



Bettina Reuter *Hrsg.*

Motorsport- Management

Grundlagen – Prozesse – Visionen



Springer Gabler

Motorsport-Management

Bettina Reuter
(Hrsg.)

Motorsport-Management

Grundlagen – Prozesse – Visionen

Herausgeber
Bettina Reuter
Hochschule Kaiserslautern
Zweibrücken, Deutschland

ISBN 978-3-662-57702-8 ISBN 978-3-662-57703-5 (eBook)
<https://doi.org/10.1007/978-3-662-57703-5>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnetet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler
© Springer-Verlag GmbH Deutschland, ein Teil von Springer Nature 2018
Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.
Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.
Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer-Verlag GmbH, DE und ist ein Teil von Springer Nature

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Heidelberger Platz 3, 14197 Berlin, Germany

Geleitwort Reuter

Ich hätte niemals gedacht, dass im Bereich der Betriebswirtschaftslehre noch eine Nische zu finden ist – und doch ist es so. Recherchiert man über das Thema Motorsport-Management, so findet man sowohl in der deutschsprachigen wie auch in der englischsprachigen Literatur kein einziges Fachbuch, das dieses Thema behandelt. Es gibt zwar interessante und spannende Biografien von Größen aus dem Motorsport und Berichte einzelner Rennserien, aber keine Beschreibung oder wissenschaftliche Zusammenstellung des Motorsport-Managements. Dabei stellt gerade im komplexen Umfeld des Motorsports die Kompetenz im Bereich des Managements die Weichen für den langfristigen Erfolg von Renntteams, Serienveranstalter, Streckenbetreibers und Sponsoren.

Aus diesen Überlegungen entstand das vorliegende Buch **Motorsport-Management: Grundlagen – Prozesse – Visionen**. Ich habe mich sehr gefreut, dass aus meinem motorsportlichen Umfeld so viele Verantwortliche im Motorsport, Dozenten, Kollegen und Freunde die Idee zu diesem Buch so begeistert und engagiert aufgegriffen haben. Nur durch ihren Einsatz und Mitgestaltung konnten die Struktur und die Inhalte dieses Werkes entstehen. Große Anerkennung gebührt auch meinen Mitarbeitern im Institut ed-media, die mich im Bereich der Koordination, Lektorierung und formalen Gestaltung uneingeschränkt unterstützt haben. Für die konstruktive, kompetente und erfreuliche Zusammenarbeit mit allen Co-Autoren kann ich mich gar nicht genug bedanken. Es erfüllt mich mit Stolz, das Ergebnis unserer großartigen Zusammenarbeit nun tatsächlich vor mir zu sehen.

Das vorliegende Buch geht zuerst auf die grundlegenden Zusammenhänge im Motorsport – sowohl im Automobil- wie auch im Motorradsport – ein. Darauf folgen die Projekt- und Managementtechniken dieses Fachgebietes, das Marketing und die Finanzierung sowie weitere Entwicklungen im Motorsport. Ziel ist es dem Leser einen ersten umfassenden Einblick in die komplexe Welt des Motorsport-Managements zu geben und die Vielfalt der motorsportlichen Bereiche darzustellen. Natürlich gibt es Themen, die wir hier noch nicht abdecken. Dies werden wir in einer zweiten erweiterten Auflage beschreiben, bei der auch die Fahrer- und Teamsicht stärker eingebunden sein wird, ebenso wie Themen aus dem sicherheitsrelevanten und medizinischen Umfeld. Neue zukunftsweisende Entwicklungen (e-sport, Formula E, autonome Rennwagen usw.)

werden dort ebenfalls ihren Platz finden. Den Stellenwert des vorliegenden Werkes in der Landschaft des deutschen Motorsports spiegeln die vorangestellten Gruß- und Geleitworte der wichtigsten deutschen Motorsportverbände und Akteure wider, bei denen ich mich ganz herzlich für diese Unterstützung bedanke.

Jedes Mal, wenn ich eine Motorsportveranstaltung besuche oder organisatorisch an einer Veranstaltung mitwirken kann, bin ich voller Anerkennung für alle Beteiligten, die es geschafft haben die Herausforderung zu meistern und einen motorsportlichen Wettkampf zu organisieren. Dabei muss man wissen, dass der Großteil der Beteiligten die Aufgaben im Ehrenamt leistet, allein motiviert durch die Begeisterung und die Faszination für den Motorsport.

