das zeigt sich in immer mehr Bewerben mit immer steigender Teilnehmeranzahl. Als Gründe für die Etablierung dieser „neuen Trendsportart“ sind u. a. die vermehrte Berichterstattung in den Medien und damit verbundene Publizität als auch der Einstieg von namhaften Sponsoren wie Denim, Dunlop, Forstinger Remus, Sebring etc. anzuführen. Zu erwähnen ist natürlich auch der, gerade in den 90er Jahren, gestiegene Wohlstand einiger Bevölkerungsschichten und der damit verbundene Trend „zurück zum Motorrad bzw. zum Motorsport“ sowie die immer besser werdende Sicherheitstechnik bei Motor(renn)sportequipment. Diese Entwicklung wird im folgenden Kapitel auch wirtschaftlich beleuchtet.

4 Die Bedeutung des Sports für die Wirtschaft

Die Verflechtung von Sport und Wirtschaft wächst. Sport ist eine volkswirtschaftlich nicht mehr zu vernachlässigende Größe geworden. Sport verursacht Kosten, mit Sport lassen sich aber auch Einnahmen erzielen – für den einzelnen, für die Sportorganisationen, für die Wirtschaftsunternehmen und nicht zuletzt für den Staat. (Anders/Hartmann, 1996, S. 5)

Will man das Thema Sport als Wirtschaftsfaktor erläutern, gebührt dem Sportsponsoring zweifelsohne ein Platz weit oben auf der Tagesordnung. (Anders/Hartmann, 1996, S. 12)

Aus diesem Grund wird, nach Klärung der Begrifflichkeiten und den Auswirkungen auf die volkswirtschaftliche Wertschöpfung durch Sport in Österreich, explizit auf den Themenbereich (Sport)Sponsoring und Werbung sowie auf die mediale Bedeutung (in Zusammenhang mit dem Fernsehen) in Folge noch eingegangen.

4.1 Sportökonomie

Definition Sportökonomie: „ist jene Wissenschaft, die sich mit dem Zusammenhang zwischen Sport und Wirtschaft befasst.“ (Weiss, 1999, S. 215)

Die Sportökonomie ist ein sehr „junges“ Theoriefeld, das seine Entstehung vor allem der starken Kommerzialisierung aller Bereiche des Sports, d. h. der Instrumentalisierung des Sports durch die Wirtschaft verdankt. Damit verbunden sind eine ganze Reihe von positiven Konsequenzen aber auch einige nicht unbedeutende Gefahren. (Federice/Horch/Schubert, 2002, S. 141)

Der Sport steht ohne Zweifel seit jeher im Mittelpunkt der Freizeitgestaltung. Auch weiterhin gewinnt er immer mehr Freunde. (Anders/Hartmann, 1996, S. 11)

Im Hinblick auf die Millionen von Menschen, die Woche für Woche in die Sportstadien strömen, lässt sich ganz allgemein sagen: Das eigentliche Interesse und Wesentliche der Zuschauerrolle im Sport besteht darin, dass die Involvierung des Zuschauers durch ein betontes kinästhetisches (=„bewegungssensibles“) (Anm. des Autors) Verständnis charakterisiert ist, das ihn mit dem aktiven Sport verbindet. Das bedeutet ein Mitgehen und eine intensive Identifikation mit den Aktiven... (Weiss, 1990, S. 113)

Zu begründen ist diese Entwicklung u. a. mit der Entwicklung der Wirtschaft und des Wohlstandes (und der damit verbundenen Steigerung der Haushaltseinkommen), dem Wandel der erwerbstätigen Bevölkerung, einer fortschreitenden „Bildungsexplosion“ sowie einem Wandel in der ökologischen Umgebung (z. B. Ausbau des Angebots an Freizeiteinrichtungen), einem Anstieg im Gesundheitsbewusstsein und der Freizeitorientierung. (Norden/Schulz, 1988, S. 45 und S. 49)

Ein weiterer Aspekt der Steigerung des Interesses an Sport ist darin anzusehen, dass auch, insbesondere in der Altersgruppe von 30 bis 39 Jahren, ein Zusammenhang zwischen Sport und Lebensqualität besteht, wie durch amerikanische Studien von Norden und Schulz, 1988 und Kelly und Ross, 1989 bewiesen wurde. (Ehalt/Weiss, 1993, S. 150)

Trotzdem ergibt sich aus o. g. Definitionen ein natürlicher kausaler Zusammenhang mit der Identifikation der Zuschauer mit einer Sportart, den Zuschauerzahlen und der wirtschaftlichen Wirkung bzw. der Wertschöpfung.

Sport erhält in zunehmendem Maße Bedeutung für die Wirtschaft. Er ist zu einem gewinnträchtigen Erwerbszweig geworden: für die Sportartikelindustrie, die mit dem Verkauf von Sportkleidung und –geräten immer neue Märkte erschließt; für den Sporttourismus; für Sportunternehmen (z. B. Fitnesscenter, Ski-, Segel-, Reitschulen etc.), die Sport kommerziell anbieten; für sportliche Großveranstaltungen; für die Medien; für die Marketing-, Freizeit-, und Werbeindustrie; für Vereine mit Profimannschaften und nicht zuletzt für die Sportler selbst. Wirtschaftliche Erfolge und marktbezogenes Handeln treten immer häufiger neben die sportlichen Ziele. Es ergeben sich vielfältige Verflechtungen zwischen Sport und Wirtschaft, und somit rücken sportökonomische Aspekte in den Vordergrund. (Weiss, 1999, S. 215)

4.2 Abhängigkeit zwischen Sport und TV

Weiters ist aber auch der Zusammenhang bzw. die Abhängigkeit zwischen Sport und dem Fernsehen (vgl. 4.2 Darstellung der wirtschaftlichen Zusammenhänge am Beispiel ORF) heute ein wichtiger Faktor bzw. Grundvoraussetzung für die Professionalisierung des Sports. (Weiss, 1999, S. 227)

„Television buys sports. Television supports sports. It moves in with its money and supports sports in a style to which they have become accustomed and then, like a bought lady, sports become so used to luxurious living they extricate themselves. So, slowly at first, but inevitably, television tells sports what to do. It is sports and it runs them the way it does most other things, more flamboyantly than honestly” (Shecter, 1970, S. 79)

Die Abhängigkeit ist jedoch nicht einseitig. Nicht nur Sport braucht das Fernsehen, sondern auch das Fernsehen braucht den Sport. Die Zunahme der Fernsehwerbung im und mit Sport erhöht die finanzielle Kraft der Networks, und der Sport partizipiert zunehmend von diesen Geldern, da für Übertragungsrechte immer astronomischere Summen bezahlt werden. (Vgl. Kapitel 4.2 Bedeutung von Sponsortätigkeit im Sport). (Weiss, 1999, S. 227-228)

Im Zuge der Betrachtungsweise der Abhängigkeiten muss jedoch auch auf den Zusammenhang der Präferenz der Sportarten in der Berichterstattung im TV, wobei lt. Fessel-GFK, 1979, die Sportarten Skifahren (75,5%), Autorennen (56%), Fußball (54,4%), Eislaufen (50%) am oberen Ende und Federball (17,5%) am unteren Ende zu finden sind, hingewiesen werden. (vgl. Weiss/Russo, 1987, S. 96). Das könnte zum Schluss führen,

dass die mediale Präsenz einer Sportart (ebenda S. 58) sich auch auf das Interesse an einer Sportart auswirkt, was wiederum mit einer Steigerung der Sponsortätigkeit einher geht. Analysen wie sich dieser Zusammenhang auf Supermoto auswirken könnte liegen derzeit leider nicht vor. (Obwohl die Zuschauer –und Starterzahlen von Supermoto in Österreich konstant bis leicht steigend sind, besteht noch die Situation, dass für mediale Berichterstattungen entweder bezahlt werden muss oder der Veranstalter auf den „Good Will“ der in Frage kommenden Medien angewiesen ist. (Interview mit Ingo Partsch, ÖAMTC Motorsport vom 19.06.2008)

Die größten Schwierigkeiten des Versuches einer vollständigen Erfassung der wirtschaftlichen Effekte des Sports in Österreich stellen die vielfältigen Ausprägungsformen dieses Wirtschaftsbereichs dar. Die zu Beginn angeführte Tabelle mit jenen vom Sport direkt oder indirekt beeinflussten Kategorien zeigt bereits den enormen Umfang der zu berücksichtigenden Wirtschaftsbereiche in Bezug auf deren Sportrelevanz.

Als Grundlage gilt die von der Wirtschaftskammer Österreich bei der SportsEconAustria (kurz: SpEA) in Auftrag gegebene Studie „Sportwirtschaft in Österreich“.

Die von der Wirtschaftskammer Österreich in Auftrag gegebene Studie untersucht anhand einer Einteilung der sportrelevanten Kategorien innerhalb der österreichischen Wirtschaftsstruktur in den

- Produktionssektor,
- den Sporthandel,
- den Sporttourismus
- sowie den Bereich der Sportdienstleistungen

systematisch die Höhe des darin enthaltenen Sportanteils. (SpEA, 2006: Sportwirtschaft in Österreich. S. 31)

Obwohl der Sport als Wirtschaftsfaktor wichtige Impulse für die Gesamtwirtschaft gibt, ist er wohl auch gleichzeitig einer der unterschätztesten Wirtschaftsbereiche. (SpEA, 2006: Sportwirtschaft in Österreich)

Die österreichische Sportwirtschaft repräsentiert eine Wachstumsbranche par excellence – noch dazu eine mit Ausdauer. Ermüdungserscheinungen zeichnen sich nicht ab, im Gegenteil: mit der UEFA Fußball-Europameisterschaft 2008 und der Bewerbung um die Ausrichtung der Olympischen Winterspiele 2014 in Salzburg stehen gleichermaßen sportlich wie wirtschaftlich Großereignisse an. Umso überraschender ist, dass kaum ein zweiter Wirtschaftszweig von ähnlich großer gesamtwirtschaftlicher Bedeutung auf der wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Forschungsagenda so frappierend vernachlässigt wird wie der Sport. Der Agrarökonomie und dem Bergbau wird jeweils eine weitaus höhere (auch finanzielle) Aufmerksamkeit zuteil als der Sportökonomie, obwohl die Wertschöpfung in der Landwirtschaft¹ und im Bergbau lediglich einen Bruchteil der mehrfach höheren Wertschöpfung des Sports erreicht. (SpEA, 2006: Sportwirtschaft in Österreich) In diesem Kapitel soll einerseits der Zusammenhang zwischen Sport und Wirtschaft bzw. zwischen Wirtschaft und Sport, sowie andererseits auch die Bedeutung von Sport als Werbeträger, insbesondere in der Eigenschaft der Sponsortätigkeit im Sport beleuchtet werden und im Vergleich zur Supermotardszene dargestellt werden. Weiters werden die volkswirtschaftlichen Aspekte wie Einkommenseffekte, Arbeitsmarkteffekte und Fiskaleffekte behandelt.

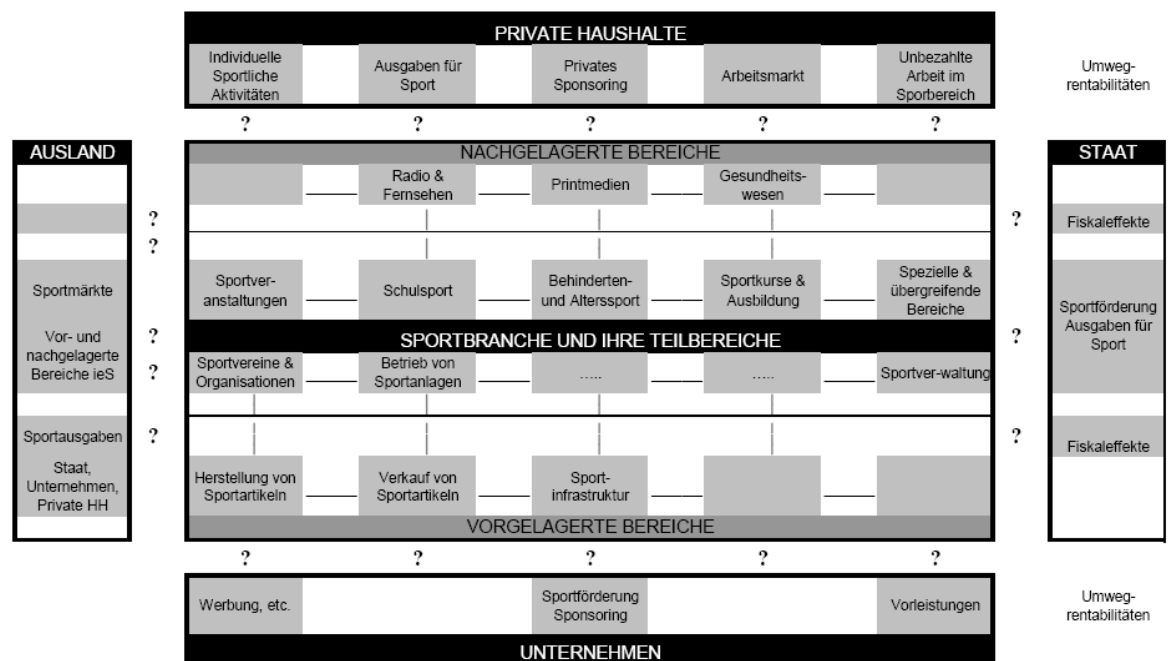


Abbildung 11: Wertschöpfungsnetzwerk Sport

Quelle: SpEA, 2006

Einleitend ist darauf hinzuweisen, dass sich die wirtschaftliche Bedeutung von Sport in einer bzw. für eine Volkswirtschaft naturgemäß nicht nur auf die ausübende Tätigkeit von Sport, wie z. B. bei Sportgroßveranstaltungen beschränkt, sondern definitionsgemäß (lt. ÖNACE Systematik der Wirtschaftstätigkeiten) in die Kategorien

- Sport im engsten Sinn (z. B.: Betrieb von Sportanlagen, Dienstleistungen des Sports etc.)
- Sport im engeren Sinn (Sportartikelproduktion, usw.)
- Sport im weiteren Sinn (z.B.: Tourismus, Werbung, Versicherungen etc.)

zu unterteilen ist. Die genaue Zuordnung der Wirtschaftssektoren ist lt. ÖNACE wie folgt definiert:

Tabelle 2: ÖNACE Klassifikation "Sport im engeren Sinn"

ÖNACE	Bezeichnung
Sportartikelproduktion	
36.40-00	Herstellung von Sportgeräten
Sonstige sportrelevante Produktion	
35.42-00	Herstellung von Fahrrädern
18.00-00	Herstellung von Bekleidung
19.30-00	Herstellung von Schuhen
15.88-00	Herstellung von homogenisierten und diätischen Nahrungsmitteln
35.12-00	Boots- und Yachtbau
36.14-00	Herstellung von sonstigen Möbeln
Sportartikelhandel - Großhandel	
51.47-05	Großhandel mit Sportartikeln
Handel mit sonstigen sportrelevanten Gütern - Großhandel	
51.42-00	Großhandel mit Bekleidung und Schuhen
Sportartikelhandel - Einzelhandel	
52.48-05	Einzelhandel mit Fahrrädern, Sport- und Campingartikeln

