

Interview mit DVR-Präsident Dr. Michael Vesper

„Die Wahrheit ist immer konkret!“

KÖLN > Pünktlich vor dem Start der Großen Woche in Iffezheim war es wieder mal an der Zeit, bei Dr. Michael Vesper, seit rund fünf Monaten Präsident des Direktoriums für Vollblutzucht und Rennen, nachzuhören. Patrick Bülcheler hat sich mit Vesper in dessen Büro in der Kölner Rennbahnstraße getroffen.

Wie ist die Stimmung?

Bestens. Ich habe mich in den letzten fünf Monaten intensiv in das Gebiet Rennsport eingearbeitet und fühle mich mehr und mehr zu Hause.

Man sagt, bis man alles verstanden hat in diesem Sport, braucht es einige Jahre...

... das ist sicher richtig, und ich behaupte ja auch nicht, in allen Details drinzustecken. In meinem Umfeld sind genügend Fachleute, die mir helfen. Jedenfalls bin ich im Rennsport angekommen.

Hätten Sie sich vor, sagen wir einmal, fünf Jahren, ausmalen können, dass Sie mal sagen, Sie fühlten sich im deutschen Galopprennsport zu Hause?

Nein. Das Angebot, Präsident zu werden, kam ja durchaus überraschend auf mich zu. Aber das war in meinem Leben an mehreren Stationen ähnlich. Ich wurde plötzlich Bauminister, ohne Architekt zu sein. Und als der Deutsche Olympische Sportbund mich damals zum Generaldirektor berief, war das ebenso überraschend, auch für mich selbst. Von Zeit zu Zeit das Spielfeld zu wechseln, etwas Neues anzupacken - das finde ich gut.

Die Aufgaben, die es im Galopprennsport zu erledigen sind, sind mittelfristiger und langfristiger Natur. Täuscht das?

Nein, das stimmt schon. Es gibt mittelfristige Themen, langfristige strategische Projekte, aber auch kurzfristige Aufgaben. Bei allem Denken darüber, wo die Reise hingeht, muss man auch kurzfristig etwas bewegen. Ein Beispiel: Wir alle wissen um die Notwendigkeit, die Medienpräsenz unseres Sports mittel- und langfristig zu verbessern. Dass dann ARD und ZDF schon dieses Jahr das Deutsche Derby mit tollen Bildern und in ordentlicher Länge gezeigt haben, ist ein erster Erfolg, der Mut macht: ein positives Signal für das wachsende Interesse am Rennsport.

Wie empfinden Sie das Arbeiten innerhalb der Strukturen des Direktoriums?

Gut und konstruktiv. Aber die Verflechtungen und Eigeninteressen der unterschiedlichen Akteure im Rennsport sind kompliziert. Sie auf einen Nenner zu bringen, ist nicht immer leicht. Dabei müssen wir doch sehen: Wir werden nur vorankommen, wenn es ein gemeinsames Verständnis der Hauptaufgaben und ihrer Bewältigung gibt - ein Wir-Gefühl, das so stark ist, dass es auch Krisen und Konflikte übersteht.

Glauben Sie, es braucht eine Politik der kleinen Schritte oder eher eines harten Einschnittes, harter Maßnahmen, ein Zerschlagen des Gordischen Knotens quasi?

Der große Cut hört sich gut an, ist aber eine Illusion. Wir sind ein Verband und müssen unsere Mitglieder mitnehmen. Seit Jahren ist von der großen Strukturreform die Rede. Sogar Gutachten wurden in Auftrag gegeben. Wenn ich das Ergebnis lese, dann ist da wenig, was diesen anspruchsvollen Begriff mit Inhalt füllt. Die Wahrheit ist immer konkret, und die Wahrheit ist - im Fußball sagt man aufm Platz, wir



sagen natürlich: - aufm Geläuf. Wir brauchen viele kleine, machbare Schritte, um die Richtung zu verändern.



Das ist in Sachen Kommunikation nicht einfach. Denn in der Szene wartet man eigentlich auf die „große Antwort“, den großen Zukunftsentwurf.

Ich möchte nicht für Ankündigungen gelobt oder kritisiert werden, sondern für das, was passiert. Auch hier ein Beispiel. Wir haben seit rund zehn Jahren eine Dachmarke namens „German Racing“ und seit drei Jahren die „Champions League“. Auf dem Papier fühlt sich beides gut an, es wird durch die Realität aber

nicht gedeckt. Wir leben die Dachmarke noch zu wenig, und die Champions League findet sich auf den Bahnen oft unter „ferner liefen“. Es ist nicht damit getan, neue Begriffe zu erfinden oder wohlklingende Reformkonzepte, es kommt auf die tatsächlichen Veränderungen an.