Ich wünsche allen Leserinnen und Lesern viel Freude an den Inhalten dieses Buches und hoffe, Sie anstecken zu können mit meiner Begeisterung und Bewunderung für den Motorsport und die gesamte Motorsportfamilie.



Herzlichst
Ihre Bettina Reuter

Geleitwort Schuhbauer

Bedeutung des Managements im Motorsport

Über einen sehr langen Zeitraum wurde das Thema Management im Motorsport fast komplett vernachlässigt. Meist wurden diese Aktivitäten von technikverliebten Ingenieuren vorangetrieben. Erst zu einem sehr viel späteren Zeitpunkt wurde man sich der Bedeutung des Managements im Motorsport bewusst. Bis zum heutigen Zeitpunkt gibt es deshalb nur sehr wenig Fachliteratur zu diesem Thema.

Als allererstes sei mir die Anmerkung erlaubt, dass es sich bei dem Thema Motorsport bei vielen Interessierten in erster Linie um Emotionen, Gefühle und Begehrungen handelt. Und genau das soll Motorsport auch sein.

Meine Betrachtungsweise legt das Augenmerk weg von den subjektiven Themen auf die objektive Schiene und hier im Besonderen auf das Thema „Management im Motorsport“ aus Sicht eines Fahrzeugherstellers. So gilt es für Fahrzeughersteller, sich der Abstrahlung auf die gesamte Marke und natürlich auch der kompletten Verantwortung sehr wohl bewusst zu sein.

Das Thema Motorsport weist völlig unterschiedliche Betrachtungsweisen und Vorgehensweisen auf – je nachdem, aus welchem Blickwinkel man dieses Thema angeht. So liegt es nahe, dass sich zum Beispiel aus Sicht des Fahrers andere Schwerpunkte ergeben als aus Sicht eines Teamchefs, Sponsors, Serienveranstalters, Promotors, Funktionärs, Dachverbandes usw. – oder auch aus Sicht eines Fahrzeugherstellers.

Obgleich ich selber schon jahrelang (und hoffentlich bleibt das noch lange so) an der Rennstrecke eine Mehrfachfunktion ausübe (gleichzeitig Fahrer, Teamchef und leitender Vertreter eines Fahrzeugherstellers), möchte ich mich hier der Perspektive eines Management Vertreters eines Fahrzeugherstellers widmen. Und um nochmals kurz auf die subjektive Schiene abzuschweifen: ja, es ist ein absolut tolles Gefühl als Fahrer in einem Rennwagen. Vor allem, wenn es darum geht, mit einem der schönsten Fahrzeuge, die es auf diesem Planeten gibt (Aston Martin), auf der schwierigsten Rennstrecke dieser Welt (Nürburgring Nordschleife) Motorsport zu betreiben.

Genug der Gefühlsduselei und zurück zu unserem Thema. Bevor ich mich als Fahrzeughersteller in das Erlebnis Motorsport stürze, muss ich mir genau im Klaren sein, was

mit diesem Engagement erreicht werden möchte. Und am Ende muss natürlich auch eine Risikobeurteilung stattfinden.

Risiko in verschiedener Hinsicht. Die Frage nach dem Budget zum Beispiel: aus welchem Budget soll denn wie viel zum Thema Motorsport beigetragen werden? Läuft die Firma vielleicht Gefahr, eine doch stattliche Summe Geld zu investieren, ohne ein entsprechendes Ergebnis zu sehen (Return on Invest)?

Ja es geht sogar noch schlimmer. Kann ein sportlicher Misserfolg, bedingt z. B. durch Unfälle oder technische Ausfälle, das Image der gesamten Firma negativ beeinflussen? Und sich am Ende sogar negativ auf das Verkaufsergebnis auswirken? Selbst das „Worst Case – Szenario“ muss mit in die Betrachtung einfließen. Verletzungen, im schlimmsten Falle mit Todesfolge, von Fahrern, Streckenposten oder vielleicht sogar Zuschauern. Alleine der Gedanken daran, dass eventuell ein unbeteiligter Zuschauer, der als Fan nur Spaß an der Rennstrecke haben wollte, vom eigenen Fahrzeug erfasst wird, lässt jedem verantwortlichen Manager das Blut in den Adern erstarren.