Handel mit sonstigen sportrelevanten Gütern - Einzelhandel	
52.20-00	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren
52.62-00	Einzelhandel an Verkaufsständen und auf Märkten
52.47-01	Einzelhandel mit Büchern, Zeitschriften und Zeitungen
52.42-00	Einzelhandel mit Bekleidung
52.43-00	Einzelhandel mit Schuhen
52.63-00	Sonstiger Einzelhandel (nicht in Verkaufsräumen)
52.61-00	Versandhandel
Sportunterhaltung / Medien	
22.11-00	Buchverlag
22.12-00	Zeitungsverlag
22.13-00	Zeitschriftenverlag
22.20-00	Druckerei
64.20-02	Kabelhörfunk- und -fernsehgeseellschaften
92.20-00	Hörfunk- und Fernsehveranstaltungen, Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen

Sportausbildung	
80.10-02	Volksschulen
80.20-00	Weiterführende Schulen
80.30-00	Hochschulen und hochschulverwandte Lehranstalten
80.41-02	Fahrschulen
92.34-01	Tanzschulen
92.60-00	Betrieb von Sportanlagen, Erbringung von sonstigen DL des Sports
Diverse Dienstleistungen (rund um den Sport)	
52.74-00	Reparatur von sonstigen Gebrauchsgütern
71.40-02	Vermietung von Sportausrüstung
93.04-01	Schlankheits-, Massage- und Fitnesszentren
60.21-00	Verkehr inkl. Seilbahnen
Wett-, Toto- und Lotteriewesen	
92.71-01	Wett-, Toto- und Lotteriewesen

Quelle: (SpEA, 2006: Sportwirtschaft in Österreich. S. 83)

Tabelle 3: ÖNACE Klassifikation "Sport im weiteren Sinn"

ÖNACE	Bezeichnung
Sportunterkünfte	
55.10-00	Hotels, Gasthöfe und Pensionen
Sportgastgewerbe	
55.30-00	Restaurants, Gasthäuser, Imbissstuben, Cafehäuser und Eissalons
Sonstiger Sporttourismus	
55.21-02	Schutzhütten
55.22-00	Campingplätze
55.23-00	Beherbergungswesen a.n.g.
55.40-00	Sonstiges Gaststättenwesen
55.50-00	Kantinen und Caterer
63.30-00	Reisebüros und Reiseveranstalter
Sonstige Sportproduktion	
1.00-00	Landwirtschaft, Jagd
45.20-00	Hoch- und Tiefbau
Sportrelevanter KFZ - Sektor	
25.11-00	Herstellung von Bereifungen
31.61-00	Herstellung von elektrischen Ausrüstungen für Motoren und Fahrzeuge a.n.g.
34.10-00	Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenmotoren
35.41-00	Herstellung von Krafträdern
50.20-00	Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen
50.40-00	Handel mit Krafträdern, Teilen und Zubehör;
50.50-00	Instandhaltung und Reparatur von Krafträdern
	Tankstellen
Sporttransportgewerbe	
50.50-00	Tankstellen
60.10-00	Eisenbahnen
Sportrelevante Gesundheitsdienstleistungen	
66.03-01	Sonstiges Versicherungswesen (ohne Rückversicherung)
85.14-00	Gesundheitswesen a.n.g.
Sportwerbung	
74.40-00	Werbung

Quelle: (SpEA, 2006: Sportwirtschaft in Österreich. S. 84)

4.3 Darstellung der wirtschaftlichen Zusammenhänge am Beispiel ORF

Wie bereits zu Beginn erwähnt, erfolgt in diesem Teil der Arbeit eine Darstellung der direkten und indirekten Wertschöpfungs-, Beschäftigungs-, Kaufkraft- und Fiskaleffekte. Anhand eines vereinfachten Beispiels sollen die Kreislaufzusammenhänge, durch welche über die direkten Effekte hinaus noch weitere Effekte induziert werden (Multiplikatoreffekte), dargestellt werden. Folgende Abbildung stellt diese multiplikativen Wirkung an Hand eines Unternehmens (hier als Beispiel des Medienunternehmens ORF) dar.

Die laufende Wirtschaftstätigkeit des Unternehmens (d.h. die Bereitstellung der angebotenen Dienstleistungen) erfordert zum einen den Einsatz von Personal (direkter Beschäftigungseffekt) als auch von Vorleistungen. Unter Vorleistungen versteht man die nicht vom Unternehmen selbst erstellten Leistungen und Produkte (z.B. technische Ausrüstung, Energie, Miete usw.), welche von anderen Unternehmen bezogen werden. Der direkte Wertschöpfungseffekt berechnet sich als der gesamte, vom Unternehmen erwirtschaftete, Bruttoproduktionswert abzüglich der zugekauften Vorleistungen.

Der Bezug von Vorleistungen durch den ORF generiert in den betroffenen Unternehmen verschiedenster Branchen zusätzliche Umsatzerlöse – die dadurch entstehenden zusätzlichen Gewinne, ausbezahlten Gehälter usw. stellen die indirekten Wertschöpfungseffekte (1. Runde) dar. Zudem erfordert die Bereitstellung dieser Vorleistungen Beschäftigte – man spricht hier vom indirekten Beschäftigungseffekt. Für eine vollständige Berücksichtigung der Multiplikatoreffekte müssen auch die Folgewirkungen dieser Wirtschaftstätigkeit (2. Runde etc.) untersucht werden. Um den soeben besprochenen Vorleistungsbezug zu ermöglichen, benötigen die betroffenen, externen Unternehmen ebenfalls Vorleistungen, die wiederum von verschiedenen Branchen geliefert werden. Dies generiert wiederum Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte (indirekte Wertschöpfungseffekte der 2. Runde und indirekte Beschäftigungseffekte der 2. Runde)

Zu berücksichtigen ist auch, dass durch die Beschäftigung im ORF zusätzliche Einkommen geschaffen werden, welche wiederum verausgabt werden (nachfragewirksames Nettoeinkommen), man spricht vom direkten Kaufkrafteffekt. Die vom erhöhten Konsum betroffenen Branchen (z.B. der Einzelhandel, Versicherungen, usw.) benötigen für die Befriedigung der erhöhten Güternachfrage zusätzliches Personal, die Nachfrage nach Arbeitskräften steigt – dies ergibt den induzierten Beschäftigungseffekt. Auch die im Rahmen der indirekten und induzierten Beschäftigungseffekte erfassten Arbeitskräfte generieren Einkommen, welches wiederum verausgabt wird und in Form multiplikativer Kaufkrafteffekte wirksam wird. Diese „rundenweise“ Betrachtung kann grundsätzlich um beliebig viele Runden erweitert werden. Die zusätzlich generierten Effekte werden jedoch von Runde zu Runde immer kleiner und schließlich vernachlässigbar gering. (SpEA, 2006: Sportwirtschaft in Österreich. S. 84 - 85).

Somit können die Wertschöpfungseffekte durch Sport wie folgt zusammengefasst werden:

4.4 Einkommenseffekte:

Wesentliche monetäre Kenngrößen für die wirtschaftliche Bedeutung des Sports sind die Wertschöpfung (entstehungsseitige Betrachtung) und die sportbezogene bzw. sportinduzierte Kaufkraft der Haushalte (verwendungsseitige Betrachtung). Eine Stärke des Sportsatellitenkontos besteht in der Berücksichtigung der gesamtwirtschaftlichen Liefer- und Leistungsverflechtungen. Dieser Mehrwert kommt bei der Bestimmung des Einkommenseffektes voll zu tragen. So erlaubt das Instrumentarium des Sportsatellitenkontos die Bestimmung der Einkommenseffekte (wie auch der Beschäftigungseffekte, siehe nachstehend) komplementärer Dienstleistungsbereiche, insbesondere des Produzierenden Sektors (Landwirtschaft, Sportartikelproduktion, usw.) des Sporttourismus, des Transportsektors (einschließlich Seilbahnen), der Medien- und Werbewirtschaft, des Groß- und Einzelhandels, sowie des Gesundheits- und Ausbildungswesens in Österreich.

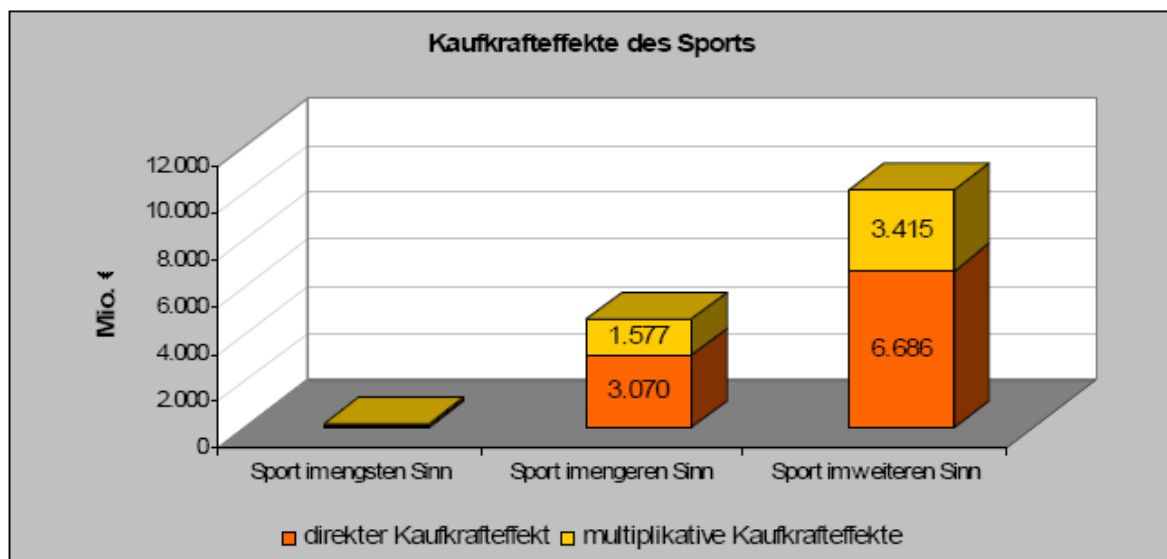


Abbildung 12: Kaufkrafteffekte des Sports

Quelle: (SpEA, 2006: Sportwirtschaft in Österreich. S. 84)

So zeigt sich, dass die Kategorie „Sport im engsten Sinn“ direkte Kaufkrafteffekte von 113 Mio. € auslöst. Zusätzlich werden durch Multiplikatoreffekte Kaufkrafteerlöse von 72 Mio. generiert, in Summe wird daher in Österreich ein Kaufkrafteffekt von 186 Mio. € wirksam. Die etwas weiter abgegrenzte Definition des „Sports im engeren Sinn“ löst einen gesamten Kaufkrafteffekt von 4.65 Mrd. € (3 Mrd. € direkter sowie 1,6 Mrd. € multiplikativer Effekt) aus. Der „Sport im weiteren Sinn“ (und somit die vollständigen im Rahmen dieser Studie berücksichtigten sportrelevanten Wirtschaftssektoren) induziert einen gesamten

Kaufkrafteffekt von 10,1 Mrd. € (6,7 Mrd. € direkter sowie 3,4 Mrd. € multiplikativer Effekt) in der österreichischen Wirtschaft. (SpEA, 2006: Sportwirtschaft in Österreich. S. 92)

4.5 Arbeitsmarkteffekte:

Die Bedeutung des Wirtschaftsfaktors Sport für die Beschäftigung wird durch zwei zentrale Kenngrößen ausgedrückt: die Beschäftigung in Pro-Kopf-Größen und die Beschäftigung in Vollzeitäquivalenten.

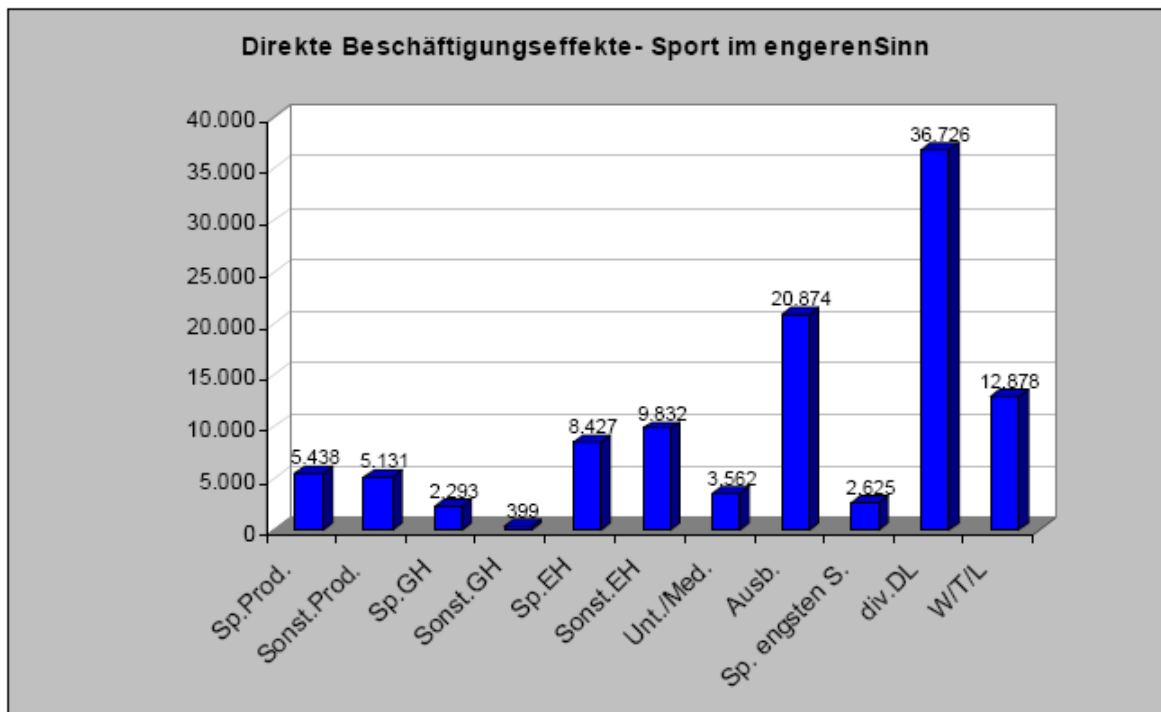


Abbildung 13: Direkte Beschäftigungseffekte - Sport im engeren Sinn

Quelle: (SpEA, 2006: Sportwirtschaft in Österreich. S. 94)

In der Kategorie „Diverse Dienstleistungen des Sports“ sind demnach 36.726 Personen beschäftigt (das entspricht einer Anzahl von 33.885 Vollzeitäquivalenten). Der Bereich „Sportausbildung“ weist einen Effekt von 20.874 Beschäftigten (19.498 VZÄ) auf. Danach folgen das „Wett-, Toto- und Lotteriewesen“ (12.878 Beschäftigte oder 11.254 VZÄ), der „Sonstige Einzelhandel“ mit 9.832 Beschäftigten (8.481 VZÄ) oder die Kategorie „Unterhaltung/Medien“ mit einem Anteil von 3.562 Beschäftigten (umgerechnet 3.289 VZÄ). (SpEA, 2006: Sportwirtschaft in Österreich. S. 94)

Definiert man den Sport in einem weiteren Sinne, so ergibt dies einen gesamten direkten, indirekten und induzierten Effekt auf den Arbeitsmarkt in Österreich von 355.752 Beschäftigten oder 311.344 VZÄ.

