

Analyse: Wie viel - oder wenig - Rallye braucht unser Land? (Teil 1)

Angebot und Nachfrage - das sind die Zauberwörter Nummer Eins im gesamten Wirtschaftsleben. Um sowohl die Anbieter- als auch die Nachfrageseite maximal zu befriedigen, ist bestmögliche Übereinstimmung zwischen Angebot und Nachfrage erforderlich. In der Praxis bestehen hier jedoch im österreichischen Rallyesport große Abweichungen.

Am Beginn aller Überlegungen steht die Tatsache, daß von vielen Seiten beklagt wird, die Rallye-Staatsmeisterschaft, auch österreichische Rallye-Meisterschaft bzw. kurz "ÖRM" genannt, hätte zu viele Läufe. Zehn Rallyes im Jahr, das wäre selbst für die besser gestellten Teams, die hier mitmachen wollen, mit kaum zu bewältigenden Ausgaben verbunden, für Öffentlichkeits-wirksame Projekte, sei es ein World Rally Car oder ein Super 1600-Kitcar, ist schon gar kein Geld vorhanden, bis auf extrem seltene Ausnahmen. Die Folge: Der Fuhrpark der ÖRM-Rallyes wirkt hoffnungslos verstaubt und vor allem farblos, weil eintönig. Daß es immer weniger Menschen interessiert, welcher Mitsubishi welchen Mitsubishi besiegt, merkt man sofort, wenn man zu den österreichischen Rallyes kommt.

Wie pervers: Vor über einem Jahrzehnt sorgten wir uns über einen dramatisch zusammengeschrumpften Rallyekalender, meist aufgrund erhöhter Umweltauflagen und teilweise auch - damals schon - massiver Finanzierungsschwierigkeiten seitens der Veranstalter, jetzt ist die große Anzahl der Rallyes für uns zu einem Problem geworden. Da soll sich wer auskennen...

Es ist aber so, und wenn man die Dinge nüchtern betrachtet, darf einen das nicht wundern. Einem drastisch gestiegenen Budgetbedarf aufgrund eines deutlich erhöhten technologischen Aufwandes, vor allem auf dem Allrad- und Kitcar-Sektor, steht ein merklich gesunkenes Beteiligungsinteresse von Seiten der Sponsoren gegenüber, das von der schwachen sportlichen Attraktivität auch nicht gerade positiv beeinflußt wird. Um das Publikumsinteresse und damit den Werbewert anzuheben, müßte man in erster Linie auf mehr spektakuläre Wagen setzen, aber dazu bräuchte man mehr Geld. Bei einer Rallye geht es nämlich auch darum, sich zu präsentieren, und je höher die Liga ist, in der man spielt, umso wichtiger wird dieser Faktor. Deshalb kann die Reduzierung der Kosten nicht das einzige entscheidende Kriterium sein. Was aber kann man tun, um die in einer schweren Identitätskrise befindliche ÖRM nicht noch tiefer in die Bedeutungslosigkeit abstürzen zu lassen, sondern ihr, im Gegenteil, einen zuverlässigen Weg nach oben zu ebnen?

Was hier einzig und allein helfen kann, sind Beobachtungen aus der Praxis. Sie liefern die Antwort auf die unvermeidliche Frage "Wo liegen unsere Möglichkeiten, und wie nützen wir diese am besten?" Theoretisieren hilft gar nichts.

Lesen Sie weiter in Teil 2:

Aufwertung durch Attraktivitätssteigerung anhand eines Beispieles aus dem echten Rallye-Leben - und wie könnte sich der österreichische Rallyesport daran hochziehen.