Das gilt es also zu bedenken und im Detail abzuwägen.

Es ist so, dass der Motorsport ein sehr breit gefächertes Angebot bereithält. Betrachten wir als Nächstes doch mal die unterschiedlichen Arten. Da gibt es zum Beispiel Langstreckensport oder Sprintveranstaltungen, klassische Rallyes, Berg-Rennen, Slalom Veranstaltungen, Rundstreckenrennen, Motorsport mit historischen Fahrzeugen oder wie jetzt relativ neu im Programm, Rennserien für rein elektrisch angetriebene Fahrzeuge. Um als Fahrzeughersteller eine Entscheidung zu treffen, welche Art des Motorsportes angedacht ist, gilt es zuerst konkrete Ziele aufzustellen. Also nichts anderes als das, was wir vor jeder anderen großen Entscheidung auch machen. Die Zauberformel heißt: Wir erstellen ein gut strukturiertes Lastenheft.

Was möchte ich mit dem Engagement bezwecken?

Das ist die Kernfrage, die sich jeder Fahrzeughersteller stellen muss, bevor er sich über weitere Schritte Gedanken macht.

Möchte ich ein bestimmtes Fahrzeugmodell promoten? Handelt es sich um eine „Brand Building“ Maßnahme oder sogar um einen Business Case mit entsprechender Profit Erwartung?

Als klassische „Brand Building“ Maßnahme würde etwa ein Engagement in der Formel 1 oder aber auch ein LMP Engagement gewertet werden. Während ein Engagement im GT Bereich – also etwa in der WEC – dann schon wieder als Förderung eines einzelnen Modelles gewertet werden kann.

Natürlich überschneiden sich diese Überlegungen auch. So wird ein Engagement im hochklassigen GT Bereich, wie etwa die Teilnahme mit einem nach GTE Reglement aufgebauten GT Fahrzeug, bei dem Langstreckenklassiker 24 h von Le Mans sowohl auf das eingesetzte Modell, wie auch auf die gesamte Marke abstrahlen.

Für den Fall, dass der Motorsportbereich als Profit Center gesehen wird, gilt es sehr genau die Vor- bzw. Nachteile abzuwägen. Klassisch gesehen gibt es bei der Betrachtung als Profit Center zwei Betrachtungsweisen. Entweder ich baue das Geschäftsfeld rein aus dem Vertrieb der Rennfahrzeuge und natürlich dem entsprechenden Ersatzteilservice auf, oder aber ein eigenes Team setzt die Fahrzeuge auch direkt ein und vermarktet den Fahrerplatz als Gesamtheit. Bei dieser „Fahrerplatzvermarktung“ hat man als Fahrzeughersteller immer den direkten Einfluss auf die Qualität des zur Verfügung gestellten Fahrzeuges und natürlich auch auf die Vergabe des Fahrerplatzes.

Nachteilig und auch kritisch kann hier gesehen werden, dass ein Fahrzeug, welches durch dieses System mit sehr guten Amateurfahrern besetzt ist, im Wettbewerb mit Fahrzeugen steht, die von reinrassigen Profis besetzt sind.

Bitte dies nicht falsch verstehen, es gibt eine ganze Reihe von sehr engagierten Amateurfahrern, die auf einem sensationell hohen Niveau Motorsport betreiben, aber am Ende des Tages vielleicht doch einen Wimpernschlag langsamer auf der Strecke sind. Genau dieser Wimpernschlag macht unter Umständen aber am Ende den Unterschied zwischen dem ersten und zweiten Platz aus. Also auch hier muss man sehr genau abwägen, welche Außenwirkung eine entsprechende Entscheidung hat.

Da wir schon mitten in der Fahrerdiskussion sind, schauen wir uns diesen Bereich noch etwas genauer an. Welche Bedeutung hat eigentlich der Fahrer? Im professionellen Motorsport kommen einem „Werksfahrer“ neben der reinen fahrerischen Aktivität auch noch jede Menge anderer Aufgaben im PR und Marketing Bereich zu. Selbstverständlich wird angenommen, dass der rein fahrerische Teil auf allerhöchstem Niveau in puncto Fahrzeugbeherrschung usw. erledigt wird. Vielfach unterschätzt wird die Abstrahlung eines bestimmten Fahrernamens auf die gesamte Marke.