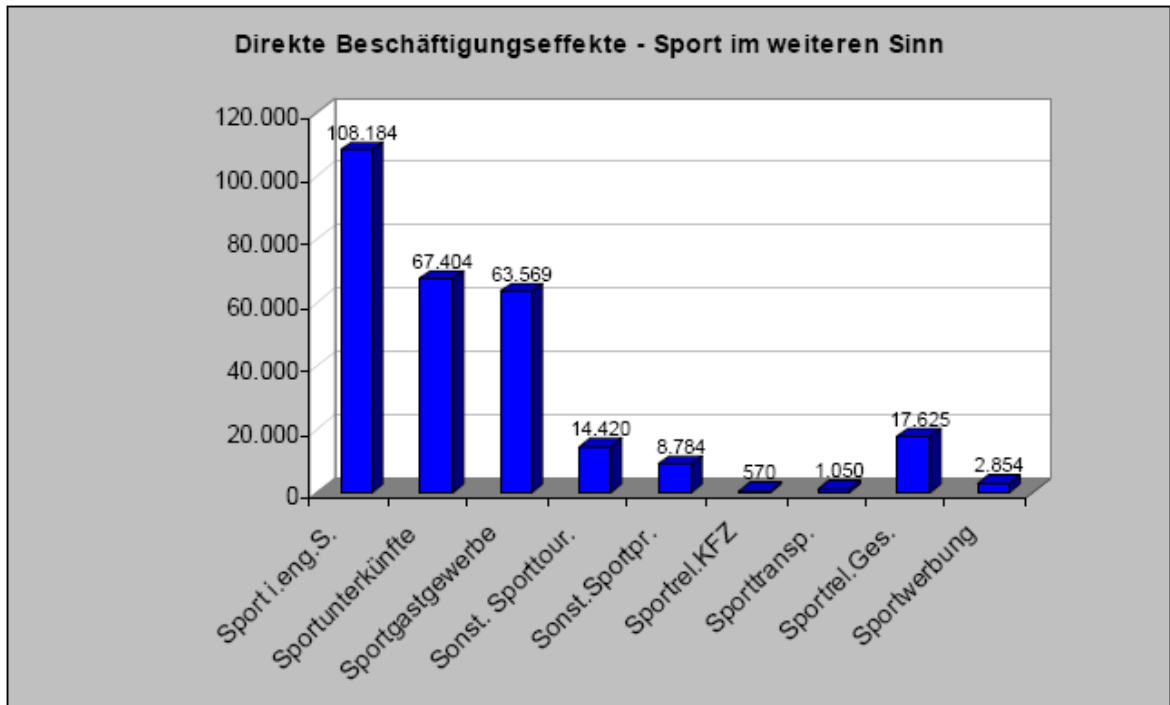


Abbildung 14: Direkte Beschäftigungseffekte - Sport im weiteren Sinn

Quelle: (SpEA, 2006: Sportwirtschaft in Österreich. S. 96)

Diese Abbildungen fassen nochmals zusammen: der Sport im engsten Sinn generiert 3.835 Arbeitsplätzen) oder 3.306 Vollzeitäquivalente. Der weiter definierte Bereich des Sports im engeren Sinn zeigt sich für einen Effekt von 140.914 Beschäftigte (bzw. 125.707 VZÄ) verantwortlich. Berücksichtigt man hingegen alle sportrelevanten Wirtschaftssektoren (Sport im weiteren Sinne), so ergibt dies einen Beschäftigungseffekt von 355.753 Arbeitsplätzen bzw. 311.345 VZÄ.

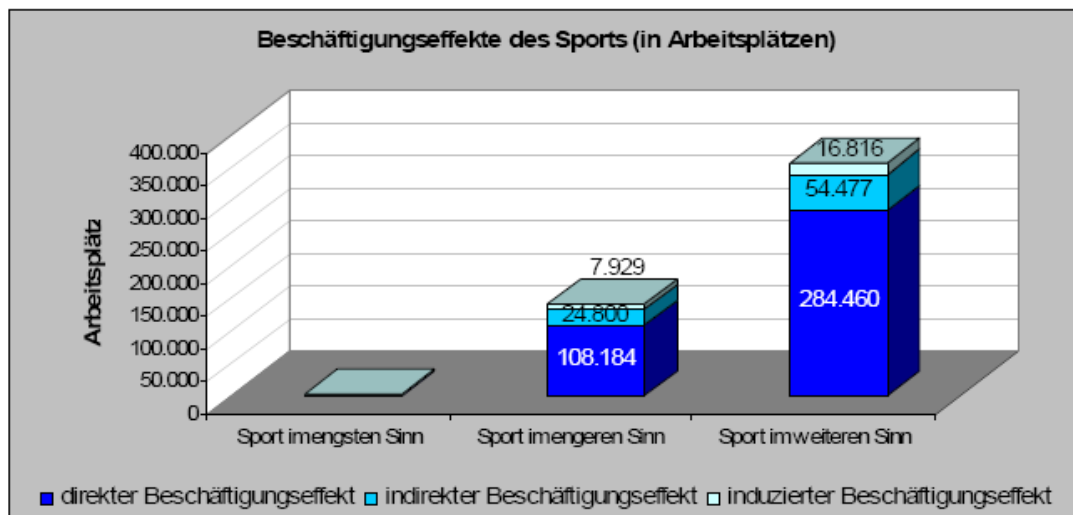


Abbildung 15: Beschäftigungseffekte des Sports in Arbeitsplätzen

Quelle: (SpEA, 2006: Sportwirtschaft in Österreich. S. 98)

4.6 Fiskalische Effekte:

Weit überwiegend wird der Sport als Empfänger öffentlicher Mittel betrachtet, sei es im Rahmen der Sportförderung, der Finanzierung von Investitionen in die Sportstätteninfrastruktur oder der Bereitstellung öffentlicher Dienstleistungen im Kontext von Sportveranstaltungen. Ein vollständiges Bild erfordert hingegen auch den Ausweis der Steuereinnahmen-erhöhenden Effekte, welche durch die im Sport geschaffene Beschäftigung generiert werden.

Beschäftigungseffekte ziehen große fiskalische Wirkungen nach sich: zum einen bedeutet jeder zusätzlich geschaffene Arbeitsplatz eine (einmalige) Verringerung der Sozialtransfers (Arbeitslosengeld und Notstandshilfe), zum anderen aber auch eine laufende Erhöhung des Aufkommens an Steuern und Sozialversicherungsabgaben während des Beschäftigungszeitraumes.

- Sozialtransfer-Einsparungen in Höhe von 23,43 Mio. € für Sport im engsten Sinn,
- eine Verringerung der Sozialtransfers um 890,76 Mio. €, definiert man Sport in einem engeren und
- eine Verringerung der Transfers um 2,2 Mrd. €, definiert man Sport in einem weiteren Sinn.

Bedeutender als diese einmaligen Einsparungen sind die aus den Beschäftigungsverhältnissen abzuleitenden laufenden, jährlich anfallenden Steuern und Abgaben. Aus den arbeitgeberseitigen Lohnnebenkosten und den Steuern und Abgaben aus Arbeitnehmersicht resultieren für die direkten Beschäftigungseffekte pro Jahr an zusätzlichen Steuereinnahmen und Sozialversicherungsabgaben:

- für Sport im engsten Sinn: 35,02 Mio. €
- für Sport im engeren Sinn: 1,45 Mrd. €
- für Sport im weiteren Sinn: 3,07 Mrd. €

Ergänzt man diese Zahlen um die Steuern und Abgaben jener Beschäftigungsverhältnisse, welche indirekt durch den Sport entstehen, so erhöhen sich diese Zahlen auf:

- für Sport im engsten Sinn: 50,47 Mio. €
- für Sport im engeren Sinn: 1,85 Mrd. €
- für Sport im weiteren Sinn: 3,79 Mrd. €

Von den zusätzlichen Steuereinnahmen aus Beschäftigungseffekten profitieren sowohl Bund, Land und Gemeinden als auch die Sozialversicherungsträger.

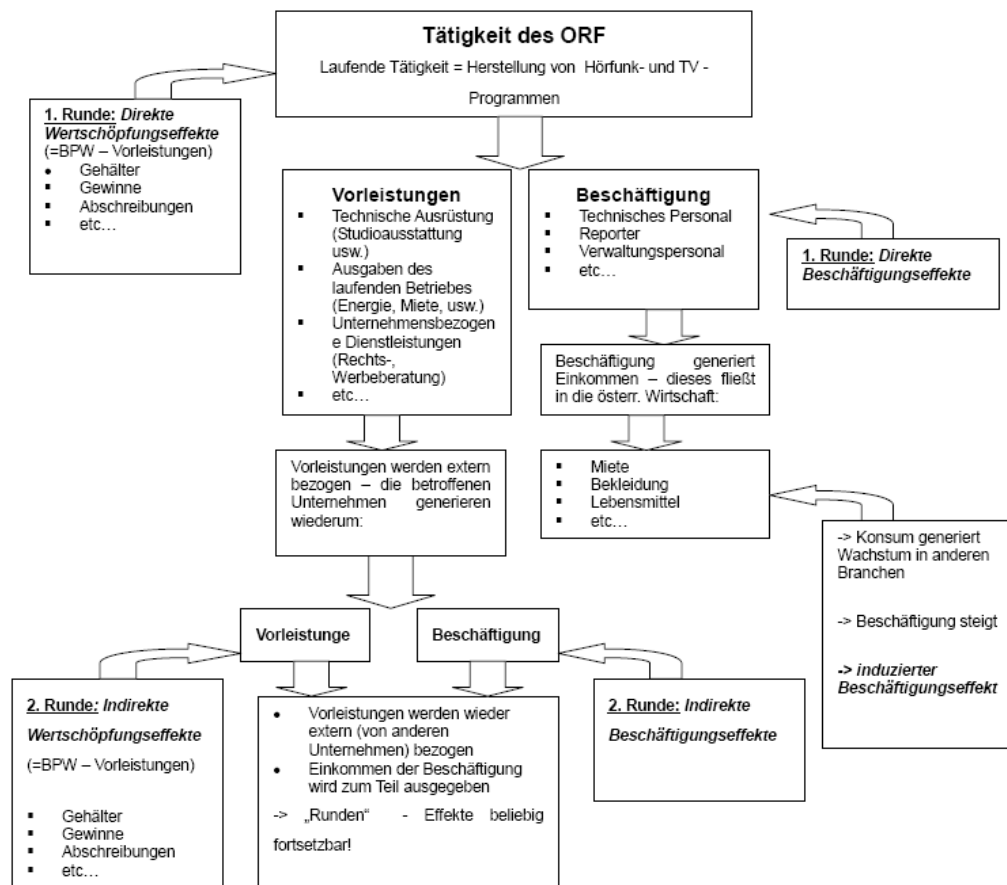


Abbildung 16: Wirkung der Multiplikatoreffekte am Beispiel eines Medienunternehmens (ORF)

Quelle: (SpEA, 2006: Sportwirtschaft in Österreich. S. 84)

Zusammenfassend ergibt sich nach beispielhafter Darstellung des Zustandekommens der Effekte auszugsweise folgende beachtliche Übersicht der gesamten Wertschöpfungseffekte durch Sport in Österreich von 7,47 % Anteil an der gesamten Wirtschaftsleistung:

Tabelle 4: Gesamte Wertschöpfungseffekte in Mio. Euro

	direkter WS-Effekt	multiplikativer WS-Effekt	Totaler WS-Effekt	In % an Ges.Wirtschaft
Sport im engsten Sinn	128	81	209	0,10 %
Sport im engeren Sinn	4.643	2.072	6.715	3,27 %
Sport im weiteren Sinn	10.404	4.965	15.369	7,47 %

Quelle: (SpEA, 2006: Sportwirtschaft in Österreich. S. 108)

Vergleichsweise ergibt sich für Deutschland, dass etwa 1,8% aller Käufe der privaten Haushalte auf Käufe von Sportgütern entfielen und damit die gleiche Größenordnung wie die Käufe von Tabakwaren und Körperpflegemitteln erreichen. Direkt oder indirekt sind im Sport in Deutschland ca. 700.000 Personen beschäftigt was einen Anteil von, durch den Sport Beschäftigte, von über 2% an der Gesamtbeschäftigungsanzahl repräsentiert. Der Anteil des Sport am Bruttosozialprodukt liegt in etwa in einer Größenordnung von 1,4% (für das Jahr 1990) was mit der Bruttowertschöpfung der Landwirtschaft sowie der Mineralöl- sowie Eisen- und Blechverarbeitenden Industrie entspricht. (Weber/Schnieder/Kortlüke/Horak, 1995, S. 41)

Exkurs: Vorteile sportlicher Großveranstaltungen

Die Ökonomie im Sportbereich zeigt sich in den verschiedenen Bereichen ganz deutlich. So zum Beispiel bei Großveranstaltungen, wo der kommerzielle Gedanke den eigentlichen sportlichen Gedanken zu verdrängen droht. Sport als Show, die Masse will unterhalten werden, wichtig ist Spannung und Attraktivität. Immer aufwendigere Sportveranstaltungen sind in der Größenordnung von Olympischen Spielen nur mehr durch umfangreiche kommerzielle Unterstützung möglich. (Premm, S. 122) Sportveranstaltungen werden immer mehr zu „Kommerziaden“ und Geldmeisterschaften“ (Freyer, S. 97) Für diverse Sportarten, auch insbesondere im Motorsport, sind nationale, europaweite und internationale Konkurrenzen welche im Österreich abgehalten werden und wurden (z. B.: Formel 1 Grand Prix, Fußballeuropameisterschaft, Supermotoeuropameisterschaftsläufe etc.) ein wichtiger wirtschaftlicher Aspekt.

SpEA (2006) fasst die Vorteile von sportlichen Großveranstaltungen wie folgt zusammen:

Tabelle 5: Vorteile sportlicher Großveranstaltungen

	Vorteile
Ökonomische Effekte	* Wertschöpfungs- und Kaufkrafteffekte durch steigende Investitions- und Konsumausgaben * Beschäftigungsimpulse * Fiskalische Effekte
Tourismus	* Steigerung der Attraktivität und des Bekanntheitsgrads der Region für Touristen
Infrastruktur	* Verbesserte Infrastruktur * Neue und/oder renovierte Sportgelegenheiten
Sozio-kulturelle Effekte	* Steigender Erlebnis- und Freizeitwert für die Bevölkerung * Förderung kultureller Werte und der Traditionen
Psychologische Effekte	* Steigerung der lokalen Identität
Politische Effekte	* Steigerung des internationalen Ansehens

Quelle: SpEA (2006): Sportwirtschaft in Österreich. S. 61

In diesem Bereich unterscheidet man zwischen Großsportveranstaltungen, wie zum Beispiel einer WM oder EM einer Sportart, die sich über einen längeren Zeitraum erstrecken und einzelnen, dafür aber in kürzeren Abständen wiederkehrenden

Veranstaltungen wie z.B. Skirennen oder Tennisturnieren. Der Nutzen, die Kosten und die gesamtwirtschaftlichen Wirkungen, die mit einer sportlichen Großveranstaltung, wie beispielsweise der Durchführung Olympischer Spiele oder der Fußballeuropameisterschaft, verbunden sind, gehen weit über die direkten monetären bzw. monetär bewertbaren Effekte hinaus. (Vgl. Kapitel 4.2) Neben den direkt ausgelösten Effekten kommt es zu induzierten und Multiplikatoreffekten sowie zu externen Effekten.