Wenn Sie dennoch mal ein etwas größeres Bild malen: Was sind die drei Hauptbaustellen?

Erstens die bessere Entwicklung und Nutzung unserer Beteiligungen. Dafür suchen wir bekanntlich einen Geschäftsführer, den wir noch nicht gefunden haben. Ziel ist es, eine bessere finanzielle Ausstattung des Rennsports

zu erreichen und dafür auch ein übergreifendes Marketing zu entwickeln. Zweitens das erwähnte Wir-Gefühl. Wir müssen uns als der deutsche Rennsport geschlossen aufstellen und zusammenhalten. Und drittens eine bessere Präsenz in Richtung der Politik.

Man hat den Eindruck, da tut sich was, was die Kontakte zur Politik angeht.

Ich freue mich sehr, dass wir Anfang November erstmals in der Geschichte des Rennsports eingeladen sind, unseren Sport vor dem Spartausschuss des Deutschen Bundestages zu prä-

sentieren. Kontakte zur Politik braucht es auf allen Ebenen. Jede Rennbahn liegt ja zum Beispiel im Wahlkreis eines Bundestagsabgeordneten, und dessen Unterstützung ist essentiell. So hat der Bundestag im Haushalt 2018 beispielsweise über 4 Mio. Euro für dringend erforderliche Investitionen in Hoppegarten eingestellt.

Sie sprachen die Vakanz des Marketing-Geschäftsführers an. Man hört, ein Kandidat, den man verpflichten wollte, hat wieder abgesagt. Wann wollen Sie die Besetzung durchhaben?

Leider ist dem so, ja. Wir führen laufend Gespräche und wollen die Position so bald wie möglich besetzen.

In Frankreich gab es in jüngster Vergangenheit einige Alarmrufe dortiger Rennsportfunktionäre und von Seiten der PMU. Sprich: Frankreich ist nicht krisenfrei. Aber ein wichtiger Partner für den deutschen Turf. Besteht die Gefahr, dass man sich zunächst selbst der Nächste ist?

Die Probleme in Frankreich sind auf einem erheblich höheren Niveau als in Deutschland, dort liegen die Umsätze ein Vielfaches über unseren. Nachdem die Führung gewechselt hat, ist es normal, dass die Strategie diskutiert und hinterfragt wird. Ich bin Anfang Oktober zu Gesprächen in Paris. Natürlich sind wir mit dem französischen Rennsport verbunden, vor allem auch dadurch, dass der PMU 51 Prozent an German Tote gehören, und über die zahlreichen PMU-Renntage, bei denen in Frankreich auf deutsche Rennen gewettet werden kann.

Sie bekommen sich immer sehr offensiv zum Wetten. Wie sind die Erfolge?

Es geht rauf und runter, wie das so ist. Meine besten Erfahrungen mache ich, wenn ich die Emotionen spielen lasse.

Glauben Sie, dass der Rennsport das Ruder noch richtig herumreißen kann?

Ich bin grundsätzlich Optimist. Wir haben sehr viel Substanz und vom Rennsport begeisterte Menschen. Auch der Publikumszuspruch ist nach wie vor groß - abseits der großen Mann-



Mit der Politik kann Vesper immer und überall auf Augenhöhe diskutieren, hier mit Berlins Regierendem Bürgermeister Michael Müller

Foto: Sörgel

schaftsportarten gibt es kaum Sportereignisse, die mehr Zuschauer anlocken. Und im persönlichen Umfeld kenne ich niemanden, dem es beim Rennbahnbesuch nicht gefallen hat. Fast jeder, der dort ist, findet es toll. Der große Vorteil, den wir haben, ist die schnelle Entscheidung. Sie ist sofort da, nach 2 bis 3 Minuten. Kein Stechen, kein zweiter Durchgang, keine Halbzeit. Galopprennen sind ungeheuer spannend, diese Spannung macht sie aus. Und die Pferde sind einfach der Hammer...

Sie werden emotional.

Ja, Sie können das auch weglassen.

Nein, ist doch gut so.