Es gibt völlig unterschiedliche Fahrertypen, welche sich vor allem außerhalb des Fahrzeuges sehr stark in ihren Verhaltensweisen unterscheiden. Um es klar zu sagen: nicht jeder Typ passt zu jedem Fahrzeughersteller. Hat man aber diesen Held, und als solcher wird er oft gesehen, gefunden, dann ist sein Marketingwert gigantisch.

Völlig anders kann es natürlich sein, wenn bei einem Langstrecken Rennen, wie etwa dem 24 h Rennen am Nürburgring, die Zuverlässigkeit und das Fahrzeug als solches im Vordergrund stehen. Dann kann es auch durchaus nützlich sein, sehr bewusst auf große Fahrernamen zu verzichten. Teilweise wird dann Entwicklungingenieuren, welche maßgeblich an der Entwicklung des Fahrzeuges beteiligt waren, dieser Part zugesprochen. Dann liegt natürlich im Falle eines erfolgreichen Rennens der Fokus komplett auf dem Fahrzeug. Der Fahrer tritt hier elegant in den Hintergrund.

Dies sind nur einige wenige Punkte, die es zu dem Bereich Management im Motorsport zu sagen gibt. Diese Zeilen sollen aufzeigen, mit welchen komplexen Themen sich Fahrzeughersteller beschäftigen, bevor ein bestimmtes Engagement im Motorsport stattfindet.

Dieses Buch nimmt das Thema auf eine völlig neue Art und Weise auf und betrachtet Ansichten, wie sie so bisher noch nie zusammen dargestellt wurden.



Wolfgang Schuhbauer
Director Aston Martin
Nürburgring Performance Centre

Vorwort DMSB-Präsident Hans-Joachim Stuck

Liebe Leserinnen und Leser,

Management im Motorsport – das gab es schon immer. Schon als im Juli 1894 der erste Automobilwettbewerb auf der Strecke von Paris nach Rouen ausgetragen wurde, war eigentlich schon alles vorhanden, was heute noch notwendig ist: Es gab ein Regelwerk und Veranstaltervertreter, die es überwachten. Es gab Teams, die sich den Regeln unterwarfen und zum Wettbewerb antraten. Es gab Piloten, die die 126 Kilometer in Angriff nahmen. Die ersten Plätze von Peugeot und Panhard & Levassor wurden mit benzinbetriebenen Motoren erzielt, die in Daimler-Lizenz gefertigt wurden. Auch die Industrie war von der ersten Minute an dabei und erkannte schnell die Vorteile des Engagements im Motorsport.

Doch natürlich waren die Anfänge des Motorsport-Managements so einfach wie die Fahrzeuge, die da auf den französischen Schotterpisten antraten. Und es blieb lange so. Oft brachte dieser Sport markante Persönlichkeiten hervor, die an und abseits der Strecke das Geschehen prägten. Ihre Lebensläufe beschreiben auch die Evolution und Professionalisierung des Sports. Da war der legendäre Mercedes-Sportchef Alfred Neubauer als polternder Generalissimo. Oder Enzo Ferrari, der nicht nur ein Rennteam, sondern eine automobile Weltmarke schuf. Denken Sie an Frank Williams oder Bernie Ecclestone – um nur zwei zu nennen – mit denen der Formel-1-Zirkus zum Multi-Milliarden-Business wurde. Oder auch an Toto Wolff, der als Unternehmer und Sportchef einen ganz neuen Typus von Manager an der Rennstrecke darstellt, dem die Zukunft in diesem Sport gehört.

Mit dieser Entwicklungslinie ist auch beschrieben, warum eine umfassende und systematische Darstellung des Themas Motorsportmanagement überfällig war. Schon lange ist eine Professionalisierung im Motorsport zu beobachten. Sie ist gewiss wünschenswert, denn sie macht diesen Sport zukunftsfähig. Immer komplexer werden die Abläufe und Anforderungen gerade im Profibereich. Immer komplexer werden auch die technischen Vorgaben und Herausforderungen. Rennwagen sind heute eben keine Gitterrohr-Chassis mit eingebautem Kraftwerk mehr. Sie sind oft genug Hightech-Maschinen, für deren Einsatz und Bedienung großes Know-how und Erfahrung zusammenkommen müssen. Das bedeutet: Die Protagonisten in allen Bereichen – ob in der Teamführung,

im Aufbau und Einsatz des Fahrzeugs, im Service rund um den Rennbetrieb, in der Vermarktung, ja auch im Cockpit – müssen selbst immer mehr zu Experten werden, die wiederum mit anderen Experten in Teams zusammenarbeiten: Hemdsärmeligkeit und Laisser-faire sind da fehl am Platz. Professionalität dagegen ist in jeder Hinsicht Pflicht.