In dieser Tabelle ist nicht berücksichtigt, dass diese Effekte zeitabhängig sind, einige also bereits vor, andere während der Veranstaltung auftreten, einige erst kurzfristig danach wirksam werden oder auch erst längerfristig in Erscheinung treten. Der Umfang und die konkrete Ausprägung dieser Effekte hängt schließlich auch noch vom Typus der Sportveranstaltung ab – gerade für sportliche Großveranstaltungen kann angenommen werden, dass die induzierten Effekte durch kaum ein anderes Ereignis in dem selben Ausmaß ausgelöst werden könnten. Die Durchführung von Großsportveranstaltungen ist für das Gastgeberland zu einem zunehmend wichtigen Wirtschaftsfaktor geworden. Dies bezieht sich sowohl auf die Einnahmen als auch auf die Investitions-Ausgaben und die laufenden Ausgaben.

Insbesondere sind auch die Einnahmen aus Fernsehübertragungsrechten und aus Sponsoren in den letzten 30 Jahren stark angestiegen, was auf eine steigende Attraktivität und Publikumswirksamkeit sportlicher Großveranstaltungen, wie auch auf eine Verbesserung in der mediengerechten Übermittlung des Sports und eine steigende Nutzung von Sportgroßveranstaltungen als Werbemedium schließen lässt. Quelle: (SpEA, 2006: Sportwirtschaft in Österreich. S. 62)

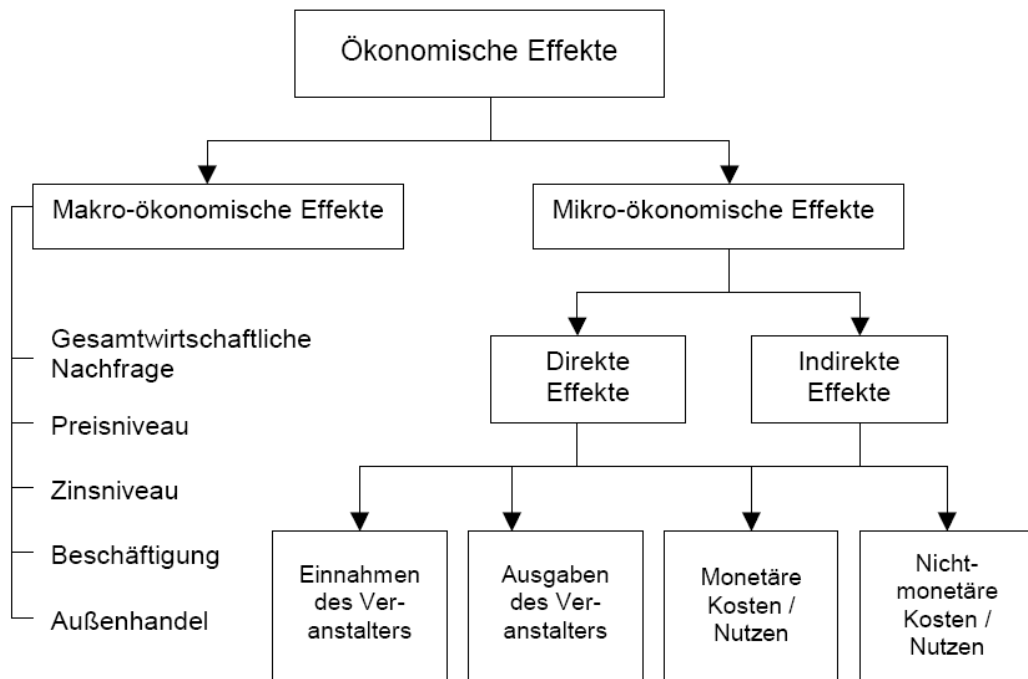


Abbildung 17: Mikro- und makroökonomische Aspekte sportlicher Großveranstaltungen

Quelle: Heinemann, 1995, S. 265

Auszug aus: PREMM, 1992: Sport als Vehikel der Wirtschaft. Wien. S. 122:

„Die Verflechtung von Sport und Wirtschaft zeigt sich nach außen hin durch die intensive Werbung mit dem Sport. Der Erfolg des Sportlers soll auch im Unternehmen, das als Sponsor auftritt, spürbar sein.“

Diese Kommerzialisierung des Sports wäre jedoch ohne der heutigen Medientechnik in derartigem Ausmaß nicht mehr möglich. Erst durch die Fernsehübertragungen (vgl. Kapitel 4.2 Abhängigkeit zwischen Sport und Fernsehen) ist der Sport für viele Unternehmen interessant und eine gute Werbemöglichkeit auf breiter Ebene geworden. (Freyer, S. 96)

4.7 Bedeutung von Werbung und Sponsortätigkeit im Sport

Der Begriff des Sponsorings wird vielfach in erster Linie mit dem der Sportwerbung assoziiert. Auch wenn im Sportsponsoring die meisten Aktivitäten zu beobachten sind, ist Sponsoring nicht nur auf den Sport beschränkt. Die Möglichkeit des Sponsorings auf kulturellem und sozialem Gebiet ist genauso gegeben. (Bruhn, 1991, S. 15)

4.7.1 Vom Mäzenatentum zum Sponsoring

Es begann alles mit dem „Mäzenen“ Gaius Clinius Maecenas (70 - 8 v. Chr.), der Kultur förderte. Ein Mäzen gilt als reiner Förderer, der keine Gegenleistung erwartet. Er hält sich im Hintergrund und bleibt meist unbekannt, ein Faktor „Werbung“ fehlt. (Bruhn, 1991, S. 17)

Genau zwischen Mäzenatentum und Sponsoring stehen Spenden und Stiftungen. Stiftungen können die Stellung des Mäzenatentums einnehmen, wogegen Spenden einmalige Aktionen sind, die aus Wohltätigkeit geschehen. Der Sponsor dagegen stellt sich selbst ins Rampenlicht, er handelt daher auch auf den Eigennutz bezogen (Bruhn, 1991, S. 17ff.).

4.7.2 Kommerzielle Abhängigkeiten

Meyers Lexikon beschreibt die Abhängigkeiten wie folgt: „Die weltweite Verbreitung des Sports, seine werbewirksame Ausstrahlungskraft, besonders auch der international bedeutsame Sportartikelmarkt eröffnen die Möglichkeit, die zunehmenden Kosten, verbunden mit der sich steigernden Erwartungshaltung, über die Wirtschaft (Werbung) zu kompensieren, was aber zu starken Abhängigkeiten und Verzahnungen von Sport und Wirtschaft führt. Sportliche Großveranstaltungen werden in erster Linie finanziert durch Sponsoren und die Medien, unter denen das Fernsehen dominiert (hohe Aufwendungen für Übertragungsrechte) sowie durch eine konsequente Vermarktung von Symbolen (die Einnahmen des Internationalen Olympischen Komitees aus seinen Rechten an den olympischen Symbolen stehen denen eines großen Wirtschaftsverbandes nicht nach). Telegene Schausportwettbewerbe mit hochrangigen Athleten sichern dem Sport die Aufmerksamkeit der Medien und legitimieren somit die Entgelte der Sportler. Verwischt haben sich dabei die Grenzen zwischen dem Sport zum Selbstzweck treibenden Amateur und dem in Abhängigkeit vom Kommerz stehenden Berufssportler. Unter dem Motto »Spiele für die Besten der Welt« passte die olympische Bewegung ihre Regeln der Realität an und ermöglicht nun allen Spitzensportlern die Teilnahme an den Olympischen Spielen, seien diese nun reine Berufssportler oder von Staat und/oder Wirtschaft geförderte Spitzenathleten (mit »Beruf auf Zeit«).“ ([http://lexikon.meyers.de/wissen/Sport%20\(Sachartikel\)](http://lexikon.meyers.de/wissen/Sport%20(Sachartikel)), Zugriff am 19. Juli 2008.

4.7.3 Sport und Politik

Schon sehr früh hatten Politiker die Idee, den Sport in ihren Dienst zu stellen, am bekanntesten ist hier sicher der Rassenwahn der Nationalsozialisten in Deutschland, aber auch Stalin stand in der ehemaligen UdSSR diesen Überlegungen in nichts nach. Viel

ziviler und angenehmer rief Anfang des 19. Jahrhunderts schon „Turnvater“ Jahn eine große Turnbewegung ins Leben. (Bibliographisches Institut & F. A. Brockhaus AG, 2007)

4.7.4 Negative Begleiterscheinungen

Selbstverständlich gibt es breite Kritik am Leistungssport, diese bezieht sich vor allem auf negative Auswirkungen und Begleiterscheinung wie Doping, aber auch auf Gewalt am Rande des Sports (Beispiel: Fußball-Hooligans); dies kann aber auch weiter geführt werden bis Idealisierung und Huldigung an Spitzensportler, die von der breiten Masse teilweise nicht nachvollzogen werden können. Der Spitzensportler hat damit leider auch eine Rolle als „Schauspieler“ seiner selbst inne. (Bibliographisches Institut & F. A. Brockhaus AG, 2007)

Auf der anderen Seite geben Unternehmen sehr viel Geld für Sportsponsering aus, teilweise einfach weil „man es sich nicht leisten kann, nicht dabei zu sein“; das heißt, eine Absenz in diesem Sektor würde von den Konsumenten und möglichen Käufern vermeintlich nicht goutiert.

Die Sportsponsoringaufwendungen haben sich im Laufe der Zeit stark erhöht. Lagen sie weltweit 1989 noch unter 2 Mrd. Euro, so waren es 1996 schon über 10 Mrd. Dollar. In Deutschland stiegen sie jährlich um ca. 11%. Im Jahr 1993 betrug der Sponsoringaufwand deutscher Unternehmen etwa 767 Mio. Euro. Acht Jahre später, 2001, waren es schon mehr als 3,5 Mrd. Euro. (Smeilus, S. 2002: Bedeutung von Sportsponsoring und Sportwerbung. Leipzig. S. 2) Die Vermarktung der Formel 1-Rechte hat sich die SLEC (Formel 1 Holding unter Leitung von Bernard Charles „Bernie“ Ecclestone, Anm. des Autors) im Jahr 2001 für jährlich ca. 350 Mio. Dollar für die nächsten 100 Jahre gesichert. (Lt. Schätzungen betrugen die Einnahmen durch diese Rechte in der Saison 2000/01 ca. 600 Mio. Dollar (davon ein gutes Drittel alleine reine TV-Gelder). (Schilling/Thielen, 2005, S. 41)

„Sportler werden vor allem durch die Wirtschaft reich. Sie sind hochbegabte und hochbezahlte Werbeträger. Gagen und Preisgelder bilden den einen kleinen Teil ihres Einkommens. Spitzensportler, die für kein Unternehmen Werbung machen, sind – wenn es sie überhaupt noch gibt – heutzutage eine echte Sehenswürdigkeit.“ (Weiss, 1999, S. 228)

4.7.5 Der Kommunikationsprozess im Sportsponsoring

„Marketing-Mix ist der kombinierte Einsatz von Marketing-Instrumenten, welche die Aufgabe haben, Informationen zu übermitteln mit der finalen Absicht der Beeinflussung von Meinungen, Wissen, Einstellungen, Verhaltensdispositionen und Verhalten der Nachfrager auf der Grundlage kommunikativer Zielsetzungen. Zwischen der Kommunikationspolitik und den anderen Marketing-Instrumenten bestehen stets enge Beziehungen und teilweise auch Überschneidungen. Sponsoring kann man als viertes Marketing-Instrument der Kommunikationspolitik neben Verkaufsförderung Werbung und Public Relation bezeichnen.“ (Smeilus, S. 2002: Bedeutung von Sportsponsoring und Sportwerbung. Leipzig. S. 4ff)

Sportsponsering folgt einem anderen Zugang als die klassische Werbung: Sie wird vom Konsumenten nicht direkt aufgenommen, sondern braucht einen „Träger“ – das kann der Sportler sein; auf diese Weise wird das (positive) Image des Sportlers auf das Produkt oder die Dienstleistung übertragen. (Smeilus, S. 2002: Bedeutung von Sportsponsoring und Sportwerbung. Leipzig. S. 4ff)

Sportsponsoring kann auch traditionelle Wege der Kommunikation und damit der Werbung nicht ersetzen, aus diesem Grund spricht man von einem „komplementären Instrument“. Genau darin liegt aber auch sein großer Vorteil: wo Werbung durch Übersättigung Zuschauer und Zuhörer nicht mehr erreicht, kann dies Sportsponsering auf teilweise sehr subtile Art doch noch. (Smeilus, S. 2002: Bedeutung von Sportsponsoring und Sportwerbung. Leipzig. S. 4ff)

4.7.6 Bedeutung und Auswirkungen des Sportsponsorings für den Sport

Spricht man über die Bedeutung des Sportsponserings für den Sport, treten einige Fragen auf (nicht abschließend):

- Reduziert die Kommerzhaltung im Sport die Gleichheit der Ausübung?
- Bleiben Vereine und Verbände selbstständig?
- Was bringt der vermehrte Geldfluss in den Sport für die Vereine mit sich?

Nach Smeilus gibt es Reihe von Auswirkungen: die Umwandlung von nebenberuflichen Funktionspositionen in hauptamtliche Mitarbeiter oder auch der vermehrte Organisations- und Verwaltungsaufwand durch die immer größer werdenden „Geschäfte“ des Sports. (Smeilus, S. 2002: Bedeutung von Sportsponsoring und Sportwerbung. Leipzig. S. 4ff)

4.7.7 Ausblick

In Zukunft wird sich Sport in immer mehr Sparten aufteilen; zum Teil geschieht das (leider) auch sehr oft durch den Druck der Medien und der Werbewirtschaft, die schnellere, bessere Kanäle der Kommunikation sucht. Damit wird auf der positiven Seite allerdings auch das Angebot an Sportmöglichkeiten größer. „Sport als Lebensgefühl“ aktiver Menschen wird in Zukunft sicher einen größeren Raum im Gesellschaftsleben einnehmen. (Bibliographisches Institut & F. A. Brockhaus AG, 2007)

Das Sponsoring und besonders das Sportsponsoring fest etabliert. Einfach begründet kann dies werden durch die Menge Geldes, welche die Unternehmen bereit sind, für Sportsponsering auszugeben. (Premm, 2001, S. 125).

Auf jeden Fall kann davon ausgegangen werden, dass Sponsoring die Freizeitmärkte immer stärker verändern wird und dass es die Wettbewerbsbedingungen in unterschiedlichen Märkten (z. B. Medien-, Freizeit-, Kultur-, Spendenmarkt) beeinflussen wird. (Bruhn, 1987, S. 417)

Abschließend ist zu sagen, dass dieses Thema sicherlich nicht erschöpfend dargelegt wurde und dass die Diskussionen über die steigende Abhängigkeit des Sports von der Wirtschaft eine unendliche ist. Der Sport kann heutzutage nicht mehr / kaum noch ohne Sponsoren auskommen.

Ob sich dies zu Gunsten des Sports entwickelt hat, oder nicht, sieht jeder anders²³.