Wissen Sie, ich bin sehr gern im Führring. Es macht mir unglaublichen Spaß, die Pferde zu beobachten, wie die Jockeys aufsitzen, dann mit dem Pferd ein Team werden.

Aus allem, was Sie beschrieben haben, lässt sich herauslesen, dass der Rennsport auch eine Führungsfigur braucht, die die Richtung vorgibt und wie bei einer Reisegruppe den Schirm hochhält, damit sich keiner verirrt. Und dann mit Schirm losläuft. Erfüllen Sie diese Rolle?

Das müssen Sie andere fragen, nicht mich. Im Präsidium arbeiten wir sehr gut zusammen, und das wird auch im Vorstand so sein, wenngleich meine erste Sitzung dort noch aussteht. Die unterschiedlichen „Fraktionen“ – Besitzer, Züchter, Rennvereine – zusammenzuführen, ist einerseits leichter als in der Politik, weil ja viele mehrere Hüte tragen und dadurch ein wechselseitiges Verständnis herrscht, aber andererseits dadurch auch unübersichtlicher und mithin komplizierter. In der Politik haben Sie schwarz und rot und gelb und grün. Im Rennsport vermengen sich die Funktionen und Peergroups. Ein Vertreter der Besitzer kann gleichzeitig eine wichtige Funktion auf einer Rennbahn haben. Da sind die Argumente nicht schwarz und weiß, sondern oft bunt.

Es stehen in den kommenden Monaten, oder sagen wir mal zwei Jahren, einige personelle Wechsel an, die auch den Vorstand betreffen. Gut oder schlecht?

Wechsel sind überall normal. Darauf muss und wird man sich einstellen.

Stichwort Baden Racing. Es sollen dort weitere Partner mit ins Boot einsteigen.

Über das Thema wird augenblicklich sehr viel diskutiert. Klar ist, dass Baden-Baden unverzichtbar für den gesamten Rennsport ist. In der Bankenterminologie würde man sagen: Es ist „systemrelevant“. Darum müssen wir alle ein Interesse daran haben, Baden-Baden zu erhalten und zu stärken. Wir können Andreas Jacobs und Paul von Schubert gar nicht dankbar genug dafür sein, dass sie die Bahn aus der Insolvenz gerettet haben, eine großartige Leistung für Baden-Baden und den Sport insgesamt. Jetzt müssen und werden wir zu einer zukunftssicheren Lösung kommen.

Es gibt Stimmen, die die Meinung vertreten, von den Rennen, die einen Großteil der Kosten bei den Rennvereinen, nicht nur in Baden-Baden, ausmachen, den Gruppe- und Listenrennen, gäbe es zu viele. Hier solle man ausdünnen.

Vorsicht! Man erhöht Attraktivität nicht dadurch, dass man wichtige Rennen aufgibt. Dabei sind Bahnen mit Gruppe-Rennen in einer anderen Lage als kleinere Bahnen, die es sehr gut schaffen, für sich selbst zu sorgen.

Es gab oftmals die Idee der zentralen Organisation der Bahnen und der Rennen, Stichwort Galopp-Bundesliga oder Anlehnungen an die Formel 1.

Natürlich liegt ein solcher Schluss nahe. Jede Bahn hat ihre eigene lokale Verwurzelung und Besonderheit, und das ist ein sehr hoher Wert. Viele Bahnen sind bestimmend für eine ganze Region. Oft genug spielen Faktoren eine Rolle

Der Präsident und Dschingis Secret, der Galopper des Jahres Foto: Nolting



wie die Funktion als grüne Lunge und auch die Denkmalpflege. Jede Lösung, die zu einem stärkeren Miteinander führt, muss die regionalen Besonderheiten beachten, erhalten und nutzen. Aber es muss eine zentrale Marketing-Strategie geben, ohne Frage. Auch im Fußball gibt es in den Bundesligen 36 Vereine, die ganz klar regional verankert sind, aber trotzdem unter einer Marke agieren.

Was erwarten Sie von der Großen Woche?

Ich bin erst einmal sehr neugierig und freue mich darauf, wieder ein Stück mehr zu lernen.

Und die Sitzungen?

Die gehören auch dazu, ja. Aber so viele Sitzungen wie ich sie in der Politik hatte, kann es im Rennsport gar nicht geben. Was Sitzungen angeht, kann mich nichts schocken.



Der Lieblingsort von Michael Vesper, wenn er auf Rennbahnen ist: Der Führring, hier der in Iffezheim

Foto: Sorge