So ist dieses Buch eine Hilfe und ein Beitrag zur Professionalisierung: Es ist nicht weniger als die erste umfassende und wissenschaftlich fundierte Darstellung des Themas Motorsportmanagement in der deutschsprachigen Literatur. Die Beiträge stammen von ausgewiesenen Experten, die sowohl mit dem Motorsport als auch mit ihrer wissenschaftlichen Disziplin bestens vertraut sind. Es ist damit geradezu eine Pflichtlektüre und eine Quelle, die hoffentlich vielen aktuellen und künftigen Protagonisten unseres Sports eine wichtige Unterstützung sein wird.



Ihr
Hans-Joachim Stuck
DMSB-Präsident

Vorwort ADAC Sportpräsident, FIA-Vizepräsident und DMSB-Ehrenpräsident Herrmann Tomczyk

Verehrte Leserinnen und Leser,

Motorsport ist Fortschritt. Die umer menschliche Eigenschaft des „weiter, schneller, besser“ wird hier von Saison zu Saison, ja von Rennen zu Rennen mit Leben erfüllt. Jedes noch so schnelle Rennfahrzeug wird irgendwann von einem noch schnelleren abgelöst, jede noch so perfekte Rundenzeit wird eines Tages unterboten. Aber auch das Scheitern ist im Motorsport ganz besonders augenfällig: Jedes kleine technische Detail kann das ganze System zum Stillstand bringen, ein Fahrfehler in der letzten Runde kann ein überlegenes Rennen im Kiesbett beenden.

Dem Erfindungsreichtum scheinen im Motorsport – trotz aller hochkomplexen Regelwerke – keine Grenzen gesetzt. Dass neue Ideen gesucht, umgesetzt, verworfen, verbessert werden, auch das hat eine lange Tradition im Motorsport. Nicht zuletzt gingen von hier aus immer wieder Innovationen aus, die später Einzug in den Serienbau fanden. Das große „Labor Rennstrecke“, es spielt auch in Zeiten von Hightech-Engineering und Computersimulationen nach wie vor eine große Rolle.

Wenn Entwicklung im Höchsttempo und Erfindungsreichtum aber wichtig sind, dann ist es ebenso wichtig, sie in die richtigen Bahnen zu lenken. Diese Prozesse zu systematisieren, ihnen einen Rahmen zu geben, in denen sie sich entfalten können, ist die Aufgabe des Motorsportmanagements. Diese Erkenntnis ist noch recht neu – lange Zeit war Management im Motorsport in vielen Bereichen nicht besonders strukturiert. Erst in jüngerer Zeit ist Motorsportmanagement von zunehmender Bedeutung: Die verfügbaren Ressourcen zu planen, zu organisieren und zu lenken, ist inzwischen zum wichtigen Erfolgsfaktor geworden.

Und damit ist nicht nur gemeint, ein wettbewerbsfähiges Fahrzeug effizient zu entwerfen und aufzubauen oder ein Rennteam erfolgreich einzusetzen. Genauso wie der Begriff des Managements eine sehr umfassende Bedeutung hat, so ist auch der potentielle Wirkungskreis von Motorsportmanagern sehr vielschichtig. Schließlich müssen auch die Rahmenbedingungen geschaffen werden, die den Sport erst möglich machen. Events zu organisieren, sie im Rahmen internationaler Regelwerke auf die Beine zu stellen, die benötigten Strecken und Anlagen auf-, auszubauen und zu betreiben: Auch dies sind Felder, in denen gezieltes Management wichtig ist. Mehr noch: Auch die

Rahmenbedingungen selbst sind Gegenstand von Management. Sie sind Resultat komplexer und häufig genug internationaler Prozesse, in denen ein Ausgleich zwischen vielschichtigen Interessen und Anforderungen hergestellt werden will.