²³ http://www.uni-leipzig.de/~mediensp/seminar/26_Smeilus.doc, Zugriff am 15. Juni 2008

5 Wirtschaftliche Effekte von Supermoto

Ausgangspunkt der Überlegungen zu Wirtschaftseffekten von Supermoto in Österreich ist die Einnahmen-Ausgaben-Rechnung des Vereines SMC Austria:

Tabelle 6: Einnahmen und Ausgaben des Vereines SMC Austria 1997 bis 2002

Einnahmen	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Mitgliedsbeiträge						
Start-/Nenngelder	4.350	9.039	16.380	24.628	19.388	25.152
Sponsoring	5.814	10.316	25.220	19.117	34.543	63.660
sonst. Einnahmen						
Zuschüsse/Förderungen						
Summe Einnahmen	10.164	19.355	41.600	43.745	53.931	88.812
Ausgaben						
Maschinen/Equipment			-6.381		-29	-5.011
Versicherungen	-120	-156				-194
Treibstoffe	-192	-217		-300	-297	-1.760
Preisgelder/Gewinne				-200	-7.000	-446
Veranstaltungen	-1.537	-6.320	10.220	-22.110	37.880	-43.220
Reisespesen	-446	-501	-1.243	-536	-158	-751
Bewirtungen	-111	-192	-782	-215	-209	-213
Gebühren/Abgaben	-188	-87	-305		-7	-328
Instandhaltung Büro					-109	
Mieten	-605	-605	-605	-605		-605
Büromaterial	-55	-102	-433	-205	-193	-463
Porto	-77	-34	-466	-45	-6	-14
Telefon	-144	-537	-2.137	-765	-674	-5.351
Internet			-432	-458	0	-2.314
Werbung	-332	-401	-7.329	-565	-458	-3.308
Anwalt/Notar			-348			-225
Zinsen/Geldbeschaffung						-2.298
AfA	-190	-190	-190	-190	-190	-3.791
Geringwertige Wirtschaftsgüter		-57	832			-14
Summe Aufwand	-3.997	-9.399	30.039	-26.194	47.210	-70.306
Gewinn/Verlust	6.167	9.956	11.561	17.551	6.722	18.506

Quelle: eigene Unterlagen, eigene Berechnung und Darstellung

Damit wurden in den Jahren 1997 bis 2002 kumulierte Sponsoringbeiträge von 156.870 Euro erwirtschaftet, 98.937 Euro Nenngelder eingenommen und 121.287 Euro für

Veranstaltungen ausgegeben (davon im Durchschnitt 35% für Löhne und Gehälter).
(Aufzeichnungen Autor)

5.1 Berechnung von direkten wirtschaftlichen Effekten

Die Wertschöpfung eines Unternehmens besteht aus seinem erwirtschafteten Gewinn, den Löhnen und Gehältern, den indirekten Steuern und der erwirtschafteten Abschreibung. (Makin, S. 18) Damit ergibt sich für SMC Austria in den Jahren 1997 bis 2002 folgende Bruttowertschöpfung:

Tabelle 7: Bruttowertschöpfung SMC Austria 1997 bis 2002

Bruttowertschöpfung	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Veranstaltungen	1.537	6.320	10.220	22.110	37.880	43.220
davon 35% Löhne und Gehälter	538	2.212	3.577	7.739	13.258	15.127
Gewinn	6.167	9.956	11.561	17.551	6.722	18.506
AfA	190	190	190	190	190	3.791
Summe	8.432	18.678	25.548	47.590	58.050	80.644

Quelle: eigene Berechnungen, eigene Darstellung

5.2 Berechnung von indirekten wirtschaftlichen Effekten

Den weiteren Berechnungen liegt die Studie „Sportwirtschaft in Österreich“ und damit der Sports Econ Austria 2006 zu Grunde. In dieser Studie kamen die Autoren zu folgendem Ergebnis hinsichtlich der Wertschöpfungseffekte:

Tabelle 8: Gesamte Wertschöpfungseffekte des Sports in Österreich in Mio. Euro

	direkter WS-Effekt	multiplikativer WS-Effekt	Totaler WS-Effekt	In % an Ges.Wirtschaft
Sport im engsten Sinn	128	81	209	0,10 %
Sport im engeren Sinn	4.643	2.072	6.715	3,27 %
Sport im weiteren Sinn	10.404	4.965	15.369	7,47 %

Quelle: SpEA, 2006: Sportwirtschaft in Österreich, S. 108

Betrachtet man in oben stehender Tabelle die Zeile „Sport im engsten Sinn“, so kann, ausgehend vom direkten Wertschöpfungseffekte, ein Multiplikator für den totalen Wertschöpfungseffekt berechnet werden, dieser beträgt dann 1,63; das heißt, ein Euro

Wertschöpfung, der direkt erzielt wird, induziert in der Wirtschaft eine Wertschöpfung von insgesamt 1,63 Euro.

Legt man oben stehende Überlegung zu Grunde, können für SMC Austria ebenfalls Wertschöpfungseffekte berechnet werden:

Tabelle 9: Summe der Wertschöpfung durch SMC Austria 1997 bis 2002

Bruttowertschöpfung	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Veranstaltungen	1.537	6.320	10.220	22.110	37.880	43.220
davon 35% Löhne und Gehälter	538	2.212	3.577	7.739	13.258	15.127
Gewinn	6.167	9.956	11.561	17.551	6.722	18.506
AfA	190	190	190	190	190	3.791
Summe	8.432	18.678	25.548	47.590	58.050	80.644
Wertschöpfungsmultiplikator: 1,63						
Summe totale Wertschöpfung	13.744	30.445	41.643	77.571	94.622	131.450

Quelle: eigene Berechnungen, eigene Darstellung

Die kumulierten direkten Wertschöpfungseffekte durch SMC Austria für 1997 bis 2002 betragen damit 389.475 Euro. Diese Summe stellt jedoch nicht den gesamten wirtschaftlichen Effekt dar: Hinzu kommen noch Auswirkungen bei den Sportartikelherstellern, Nähtigungsbetrieben, in der Lebensmittelindustrie, etc. Eine weitere Berechnung macht hier jedoch aus Seriositätsgründen wenig Sinn, da hier eine komplette Input-Output-Matrix zu Grunde gelegt werden müsste, die dem Autor jedoch nicht zur Verfügung steht.

Da es sich bei Supermoto um eine „kleine“ Sportart handelt (siehe oben stehende Abbildung zum Anteil der Löhne und Gehälter) wird auf eine Berechnung von Beschäftigungseffekten im Einzelnen verzichtet.

6 Hypothesenüberprüfung

Auf Basis der Erkenntnisse der vorliegenden Arbeit werden im Folgenden die einzelnen Hypothesen, die erstellt wurden, einer einstweiligen Überprüfung unterzogen.

6.1 Überprüfung Hypothese 1

Im Rahmen der Arbeit mit Supermoto und der Einführung hat sich heraus gestellt, dass die Sportart selbst einen wichtigen Erfolgsfaktor darstellt; das heißt, die neue Sportart sollte „im Trend“ liegen und an sich für Zuseher UND Sponsoren attraktiv sein. Als weiterer Erfolgsfaktor konnte eine breite Beteiligung der Medien erkannt werden. Nur mit einem „Trägermedium“ ist ein erfolgreicher Start möglich. Nach Erfahrung und Meinung des Autors der vorliegenden Arbeit sind die Erkenntnisse breit auch auf andere Sportarten übertragbar.

Damit kann die Hypothese 1 einstweilig als gültig angesehen werden.

6.2 Überprüfung Hypothese 2

Wie schon unter Hypothese 1 ausgeführt, hat sich bei der Einführung von Supermoto in Österreich die Zusammenarbeit mit Sportmedien und –journalisten als DER Erfolgsfaktor heraus kristallisiert. Nur dadurch, dass vom Autor der Verlag „Sportmagazin“ für eine Zusammenarbeit begeistert werden konnte, war ein erfolgreicher Start überhaupt möglich.

Der Einfluss einzelner Journalisten als auch Medien kann nur hervor gestrichen werden. Auf Grund der Berichterstattung des Verlags „Sportmagazin“ stieg auch das Interesse anderer Medien, zum Beispiel von club ö3 bzw. ab 1999 auch das Interesse des ORF. Es entsteht bei einem erfolgreichen Start eine „Spirale nach oben“, wenn die Medienarbeit gelingt. Hier entstand auch ein Arbeitsplatz für einen Mitarbeiter, der ausschließlich für Medienarbeit engagiert wurde. Auch eine Internetplattform für schnelle Information wurde eingerichtet.

Daher hat auch Hypothese 2 weiterhin Gültigkeit.

6.3 Überprüfung Hypothese 3

Die Grundlagenarbeit zur Etablierung von Supermoto in Österreich dauerte im engeren Sinn rund 1,5 Jahre: Die Einführung der Sportart geschah erstmals 1997, im Jahr 1998 gelang eine erste Stabilisierung, 1999 erfolgte die Erhebung zur Österreichischen Staatsmeisterschaft.

Tabelle 10: Zusammenfassung der Supermoto Entwicklung in Österreich

	1997	1998	1999	2000
Teilnehmer	50	69	90	94
Nenngebühr in EUR	29	131	182	262
Preisgeld in EUR	-	-	727	727

	2001	2002	2003	2004
Teilnehmer	74	96	64	110
Nenngebühr in EUR	262	n.b.	n.b.	n.b.
Preisgeld in EUR	7267	n.b.	n.b.	n.b.

	1997	1998	1999	2000
Rennklassen	2	2	3	4
Anzahl der Rennen	3	5	5	5

	2001	2002	2003	2004
Rennklassen	2	3	2	2
Anzahl der Rennen	5	5	7	6

Quelle: Aufzeichnungen des Autors, eigene Darstellung

Auch die Fahrerzahl stabilisierte sich rasch auf einem Niveau von rund 90 – 100 Teilnehmern, die Nenngebühren konnten angehoben werden. Die Sponsoreinnahmen stiegen stark an (siehe Hypothese 5).

Daher kann Hypothese 3 einstweilig weiter gelten.

6.4 Überprüfung Hypothese 4

Einerseits bringt größeres Interesse von Seiten der Medien und der Zuschauer die Notwendigkeit von Flexibilität des Veranstalters mit sich. Andererseits finden mit der Etablierung einer Sportart auch mehr Rennen und Events statt. Damit gehen mehr und wechselnde Locations einher. Die Anzahl des Personals steigt, damit notwendigerweise leider oft auch die Fluktuation; eine Einschulung von freiwilligen und bezahlten Helfern

wird notwendig. Weiters war es notwendig, das Regelwerk für Supermoto immer wieder neuen Gegebenheiten anzupassen und an die Fahrer zu kommunizieren. Eine der größten Herausforderungen war die Arbeit mit immer größeren und damit auch professionell agierenden Sponsoren und Medienagenturen. Hier sind besonders die großen Sportberichterstatter wie der ORF zu nennen. Damit steigen langsam leider auch die Gemeinkosten des Verwaltungsapparates für die Sportart, die Grenzerlöse im Vergleich zu den Grenzkosten nehmen einen degressiven Verlauf an; professionelles Management wird notwendig, um Kosten in einem tragbaren Rahmen zu halten.

Die Hypothese 4 konnte damit ebenfalls bestätigt werden.

6.5 Überprüfung Hypothese 5

Die Einführung von Supermoto durch den Verein SMC Austria erzeugte in Österreich in den Jahren 1997 bis 2002 insgesamt Wertschöpfungseffekte von 389.475 Euro. Das bedeutet, dass auch verhältnismäßig „kleine“ Sportarten einen Beitrag zum österreichischen Bruttoinlandsprodukt leisten, wobei die induzierte Wertschöpfung in anderen Wirtschaftsbereichen noch nicht berücksichtigt wurde (zum Beispiel bei Medienunternehmen, in der Lebensmittelindustrie, in Übernachtungsbetrieben, bei Sportartikelherstellern und -händlern).

Die Hypothese 5 kann damit bestätigt werden.

7 Zusammenfassung

Die Einführung von Supermoto in Österreich stellte am Anfang eine große Herausforderung dar:

- eine in Österreich unbekannte Sportart
- noch keine dafür interessierten Medien

Für den Autor dieser Arbeit war mit der Einführung der Sportart großes privates Risiko verbunden, machte er doch sein Hobby zum Beruf. Worum ging es? Am Anfang war der Spaß am Fahren, an der Sportausübung. Am Anfang war damit auch noch nicht klar, welche Herausforderungen auf den Autor zukommen würden. Wichtig wurde sehr rasch die Erarbeitung eines Gesamtkonzeptes für die Einführung von Supermoto in Österreich. Als Erfolgsfaktoren stellten sich vor allem gute Kontakte zu Sportmedien und Wirtschaft (Sponsoring) heraus. Insgesamt gelang in nur 1,5 Jahren die Etablierung der neuen Sportart, Grundvoraussetzung dafür war, dass der Verlag „Sportmagazin“ die breite mediale Wirkung auslöste und dann, an zweiter Stelle, die Erhebung zur Staatsmeisterschaft im Jahr 1999. Darauf folgte dann der Einstieg des ORF in die Berichterstattung und darauf ein breites Interesse der Sponsoren (Denim, Sound2Wear und Leaseplan u.a.).

Welche Schlussfolgerungen lassen sich für andere Sportarten und deren Einführung ziehen? Erste Bedingung ist, dass für die Sportart ein Bedarf besteht. Dieser Bedarf muss erkannt werden und danach das Zielpublikum durch Medienarbeit darauf aufmerksam gemacht werden. Hier entsteht ein Kreislauf (im positiven Falle eine Spirale nach oben) aus Sportart – Ausführenden – Publikum – Industrie und Medien. Wieder sei auf die besondere Rolle der Medien hingewiesen. Nach Meinung des Autors ist die Einführung einer neuen Sportart ohne breite Beteiligung eines Leitmediums nur sehr schwer möglich. Als abgeleiteter Erfolgsfaktor ist dann, nach erfolgter Einführung, die Anpassung der Sportart an den Publikums- und Ausführendengeschmack zu nennen (Anpassung von Reglements, Austragungsorten etc.).

Alles in allem war mit der Einführung von Supermoto in Österreich auch, neben viel Arbeit, auch viel Spaß verbunden. Dies sei als Aufruf zu „Mut zur Lücke“, das heißt, zur Einführung neuer Sportarten, verstanden!

8 Abstract

Kurzbeschreibung:

Die Diplomarbeit zum Thema „Soziologische Fallanalyse der Einführung einer neuen Sportart in Österreich am Beispiel der Supermotard Staatsmeisterschaft von 1997 bis 2002 und den damit verbundenen ökonomischen Effekten“ stellt einerseits die Aufgaben und Problemstellungen bei der Einführung einer neuen Sportart auf nationaler Ebene dar und beleuchtet andererseits die Bedeutung von Sport aus volkswirtschaftlicher Hinsicht sowie aus betriebswirtschaftlicher Betrachtung.

Somit ist nach einer ausführlichen Definition spezifischer Begriffe und der rechtlichen Aspekte zur Sportart die Entstehung sowie die Geschichte und Entwicklung von Supermotard inklusive der technischen Beschreibung der Sportart in Österreich aufgearbeitet. Abschließend zum Kapitel sind die wirtschaftlichen Effekte der Einführung graphisch dargestellt.