Motorsport wird – trotz aller Professionalität – vom Ehrenamt getragen. Zahlreiche Entscheidungen und Funktionen sind nicht mit wirtschaftlichen Vorteilen verbunden, sondern kosten die Protagonisten im Gegenteil ihre Ressourcen: (Frei-)Zeit und oft genug auch Geld. Auch in diesem Bereich wurden die Anforderungen in den vergangenen Jahren immer anspruchsvoller, sodass auch hier längst Managementprozesse auf außerordentlich hohem Niveau erforderlich sind. Und auch an der Schnittstelle zwischen Profimotorsport und Ehrenamt ist Management vonnöten, denn hier geht es immer wieder auch um das Moderieren von Entscheidungs- und Entwicklungsprozessen.

Systematisches, fundiertes Motorsportmanagement ist also außerordentlich wichtig und sinnvoll. Es hilft bei der Gestaltung eines Bereichs, in dem es oft auch emotional zugeht. Ohne Herzblut wird es wohl nie zugehen – und das ist auch gut so. Aber der Rahmen bedarf des professionellen Managements mit kühlem Kopf. Der Studiengang der Hochschule Kaiserslautern, dessen Inhalte in diesem Buch verdichtet sind, leistet dazu einen wichtigen Beitrag.



Ihr Hermann Tomczyk
ADAC Sportpräsident, FIA-Vizepräsident und
DMSB-Ehrenpräsident

Grußwort AvD-Sportpräsident Volker Strycek

Liebe Leserinnen und Leser,

Frau Prof. Dr. Bettina Reuter habe ich durch ihre regelmäßigen Besuche bei der VLN und meine Tätigkeit im Gründungsbeirat „Studieren am Nürburgring“ kennengelernt. Es ist mir eine Ehre, ein Grußwort für ihr erstes Motorsportbuch zu schreiben. Eine Ehre deshalb, weil ich ihre Power, Kompetenz, Zielstrebigkeit und ihren Sachverstand sehr schätze. Genau diese Eigenschaften spiegeln sich in ihrem Buch „Motorsport-Management“ wider.

Ein solch umfassendes Werk wie dieses gab es bislang nicht. Das Buch beschreibt detailliert die Grundlagen, die wichtig sind, um ein erfolgreiches und professionelles Management im Motorsport zu betreiben und macht deutlich, wie komplex das Thema Motorsportmanagement ist. Es beleuchtet ausführlich alle einzelnen Bereiche, die den Motorsport ausmachen.

Allen Interessierten, die im Motorsport Management erfolgreich sein möchten, bietet genau dieses Buch die Möglichkeit, vorhandenes Wissen zu erweitern und das Motor-sport-Business in seiner Gesamtheit zu verstehen.

Ich bin sicher, dass sowohl Motorsport-Fans als auch bereits im Motorsport Tätige viel Neues und Wissenswertes in diesem erfahren werden.



Herzlichst
Ihr
Volker Strycek
AvD Sportpräsident

Inhaltsverzeichnis

Teil I Organisation im Motorsport

1 Strukturen, Disziplinen und Regularien im Motorsport	3
Martin Rosorius	
1.1 Deutscher Motor Sport Bund e. V. – Aufbau und Struktur	4
1.2 Dachverbände des DMSB	6
1.3 Aufgaben des DMSB	7
1.4 Disziplinen im Automobilsport	8
1.4.1 Rundstrecke	8
1.4.2 Bergrennen	11
1.4.3 Rallye	12
1.4.4 Autocross	12
1.4.5 Rallycross	13
1.4.6 Slalom	13
1.4.7 Dragster	14
1.4.8 Historischer Sport	14
1.4.9 Driftsport	15
1.5 Motorsportreglemente	16
1.6 Lizenzen im Motorsport	17
1.7 Genehmigung einer Serie/Veranstaltung	18
1.8 Prädikate	18
1.9 Sportwarte im Automobilsport	19
1.9.1 Rennleiter und Leiter Streckensicherung Rennen	19
1.9.2 Rennleiter Slalom	20
1.9.3 Rallyeleiter und Leiter Streckensicherung Rallye	20
1.9.4 Sportwart Dragster	21
1.9.5 Technische Kommissare und DMSB-Sachverständige	22
1.9.6 Sportkommissare	22
1.9.7 Veranstaltungssekretär Automobil	23
1.9.8 Organisationsleiter	24