Der nachfolgende Teil beschäftigt sich mit der Sportökonomie bzw. den volkswirtschaftlichen Auswirkungen, wie z. B. den Einkommenseffekten, den fiskalischen Effekten und den Effekten des Arbeitsmarktes aufgrund der professionellen und semiprofessionellen Ausübung von Sport in einer Volkswirtschaft mit der damit verbundenen Bedeutung der Sponsortätigkeit im Sport.

Die Darstellung der wirtschaftlichen Effekte von Supermoto in Österreich und die Verifizierung der Eingangshypothesen schließen die Arbeit ab.

Abstract:

The thesis „Sociological case analysis of the introduction of a new type of sport in Austria and the commercial effects by way of example of Supermoto mastership from 1997 to 2002“ shows the problems and tasks at the very beginning of a new kind of sport and at the other hand the economic and microeconomic importance of sport in Austria.

After a detailed definition of specific terms and of the legal situation, the thesis shows the history and development of Supermoto in Austria (including the technical definitions of this special kind of sport) connected with the analyses of the economic effects.

Income effects, the impact on taxes and the employment market due to the exercise of professional and semiprofessional sport in Austria as a part of economy of sport is outlined in chapter four.

A brief construction of the economic effects of Supermoto in Austria and the verification of the hypothesis, stated at the beginning, finalise the thesis.

9 Literaturverzeichnis

Anders, G. / Hartmann, W. 1996: Wirtschaftsfaktor Sport. Köln. S. 5 u. 12 u. 19.

Babin, J. 1995: Perspektiven des Sportsponsoring. Frankfurt am Main; Wien. S. 28.

Bässler, R. 1987: Quantitative oder Qualitative Sozialforschung in den Sportwissenschaften. Wien. S. 20.

Becker, J. 1988: Marketing-Konzeption. München. S. 1.

Böttcher, L. 1979: Soziologie in Stichworten. Kiel. S. 8.

Brockhaus Enzyklopädie. 2006: 21., völlig neu bearbeitete Auflage. Mannheim

Bruhn, M. 1987: Sponsoring. Frankfurt am Main. S. 16.

Bruhn, M. 1991: Sponsoring. 2. Auflage. Frankfurt am Main. S. 15 u. 17 u. 417)

Drees, N. 1990: Sportsponsoring. Wiesbaden. S. 16.

Eberspächer, H. 1982: Sportpsychologie. Reinbek bei Hamburg. S. 11.

Ehalt, H / Weiss, O. 1993: Sport zwischen Disziplinierung und neuen sozialen Bewegungen. Wien; Köln; Weimar; Böhlau. S. 150

Ehrlich, H. 1927: Motorrad-Renntechik, Aus der Werkstatt des Rennpraktikers. Berlin. S. 9.

Freyer, W. 1990: Sport Ökonomie oder Ökonomie des Sports. Berlin. S. 96-97.

Freyer, W. 1991: Handbuch des Sportmarketing. Wiesbaden. S. 4.

Friederici, M. R. / Horch, H.-D. / Schubert, M. 2002: Sport, Wirtschaft und Gesellschaft. Schorndorf. S. 141

Güldenpfennig, S. 1992: Der politische Diskurs des Sports. Aachen. S. 162.

Hackforth, J. (Hrsg.) (1994) Bilanz eines Booms; Studie zur Präsentation und Wirkung von Werbung im Sport. Berlin: Vista Verlag. S. 23

Hackforth, J. / Weischenberg, S. 1978: Sport und Massenmedien. Bad Homburg v. d. H. S. 233-245

Heinemann, K. 1980, Einführung in die Soziologie des Sport, Schorndorf. S. 24.

Heinemann, K. 1998, Einführung in die Soziologie des Sport, Schorndorf. S. 12.

Heitzmann, K. 1997: Sportmarketing im Zweiradbereich – dargestellt am Beispiel der Biker's Best GmbH. Salzburg. S. 31.

Kistner, T. / Weinreich, J. 1998: Das Milliardenenspiel. Frankfurt am Main. S. 115-134.

Kotler, P. / Bliemel, F. 1999: Marketing Management. Stuttgart. S. 926.

Kotler, P. 1999: Marketing., München. S. 926.

Kruse, J. 1991: Wirtschaftliche Wirkungen einer unentgeltlichen Sport-Kurzberichterstattung im Fernsehen. Baden-Baden, S. 34.

Lechner, K. / Egger, A. / Schauer, R. 1989: Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Wien. S. 391.

Makin, A. J.: International Macroeconomics, Harlow, S. 18

Meusel, H. 1976: Einführung in die Sportpädagogik. München. S. 25.

- Nieschlag, R. / Dichtl, E. / Hörschgen, H.** 1988: Marketing. Berlin. S. 8.
- Norden, G. / Schulz, W.** 1988: Sport in der modernen Gesellschaft. Linz. S. 45 u. 49.
- Röthig, P. / Prohl, R.** 2006: Sportwissenschaftliches Lexikon. 6. Auflage: Schorndorf
- Schenk, M. / Donnerstag, J. / Höflich, J. R.** 1990: Wirkung der Werbekommunikation. Köln-Wien. S. 1.
- Schewe, G. / Rohlmann, P.** 2005: Sportmarketing. Schorndorf. S. 7.
- Schilling, L. / Thielen, I.** 2005: Sport und Wirtschaft – Sportsponsoring in der Formel 1. Butzbach/Griedel. S. 2.
- Smeilus, S.** 2002: Bedeutung von Sportsponsoring und Sportwerbung. Leipzig. S. 2
- SpEA,** 2006: Sportwirtschaft in Österreich. Studie im Auftrag der WKO
- Thurnherr, G. , / Udvardi, P.** (1990). Sportsponsoring. Diplomarbeit, GFS-Schriften Sportwissenschaften. Studentendruckerei Uni Zürich.
- Warnke, K. / Phielier, M.** 2006: Trendsportarten. Köln. S. V.
- Weber, W. / Schnieder, C. / Kortlüke, N. / Horak, B.** 1995: Die wirtschaftliche Bedeutung des Sports. Köln. S. 41.
- Weiss, O.** 1990: Sport und Gesellschaft. Wien. S. 113
- Weiss, O.** 1994: Sport – Gesundheit – Gesundheitskultur. Wien; Köln; Weimar; Böhlau. S. 73-75
- Weiss, O.** 1999: Einführung in die Sportsoziologie. Wien. S. 23.

Weiss, O. / Russo, M. 1987: Image des Sports. Wien. S. 96.

Wopp, Ch. 1995: Entwicklungen und Perspektiven des Freizeitsports. Aachen. S. 203-205.

Wopp, Ch. 2006: Handbuch zur Trendforschung im Sport. Aachen. S. 491.

Internet-Quellenverzeichnis

1. URL: <http://www.dosb.de/de/organisation/philosophie/sportdefinition/>
vom 14.06.2008.
2. URL: <http://www.fia.com> vom 14.06.2008
3. URL: <http://www.osk.or.at/media/documents/20070503110646.pdf>
vom 14.06.2008.
4. URL: <http://www.osk.or.at/content.php?p=24> vom 14.06.2008.
5. URL: http://www.bpb.de/popup/popup_grafstat.html?url_guid=TQMDU0
vom 14.06.2008
6. URL: http://www.uni-leipzig.de/~mediensp/seminar/26_Smeilus.doc
vom 14.06.2008
7. <http://www.duden.de> vom 19.06.2008
8. FIM. (2008). 031/SM.1.1 SuperMoto. Seite(n) 21.
http://www.fim.ch/EN/rules/Sportifs/cms/2008/031SM_en.pdf
9. FIM. (2008). Appendix 031/SM Punkt 031/SM.17. Seite(n) 33.
http://www.fim.ch/EN/rules/Sportifs/cms/2008/031SM_en.pdf
10. FIM. (2008). Appendix 049 – FIM Standards for Supermoto Curcuits, Punkt 049.3.1.
Seite(n) 41. http://www.fim.ch/EN/rules/Circuits/cms/2008/049_NormesSM_en.pdf
11. FIM. (2008). Appendix 049 – FIM Standards for Supermoto Curcuits, Punkt 049.3.2.
Seite(n) 41. http://www.fim.ch/EN/rules/Circuits/cms/2008/049_NormesSM_en.pdf
12. FIM. (2008). Appendix 049 – FIM Standards for Supermoto Curcuits, Punkt 049.3.3.
Seite(n) 42. http://www.fim.ch/EN/rules/Circuits/cms/2008/049_NormesSM_en.pdf

13. FIM. (2008). Preise der FIM WM Jahres- und Tageslizenzen in der Saison 2008.
Seite(n) 1. <http://www.osk.or.at/content.php?p=101>
14. FIM. (2008). S1 und S2 Supermoto Championships and SuperMoto of Nations
Regulations - Regulations 042. Seite(n) 8.
http://www.fim.ch/EN/rules/Sportifs/cms/2008/042_SuperMoto_en.pdf
15. FIM. (2008). Technical Rules - Artikel 01.65. Seite(n) 20.
http://www.fim.ch/EN/rules/Techniques/2008/TECH_CMS_all_en.pdf
16. FIM. (2008). Technical Rules - Artikel 01.67. Seite(n) 22.
http://www.fim.ch/EN/rules/Techniques/2008/TECH_CMS_all_en.pdf
17. FIM. (2008). Technical Rules - Artikel 01.67. Seite(n) 21.
http://www.fim.ch/EN/rules/Techniques/2008/TECH_CMS_all_en.pdf
18. FIM. (2008). Technical Rules - Artikel 071. Seite(n) 23.
http://www.fim.ch/EN/rules/Techniques/2008/TECH_CMS_all_en.pdf
19. Interview mit Ingo Partsch, ÖAMTC Motorsport vom 19.06.2008
20. MOTORRADMAGAZIN (1998): Ausgabe 11. November 1998
21. MOTORRADMAGAZIN (1997): Brief an ARBÖ-Trainingszentrum Wien, 27. Mai 1997
22. MOTORRADMAGAZIN (1997): Brief an KTM MC Austria, 16. Mai 1997
23. MOTORRADMAGAZIN (1997): Brief an X-Soft, 25. Mai 1997
24. MOTORRADMAGAZIN (1997): Kooperationsvertrag club ö3 und Motorradmagazin, 1997

25. MOTORRADMAGAZIN (1997): Programm der Speed 97
26. OBERSTE NATIONALE SPORTKOMMISSION FÜR DEN KRAFTFAHRSPORT
(1999): Ergebnisliste der Österreichischen Supermoto-Staatsmeisterschaft 1999
27. OBERSTE NATIONALE SPORTKOMMISSION FÜR DEN KRAFTFAHRSPORT
(2000): Ergebnisliste der Österreichischen Supermoto-Staatsmeisterschaft 2000
28. OBERSTE NATIONALE SPORTKOMMISSION FÜR DEN KRAFTFAHRSPORT
(2001): Ergebnisliste der Österreichischen Supermoto-Staatsmeisterschaft 2001
29. OBERSTE NATIONALE SPORTKOMMISSION FÜR DEN KRAFTFAHRSPORT
(2002): Ergebnisliste der Österreichischen Supermoto-Staatsmeisterschaft 2002
30. ÖAMTC (1998): Grundausschreibung für die Österreichische Supermotard
Staatsmeisterschaft 1998
31. ÖSTERREICHISCHER RUNDFUNK (2000): Brief an SMC-Austria, 16. März 2000
32. ÖSTERREICHISCHER RUNDFUNK (2001): Brief an SCM-Austria, 9. April 2001
33. SPORTMAGAZIN (1998): "Tag des Donners", 10. November 1998
34. SPORTMAGAZIN (1999): "Denim-Trophy", August/September 1999
35. SUPERMOTARDCLUB AUSTRIA (2000): Flyer "Facts, 2000
36. SUPERMOTARDCLUB AUSTRIA (2001): Regelwerk 2001
37. SUPERMOTARDCLUB AUSTRIA (2001): Veranstaltervereinbarung 2001
38. SUPERMOTARDCLUB AUSTRIA (2002): Konzept Supermoto 2002

39. UEM. (2008). Internationales Sportgesetz der UEM. Seite(n) 5.
<http://www.osk.or.at/media/documents/20070503111204.pdf>
40. UEM. (2008). Preise der UEM Tages und Jahres EM Lizenzen in der Saison 2008.
Seite(n) 1. <http://www.osk.or.at/content.php?p=102>

10 Anhang

10.1 REGLEMENT SUPERMOTARD 2001

Der Supermotard Club Austria, 7202 Bad Sauerbrunn Zum Wetterkreuz 1, Tel. 0664/411 91 91, schreibt die sound2wear – Trophy 2001 und s2w – 400 aus.

Alle unten angeführten Veranstaltungen unterliegen diesem Reglement und werden durch das internationale Sportgesetz geregelt.

10.1.1 VERANSTALTUNGEN 2001

Die nachfolgend aufgelisteten Veranstaltungen sind EU offen ausgeschrieben und zählen zu den oben angeführten Bewerbungen.

Datum	Ort
• Sonntag, 29.4.01	St. Veit / Glan, Kärnten
• Samstag, 26.5.01	Kottingbrunn, Niederösterreich (Semperit Gelände)
• Samstag, 23. oder 24.06.01	Haiming, Tirol
• Samstag, 07.07.01	Melk, Niederösterreich (Wachauring)
• Samstag, 08.09.01	Kottingbrunn, Niederösterreich (Semperit Gelände)

Im Bedarfsfall (z.B. Ausfall einer Veranstaltung auf Grund höherer Gewalt) kann eine Veranstaltung gestrichen werden oder eine Ersatzveranstaltung festgesetzt werden

10.1.2 BEWERBER UND FAHRER

Teilnahmeberechtigt sind Inhaber eines gültigen Führerscheines der Klasse A nach rechtzeitig und gültig erfolgter Nennung.

10.1.3 NENNUNG

JAHRESNENNUNG

Nennungen für alle Läufe (Jahresnenner) sind unter gleichzeitiger Einzahlung des Nenngeldes in Höhe von ATS 3.500.- direkt am Renntag gültig.

Das Nenngeld wird nur bei Absage der Veranstaltung durch den Veranstalter zurückgezahlt.

TAGESNENNUNG

Darüber hinaus besteht auch die Möglichkeit - für **Einzelveranstaltungen** Uhr am Renntag zu nennen, wobei Startplätze in der Reihenfolge des Nennungseingang berücksichtigt werden.

Für diese **Einzelnennungen** werden **öS 950,--** (bei Abgabe der Nennung) eingehoben.

Jeweiliger Nennschluss (Post, Fax, Online) siehe Artikel 4.6.

TAGESNENNUNG PER FAX ODER EMAIL

Tagesnennungen per Fax oder Email werden nur berücksichtigt bei Eingang 2 Wochen vor dem jeweiligen Renntag, und gleichzeitiger Einzahlung des Nenngeldes auf das

Konto:

Konto.Nr.: 445 183 205, Bank Austria, Bankleitzahl: 20 151, Konto – Inhaber: Andreas Reiter, SMCA

MAXIMALE NENNUNGSANNAHME PRO RENNEN

sound2wear-Trophy

78 Fahrer + 4 Reserve

sound2wear-400

52 Fahrer + 2 Reserve

NENNSCHLUSS

Voranmeldung für Jahresnennungen per FAX oder E-Mail
Donnerstag 26.4.2004

Jahresnennung

bis zum Zeitpunkt der administrativen Abnahme

Voranmeldung für Einzelveranstaltungen per Fax oder Email
14 Werktage vor Renntermin

Tagesnennung

bis zum Zeitpunkt der administrativen Abnahme

OPTIONALE VERSICHERUNG

Es werden 5 Versicherungspakete am jeweiligen Renntag angeboten. Die Veranstalter und Promotoren empfehlen dringend einen Versicherungsabschluß, wobei es jedem Fahrer frei steht eine abzuschließen. Sollte ein Fahrer keine Versicherung abschließen, ist er gezwungen einen Haftungsausschluß zu akzeptieren und zu unterschreiben, wo er alle Risiken selbst zu tragen hat und auf allfällige Rechtsansprüche dem Veranstalter, Promotor und sämtlichen in der Veranstaltung eingebundenen Personen gegenüber verzichtet.

10.1.4 ZUGELASSENE FAHRZEUGE

EINTEILUNG

Zugelassen sind Motorräder der Kategorie I, Gruppe A1, Solomotorräder ohne Hubraumbeschränkung mit max. 2 Zylindern.

Darüber hinaus gelten folgende Bestimmungen:

sound2wear – 400

- Einzylinder-Motorräder mit max. 400 ccm Hubraum für Viertaktmotoren und max. 250 ccm Hubraum für Zweitaktmotoren

TREIBSTOFF

Es ist nur bleifreier, an jeder öffentlichen Tankstelle sofort erhältlicher Treibstoff in handelsüblicher Qualität gemäß Art. 63 des Anhangs 01 für Motocross zum FIM - Sportgesetz zu verwenden. Daher ist z.B. AVGAS verboten. Bei Verstößen ist mit Ausschluss aus der Serie zu rechnen. Benzinauffangbehälter für Überlaufschläuche müssen angebracht sein.

GERÄUSCHELIMIT

Das Geräuschlimit beträgt 98 dB(A) (+ 2 dB(A) Toleranz) bei einer mittleren Kolbengeschwindigkeit von 13 m/s. Die Messung ist in den einzelnen Klassen bei folgenden Drehzahlen vorzunehmen:

über 100 ccm bis 125 ccm:

bei 7000 U/min

über 175 ccm bis 250 ccm:

bei 5000 U/min

über 350 ccm bis 500ccm:

bei 4500 U/min

über 500 ccm (Viertakt):

bei 4500 U/min

STARTNUMMER

Die Teilnehmer müssen die Startnummern mitsamt eventuell aufgedruckter Werbung anbringen

Teilnehmer der Klassen **sound2wear-Trophy** und **sound2wear-400** müssen für den entsprechenden **Startnummer-Hintergrund** selbst sorgen:

sound2wear-Trophy

Gelber Hintergrund (schwarze Ziffern)

Sound2wear

–

400

Grüner Hintergrund (weiße Ziffern)

Die Startnummern sind am Motorrad, 1x Frontmaske und je 1x links und rechts seitlich am Heck, anzubringen. Fahrer, die eine Jahresnennung abgeben, erhalten permanente Startnummern.

10.1.5 AUSRÜSTUNG DER FAHRER

Alle Fahrer sind verpflichtet, **Sturzhelm** gemäß Art. 01.67 der Technischen Bestimmungen für Motocross/Road Racing der FIM, zu tragen. Brillen bzw. Visiere sind zu verwenden. Es sind **Motocross - Stiefel, Lederhandschuhe und Lederbekleidung** vorgeschrieben. Die Nichtbeachtung dieser Vorschriften kann den Ausschluss aus der Veranstaltung nach sich ziehen.

10.1.6 ABLAUF DER VERANSTALTUNG

ADMINISTRATIVE ABNAHME

Bei der administrativen Abnahme beim Rennbüro (am jeweiligen Renntag) sind von den Teilnehmern folgende Unterlagen vorzulegen:

- vorgemeldete Tagesnenner / Jahresnenner: (siehe Abs.4)
Nennbestätigung
Einzahlungsbestätigung der Nenngebühr
Führerschein
- Tagesnenner / Jahresnenner: (siehe Abs.4)
ausgefülltes Nennformular
Nenngeld
Führerschein

FAHRZEUGABNAHME

Anlässlich der **Fahrzeugabnahme** erfolgt eine technische Überprüfung der teilnehmenden Fahrzeuge sowie der **Ausrüstung der Fahrer**, die anwesend sein müssen. Die Fahrzeuge müssen den Abnahmekommissären bereits mit den vorgesehenen Startnummern versehen vorgeführt werden.

10.1.7 TRAINING

Das Training findet jeweils in Gruppen, die vom Veranstalter festgelegt werden, statt (Der Veranstalter reiht auch die abgenommenen Reservefahrer in die Trainingsgruppen).

Jede Klasse kann ein freies Training und zwei gezeitete Trainings absolvieren, wobei in einer Trainingsgruppe maximal 30 Teilnehmer starten. Gewertet wird die schnellste Runde jedes Fahrers aus allen Trainingsläufen der jeweiligen Klasse.

Ein Befahren der Rennstrecke bzw. der umliegenden Flächen und Straßen außerhalb der vorgesehenen Trainingszeit sowie das Trainieren im Fahrerlager ist untersagt und zieht den Ausschluß aus der Veranstaltung nach sich.

10.1.8 EINTEILUNG DER RENNEN

sound2wear-Trophy

In der **sound2wear-Trophy** werden jeweils entsprechend der Zeittrainings folgende Rennen gemäß folgendem Schema gefahren:

- Hoffnungslauf: 26 Starter - 10 Minuten + 2 Runden
Qualifiziert sind die Fahrer, die in Ihren Trainingsgruppen die Plätze 9 – 16 belegen.
- Finale sound2wear-Trophy: 26 Starter - 15 Minuten + 2 Runden
Qualifiziert sind die Fahrer, die in Ihren Trainingsgruppen die Plätze 1 – 8 belegen und der Erst.- bzw. Zweitplatzierte des Hoffnungslaufes der sound2wear - Trophy.

Dieser Rennablauf kann vom Veranstalter noch verändert werden.

sound2wear-400

In der **sound2wear-400** werden jeweils entsprechend der Zeittrainings folgende Rennen gemäß folgendem Schema gefahren:

- Hoffnungslauf: 26 Starter- 10 Minuten + 2 Runden
Qualifiziert sind die Fahrer, die in Ihren Trainingsgruppen die Plätze 13 – 24 belegen.
- Finale sound2wear 400: 26 Starter - 12 Minuten + 2 Runden
Qualifiziert sind die Fahrer, die in Ihren Trainingsgruppen die Plätze 1 – 12 belegen und der Erst.- bzw. Zweitplatzierte des Hoffnungslaufes der sound2wear – 400.

Dieser Rennablauf kann vom Veranstalter noch verändert werden.

10.1.9 START

Die Teilnehmer haben sich 10 min. vor Rennbeginn lt. Zeitplan am Veranstaltungstag, im Vorstartbereich einzufinden.

Der Start erfolgt stehend mit laufendem Motor, je nach Klasse.

Im Startraum darf sich außer den Fahrern und den erforderlichen Funktionären niemand aufhalten. Der Start der Warm – Up - Runde wird vom Starter mittels Flagge bzw. Ampelsignal angezeigt. Nach dieser Runde nehmen die Starter wieder ihre Startpositionen ein, danach erfolgt das Startzeichen mittels Flaggen- bzw. Ampelsignal.

Fehlstarts werden durch Start-Sachrichter festgestellt und wie folgt geahndet: Dem betroffenen Fahrer wird mit einer Tafel mit seiner Startnummer eine Stopp & Go-

Strafe angezeigt. Er hat sich daraufhin innerhalb der nächsten beiden Runden bei der Startlinie einzufinden; er muß sein Motorrad mit dem Vorderrad auf der Linie zum Stillstand bringen und darf auf Zeichen des Sachrichters den Bewerb wieder fortsetzen. Sollte auf Grund eines Fehlstarts ein Abbruch des Rennens mit neuerlichem Start erforderlich sein, startet der verursachende Fahrer aus der letzten Startposition. Eine Missachtung dieser Bestimmungen zieht den Ausschluss aus der Veranstaltung nach sich.

10.1.10 FAHRREGELN

Der **Start** darf nur in jener Klasse erfolgen, der das verwendete Motorrad entspricht. Während des Rennens kann beiderseits überholt werden, dem schnelleren Fahrer ist beim Überholen Raum zu geben. Offensichtliche **Behinderung** führt zum Ausschluss. Darüber hinaus kann auch Startverbot für das nächste Rennen/Lauf ausgesprochen werden.

Die **Strecke** ist gekennzeichnet. Beim Abweichen von der Strecke ist die Weiterfahrt bei sonstigem Ausschluss aus der Wertung wieder an jenem Punkt aufzunehmen, an dem die Strecke verlassen wurde.

Bei etwaigem **Ausscheiden** während des Trainings oder Rennens muß das Motorrad auf dem kürzesten Wege aus der Fahrbahn gebracht werden. Es ist verboten, die ausgeschiedene Maschine auf der Rennstrecke zu belassen.

Während des Rennens ist **Maschinenwechsel** verboten. Fremde Hilfe ist verboten und zieht den Ausschluß des betreffenden Fahrers nach sich. Nur im Notfall ist Hilfe, und dann nur durch die vom Veranstalter eingeteilten Streckenkommissäre, gestattet.

Während der Rennen zieht das Fahren in das **Fahrerlager** den Ausschluss aus dem jeweiligen Lauf nach sich.

10.1.11 FLAGGENSIGNALE

Es können nachstehende Flaggensignale während der Trainings und Rennen gezeigt werden; ein Nichtbeachten dieser Signale zieht Strafsanktionen nach sich:

Schwarz/Weiß Karierte Flagge:

Ende des Rennens/Trainings

Gelbe Flagge (ruhig gehalten):

Gefahr! langsam fahren, Überholverbot!

Gelbe Flagge (geschwenkt):

Unmittelbare Gefahr! zum Anhalten vorbereiten. Überholverbot!

Blaue Flagge:

Überholenden Fahrer vorbeilassen

Rote Flagge: Rennabbruch**Schwarze Flagge (mit Nummern des Fahrers):**

z.B.: Ausschluss des entsprechenden Fahrers, Stopp & Go Strafe

10.1.12 BEENDIGUNG DES RENNENS

Das Rennen wird vom Rennleiter durch schwenken der schwarz/weiß karierten Flagge beendet. Sollte ein Rennen vorzeitig abgebrochen werden, muss mindestens 2/3 der Distanz zurückgelegt worden sein, um das Rennen in die Jahreswertung aufzunehmen.

WERTUNG DER RENNEN

Für die Wertung der **sound2wear-Trophy** und **sound2wear-400** werden die Ergebnisse der jeweiligen Finalläufe herangezogen. Die Punktezuerkennung erfolgt pro Finallauf nach folgendem Schema:

Platz			Platz		Punkte
1:	25 Punkte		9:	07	
2:	20		10:	06	
3:	16		11:	05	
4:	13		12:	04	
5:	11		13:	03	
6:	10		14:	02	
7:	09		15:	01	
8:	08				

Es werden alle Veranstaltungen laut Punkt 1 gewertet (keine Streichresultate). Voraussetzung für diese Punktezuerkennung ist, dass mindestens 8 Fahrer pro Finallauf gestartet sind.

10.1.13 PARC FERMÉ

Nach dem **Finallauf** sind die Motorräder unmittelbar in den Parc Fermé (=Fahrerlager) einzubringen. Für die fünf erstplazierten Motorräder ist vom Veranstalter ein eigener Bereich vorgesehen. Es kann dort eine **Schlusskontrolle** durchgeführt werden. Der Parc Fermé wird durch den Rennleiter freigegeben.

Die Technischen Kommissäre können **jederzeit technische Kontrollen**, vor allem aber eine Schlusskontrolle, vornehmen (z.B. Hubraumüberprüfung in der Klasse sound2wear-400, wobei der Zylinderkopf vom Bewerber oder seinen Mechanikern unter Aufsicht des Technischen Kommissärs selbst demontiert werden muss).

Wird die Überprüfung eines Motorrades vereitelt oder verweigert (z.B. Zylinderkopfdemontage verweigert), führt dies zum **Ausschluss** aus der Veranstaltungswertung. Technische Vergehen können auch den Wertungsverlust in der jeweiligen Rennklasse bewirken.

10.1.14 AUSHANG DER ERGEBNISSE

Die Ergebnisse werden jeweils nach den Läufen bei der Rennleitung ausgehängt.

10.1.15 PROTEST

Proteste sind unter Beischluss der Protestgebühr von **ATS 2.000,- spätestens 30 Minuten nach Aushang** der Ergebnisse beim Rennleiter, bei dessen Verhinderung beim Veranstalter, einzubringen. Bei Protesten bzgl. Kubaturüberprüfung muss eine De- und Montagegebühr (vom jeweiligen Veranstalter festgesetzt) vom Protesteinbringer hinterlegt werden. Die Protestgebühr wird nur zurückerstattet, wenn der Protest vom Schiedsgericht als begründet anerkannt wird.

Die Proteste werden von einem Schiedsgericht binnen zwei Wochen nach Einreichung behandelt. Das Schiedsgericht setzt sich aus 3 Personen zusammen, wobei ein Fahrervertreter, ein Mitglied des SMC Austria und ein unabhängiges Mitglied dieses Schiedsgericht bilden. Das Urteil des Schiedsgerichtes ist unanfechtbar

Proteste, die den nächsten Lauf beeinflussen können, sind vor dem Start dieses Laufes einzubringen.

10.1.16 PREISGELDAUFTEILUNG

1. ATS 5000.-	9. ATS 1000.-
2. ATS 3000.-	10. ATS 800.-
3. ATS 2000.-	11. ATS 600.-
4. ATS 1500.-	12. ATS 400.-
5. ATS 1400.-	13. ATS 300.-
6. ATS 1300.-	14. ATS 200.-
7. ATS 1200.-	15. ATS 200.-
8. ATS 1100.-	

Das Preisgeld wird direkt am Renntag nach Ablauf der Protestfrist ausbezahlt.

10.1.17 SIEGEREHRUNG

Die Siegerehrungen der Einzelläufe finden am Veranstaltungsgelände, unmittelbar nach dem Finallauf statt.

10.1.18 VERSICHERUNG

Jeder Teilnehmer ist im jeweiligen Training und den Rennen durch den Veranstalter wie folgt versichert:

Haftpflichtversicherung: ATS 30.000.000,- für Personen- und/oder Sachschäden. Innerhalb dieser Summe sind ATS 120.000,- Vermögensschäden versichert.

Unfallversicherung:

Weiters hat der Veranstalter für die Funktionäre und sonstigen Mitwirkenden eine Unfallversicherung zu den Deckungssummen ATS 130.000,- für Todesfall oder bleibende Invalidität und ATS 50.000,- für Heilungskosten abgeschlossen.

10.1.19 ALLGEMEIN

Der **Veranstalter, Promotor** behält sich das Recht vor, zu dieser Ausschreibung noch nähere Durchführungsbestimmungen zu erlassen, Rennen zu verschieben oder abzusagen. Weiters entsprechen alle Informationen dem derzeitigen Stand und können durch bestimmte Umstände noch verändert oder abgesagt werden. Weiters behält sich der Veranstalter, Promotor das Recht vor, Fahrer ohne Angabe von Gründen aus der

Veranstaltung auszuschließen. Höhere Gewalt entbindet den Veranstalter von der Einhaltung seiner Verpflichtungen.

Jeder **Bewerber** trägt die zivil- und strafrechtliche Verantwortung für die von ihm oder seinen Fahrern mit dem Rennfahrzeug verursachten Personen-, Sach- oder Vermögensschäden. Der Veranstalter sowie alle mit den jeweiligen Einzelrennen in Verbindung stehenden Behörden, Organisationen und Einzelpersonen lehnen den Bewerbern und Fahrern gegenüber jede Haftung für Personen-, Sach- oder Vermögensschäden ab, die vor, während oder nach den Rennen eingetreten sind.

Erklärung des Teilnehmers:

Ich verstehe alle Risiken und Gefahren des Motorsports und akzeptiere sie völlig. Sollte ich während einer Veranstaltung verletzt werden, erkläre ich hiermit ausdrücklich, dass ich jede medizinische Behandlung, Bergung, Beförderung zum Krankenhaus oder zu anderen Notfallstellen gutheiße. All diese Maßnahmen werden durch vom Veranstalter dafür abgestelltes Personal in bestem Wissen sowie in deren Abschätzung meines Zustandes ergriffen. Ich verpflichte mich, alle damit verbunden Kosten zu übernehmen, sofern diese nicht durch die Unfallversicherung bzw. andere Versicherungsverträge abgedeckt sind.

Ich bzw. jede Versicherungsgesellschaft, mit der ich eventuell zusätzliche Verträge abgeschlossen habe, verzichte auf jegliche direkte und indirekte Schadenersatz-Forderungen an den SMCA, deren Funktionäre, den Veranstalter bzw. Organisator, jede weitere Person oder Vereinigung, die mit der Einzelveranstaltung und dieser Serie zu tun hat (einschließlich aller Funktionäre) sowie andere Bewerber und Fahrer (insgesamt Parteien genannt). Ich erkläre hiermit, dass ich unwiderruflich und bedingungslos auf alle Rechte, Rechtsmittel, Ansprüche, Forderungen, Handlungen und/oder Verfahren verzichte, die von mir oder in meinem Namen gegen die Parteien eingesetzt werden könnten. Dies im Zusammenhang mit Verletzungen, Verlusten, Schäden, Kosten und/oder Ausgaben (einschließlich Anwaltskosten), die mir aufgrund eines Zwischenfalls oder Unfalls im Rahmen dieser Veranstaltung erwachsen.

Ich erkläre hiermit unwiderruflich, dass ich auf alle Zeiten die Parteien von der Haftung für solche Verluste befreie, entbinde, entlaste, die Parteien schütze und sie schadlos halte. Dieser Haftungsausschluss ist insoweit gültig, als dies durch die österreichische Gesetzeslage und Rechtsprechung zulässig ist. Diese Erklärung gilt in allen Punkten auch für meinen Bewerber und für meine(n) Rechtsnachfolger.

10.2 Prozessplanung für die Supermotard Staatsmeisterschaften 2000

Saisonstart:

- Location-Auswahl
- Genehmigungsansuchen
- Termine
- Sponsoren-Angebote (Fixierung Paketzusagen über gesamte Saison)

15 Tage vor Motorradmagazin-Erscheinungstermin:

- Fixierung Sponsorangebote pro Lauf
- Print-Produktion

20 Tage vor Termin:

- Versand an Ex-Teilnehmer, Händler, Kunden
- Promotionsstart Plakate
- Fremdpersonalfixierung (Rettung, OSK)
- Gelände-Rahmen Fixierung (Gastro, WC)
- Streckenfestlegung und OSK-Abnahme

5 – 2 Tage vor Termin:

- Datenvorbereitung Teilnehmer
- Personalfixierung
- Streckenbedarf-Vorbereitung
- Zubehör-Einkauf und –vorbereitung
- Produktion Ausschreibung nächster Lauf

1 Tag vor Termin:

- Streckenaufbau
- Transparentanbringung
- Gastrovorbereitung
- Fahrerlager-Aufbau
- Beschilderung zur und auf der Strecke
- Daten-Updating
- Personaleinweisung – Teambesprechung

Renntag

Ab 07.30h:

- Streckenfixierung (Kalkwagen)
- Aufbau Anmeldung (Stand, Beschallung, Computer)
- Aufbau Gastro
- Postenbesetzung (Personal)

Abends:

- Abbau komplett
- Geländereinigung
- Personalauszahlung

Bis 10 Tage nach Termin:

- Sponsor-Fakturierung
- Leihgut-Rückerstattung
- Cup-Auswertung
- Fotoausarbeitung

Bis 15 Tage nach dem Termin:

- Belegexemplar-Versand an Sponsoren
- Auslagen-Begleichung

10.3 Veranstaltervereinbarung für Fremdveranstalter

Leistungen SMC Austria Medienplattform

1.1. ORF:

- Trailers:
- Berichte:

1.2. OE3:

- Ankündigung:

1.3. Printmedien:

- Sportmagazin:
- Motorradmagazin:
- Sportwoche:
- Biker in Österreich:

2. Plakate & Folder

2.1. Plakate:

- 100 Plakate 4c für Werbung in Discotheken, Restaurants, Pubs,...
- 500 Plakate 1c für Werbung auf Litfasssäulen, Plakatständer,...

2.2. Programmhefte:

- 2000 Stück 4c

3. Pressearbeit

3.1. Presseaussendungen:

- Es wird eine komplette Veranstaltungsankündigung per Email an alle wichtigen Pressehäuser in Österreich versandt.

3.2. Pressebetreuung:

- Jeder Medienvertreter bekommt, bei erfolgter Akkreditierung am Renntag, nach Ende der Veranstaltung eine Pressemappe mit den gesammelten Ergebnissen

der Veranstaltung. Weiters wird nach der Veranstaltung per Email eine Pressausendung versendet.

4. Fahrerbetreuung

- Es gibt einen eigenen Fahrerinfostand, wo wir jedem Fahrer eine zentrale Anlaufstelle für jegliche Anliegen bieten. Diese Leistung inkludiert z.B. Persönlicher Ausdruck der Trainings- bzw. Rennergebnisse

5. Datenverarbeitung

5.1. Nennung:

- Komplette Abwicklung der Nennung und der technischen Abnahme.

5.2. Zeit & Rennergebnisse:

- Auswertung der Trainingsläufe und der Rennen.

6. Zeitnahme

- Kart Data übernimmt bei unseren Veranstaltungen die komplette Zeitnahme. Die Zeitnahme basiert auf Transponder Technologie und hat zur Sicherheit auch noch eine Lichtschrankenmessung. Weiters werden zwei Online-Monitore im Zuschauerbereich und VIP Bereich installiert. Die Zeit wird auf zwei Tausendstel genau gemessen.

7. VIP – Betreuung

- Die komplette VIP Betreuung inklusive kulinarischer Versorgung wird vom SMCA bereitgestellt!!!

8. Preisgeld

- Es wird pro Veranstaltung ein Preisgeld in der Höhe von ATS 20.000.- bereitgestellt

9. Internet

- Auf der Homepage des SMCA (www.supermotard.net) werden die Ergebnisse sofort nach Ende der Veranstaltung veröffentlicht.

Leistungen des Veranstalters

1. Genehmigungen

- Gemeinde, Bezirkshauptmannschaft, Landesregierung

2. Versicherungen

- Der SMCA hat eine Versicherung für jede Veranstaltung abgeschlossen, wobei die Leistung der OSK Versicherung übertroffen wird. Die Kosten für die Versicherung übernimmt in voller Höhe der Veranstalter.

3. Sportliche Abwicklung

- Nach Rennschema des SMCA.

4. Rettung

- 2 Rettungswagen incl. 2 Sanitäter, Notarzt mit Gerätesatz

5. Streckenaufbau

- Der komplette Streckenaufbau muss am Vortag des Rennens fertiggestellt sein. Alle Materialien für den Streckenaufbau, wie z.B. Reifen, Strohballen, Absperrgitter,..., werden vom Veranstalter gestellt.

6. Siegerehrung und Pokale

- Für die Siegerehrung muss der Veranstalter Pokale sowie Sekt organisieren.

7. Fahrerlager

- Einteilung und Einweisung der Teams ist zu organisieren.

8. Parkplätze

- Pro Parkplatz sind mind. 2 Einweiser zu stellen. Bei möglicher Verkehrsbehinderung sind entsprechend mehr Einweiser zu stellen.

9. Sanitäre Einrichtungen lt. Behördlichen Bestimmungen

10. Gastronomie

- Die Gastronomie für den Zuschauerbereich ist komplett vom Veranstalter zu stellen. Ausgenommen ist der VIP Bereich!!!

11. Personal

- 10 Streckenposten
- 5 Start- / Sachrichter
- je nach Veranstaltungsgelände
 - ca. 5 Ordner
 - 5- 10 Parkordner
 - 5-8 Personen für den Eintrittsbereich

12. Beschallung

- Es muss eine Anlage mit Funkmikrofon + Musik, ausreichende Beschallung im Fahrerlager, Gastronomiebereich, Publikumsbereich installiert werden. Weiters muß am Renntag ein Tontechniker zur Verfügung stehen.

13. Anfahrtsbeschilderung

14. Lokale Pressearbeit

- Veranstaltungsankündigungen in regionalen Zeitungen, Bewerbungen bei Fremdveranstaltungen bzw. Austeilung der vom SMCA bereitgestellten Plakaten!!!

15. Kostenaufwand und –risiko zur SM Geländeanmietung

16. Streckensprecher

- Der Streckensprecher wird vom SMCA gestellt (Herbert Stachel), wobei die Kosten vom Veranstalter getragen werden.

17. Stromversorgung

- Für die Zeitnehmung und Datenverarbeitung muss ein gesonderter Stromkreis zur Verfügung stehen!!!

Erfahrungsgemäße Kosten für obige Punkte:

➤ Genehmigungen	ATS 2.000.-
➤ Versicherung	ATS 8.000.-
➤ Medical Security Staff	ATS 14.000.-
➤ Siegerehrung / Pokale	ATS 2.500.-
➤ Sanitäre Einrichtungen	ATS 1.000.- (pro Box)
➤ Beschallung	ATS 4.000.-
➤ Streckensprecher	ATS 5.400.-

Verkaufsmöglichkeiten Veranstalter:

- Alle Sponsoren außer die von Promoter bereits belegten für:
 - Namegiving
 - Presented By
- Gastronomie
 - Einnahmen bleiben zur Gänze beim Veranstalter
- Nenngeld
 - Pro Nennung ATS 350.-
- Eintritt
 - 50 % der Eintrittsgelder bleiben beim Veranstalter

Beide Parteien erklären sich mit Ihrer Unterschrift mit den obigen Bedingungen einverstanden.

Unterschrift
SMC Austria

Unterschrift
Roland Neuner

10.4 Beispiel für den Medienwert von Supermotard im Jahr 2000

Medienreichweite **13.779.000**
Werbegegenwert **3.280.900 ATS**

Kontakten

Printmedien (Zeitungen, Magazine)

	Date	Reichweite (Leser)	Seitenanzahl	Anzeigengegenwert in ATS/ lt. SS
Motorradmagazin	3,4,5,6,7+8	348.000	je 1/1	60.000 ATS
Motorradmagazin	10	348.000	1/2	34.500 ATS
Motorradmagazin	1+2 - 10	-----	je 1/4	19.500 ATS
Motorradmagazin	11,12	348.000	je 1/3	25.500 ATS
Motorradmagazin	7+8,9	-----	je 1/4	19.500 ATS
Motorradmagazin	10	-----	3,5	214.500 ATS
Sportmagazin	3,4,5,6,7+8	510.000	je 1/1	110.000 ATS
Sportwoche	20	203.000	1/4	21.500 ATS
Sportwoche	30,36	203.000	je 1/8	22.500 ATS
Sportwoche	32	203.000	1/4	39.000 ATS
Motorsport Aktuell	16.5.,30.5.,20.6., 1.8.,15.8.	510.000	je 1/4	127.500 ATS
Motorsport Aktuell	12.9.	510.000	1/16	7.700 ATS
Biker in Österreich	7+8	80.000	3/1	36.000 ATS
Biker in Österreich	9+10	80.000	2/1	36.000 ATS
Biker in Österreich	11+12	80.000	2/1	36.000 ATS
NÖ-Rundschau	26.5.	250.000	3/4	28.850 ATS
NÖ-Rundschau	18.8.	250.000	1/8	3.618 ATS
NÖ-Rundschau	23.6.,4.8.,15.9.	250.000	je 1/2	56.700 ATS
NÖ-Rundschau	15.9.	250.000	1/4	9.950 ATS
Steirer Krone	12.8.	457.000	2/3	55.120 ATS
MCE-Aktuell	9	80.000	1/3	6.700 ATS
MCE-Aktuell	10	80.000	1/2	9.800 ATS

Summe: 12.009.000 2.037.938 ATS

TV (Berichterstattung)

	Date	Reichweite	Dauer	Werbeminute / Gegenwert	
ORF – Sportbild	07/00	223.000	5		106.800 ATS
ORF-Stmk. Heute	08/00	152.000	1		50.760 ATS
Wien 1	05/00	375.000	3		21.450 ATS
Wien 1	05/00	375.000	3		21.450 ATS
Vision Oberösterreich	07/00	150.000	4		11.500 ATS
Vision Oberösterreich	07/00	150.000	4		11.500 ATS
RTV- Niederösterreich	05/00	61.400	5		9.500 ATS
BKF- Burgenland	06/00	71.000	60		6.500 ATS

Summe: 1.770.000 1.242.960 ATS

Nicht berücksichtigt:

- Regionale Printberichte im AZ-Wert von ca. 500.000 ATS
- Sämtliche regionale HF-Berichte im Tarifwert von ca. 100.000 ATS
- Internet (+ 15.000 Hits monatlich)

Quelle Werbetarif: jeweilige aktuelle Medientariflisten (Nettobeträge)

10.5 Lebenslauf des Autors

Name: Andreas Johann Reiter

Wohnhaft: Zum Wetterkreuz 1, 7202 Bad Sauerbrunn

Geboren: am 10.01.1969 in Wr. Neustadt

Religionsbekenntnis: Römisch/Katholisch

Staatsbürgerschaft: Österreich

Ausbildung:

1975-1979 Volksschule Bad Sauerbrunn

1984-1993 Hauptschule in Neudörfel

1984-1990 HTL Fachschule Maschinenbau Eisenstadt/Wr. Neustadt

1991-1993 Studienberechtigungsprüfung

1993-2008 Studium Sportwissenschaften/Prävention Rekreation

Sportlicher/ beruflicher Werdegang :

1991 Yamaha Cup Sieger

1992 Vizemeister Yamaha Cup

1993-1996 Einstieg in die Rennmaschinenklasse bis 125ccm ÖM, EM, DM... Nationale u Internationale Erfolge

1997-2002 Gründung des SMC- Austria und als Obmann des Clubs Supermoto in Österreich eingeführt. Bis 2001 war ich auch als Fahrer aktiv.

2003 Erster Moto Cross Freestyle World-Cup Österreichs im Fußballstadion Salzburg Wals Siezenheim mit Akteuren aus 11 Nationen .

2004-2008 Projektleiter bei Fa. Businesssoftware/Lyland Unternehmensservice Flughafen Wien Schwechat.