1.9.9	Zeitnehmer	24
1.9.10	Sportwarte der Streckensicherung	25
1.9.11	DMSB-Staffel	26
1.9.12	Medizinischer Einsatzleiter	26
1.9.13	Extrication Teams	26
1.10	Anti Doping	27
	Literatur	27
2	Processes, Procedures and Regulations in Motor Racing Series (Motorcycle Sports)	31
	Alessandro Sambuco	
2.1	Motorcycling	31
2.2	European Motorcycle Racing	33
2.3	FIM Europe Organization	36
2.4	FIM Europe Management	37
2.5	FIM Europe Sporting Activities	38
2.6	Processes	39
2.7	Procedures	39
2.7.1	Codes: Sporting, Disciplinary and Arbitration, Medical, Environmental	39
2.7.2	Rider Licences	40
2.7.3	Sporting and Technical Regulations	40
2.7.4	Sporting Calendar	41
2.7.5	Circuit Homologations	41
2.7.6	Supplementary Regulations of the Races	42
2.7.7	Jury Presidents	42
2.7.8	Standings	43
3	Motorsport in Österreich – Prozesse, Abläufe und Reglement	45
	Paul Strassl	
3.1	Einleitung	45
3.2	Allgemeines zum Motorsport in Österreich	46
3.2.1	Gründungsmitglied der FIA und der FIM	47
3.2.2	Der ÖAMTC als oberste Sporthoheit	47
3.3	Die Rennstrecken	51
3.3.1	Der Red Bull Ring	52
3.3.2	Der Salzburgring	53
3.3.3	Der Wachauring	54
3.4	Der Automobilrennsport	55
3.4.1	Die Fahrer	55
3.4.2	Die Teams	59
3.5	Der Motorradsport	59
3.5.1	Die Fahrer	60
3.5.2	Die Teams	60

3.6	Die Sponsoren	61
3.6.1	Red Bull	61
3.6.2	BWT	62
3.6.3	Remus	63
3.7	Die Medien	63
3.7.1	TV	64
3.7.2	Print	64
3.8	Fazit	66
	Literatur	66
4	Rechtsmittel im Motorsport	69
	Catharina Golz	
4.1	Rechtsgrundlagen im Motorsport	71
4.1.1	Welche Regularien sind im Motorsport zu beachten?	71
4.1.2	Protest und Berufung – Ihr Einsatzort	72
4.2	Beispiele für Checklisten und Vorlagen	87
4.2.1	Checkliste Protest	87
4.2.2	Beispiel Protestschreiben	87
4.2.3	Fallbeispiel für einen Protest	87
4.2.4	Checkliste Berufung	91
4.2.5	Beispiel Berufungsankündigung	91
4.2.6	Schlusswort	93
Teil II Projekt- und Managementtechniken im Motorsport		
5	Motorsport und Logistik	97
	Bettina Reuter	
5.1	Logistik	97
5.1.1	Ursprung und Definition	97
5.1.2	Aufgabenbereiche und Ziele	100
5.1.3	Supply Chain Management	102
5.1.4	Bedeutung der Logistikbranche	104
5.2	Motorsportlogistik	106
5.2.1	Aufgabenbereich und Ziele	106
5.2.2	Supply Chain im Motorsport und ihre Akteure	107
5.3	Nachhaltige Materiallogistik für die Rallye Deutschland 2017	122
5.3.1	Ausgangssituation und Problemstellung	123
5.3.2	Vorgehensweise und Zielsetzung	124
5.3.3	Prozess der Materiallogistik	125
5.3.4	Pilotstudie Rallye Deutschland 2017	128

5.4	Automatische Identifikationssysteme als Basis logistischer Prozesse im Motorsport	130
5.4.1	Bestehende Identifizierungstechnologien	131
5.4.2	Kennzeichnung in der Automobilindustrie	132
5.4.3	Anwendungsbeispiel im Motorsport	135
5.5	Zusammenfassung	140
	Literatur	141
6	Entscheidungen in Krisensituationen	145
	Fabian Berger	
6.1	Entscheidungen in Krisensituationen	145
6.1.1	Einleitung	145
6.1.2	Einflussgrößen bei kritischen Entscheidungen	146
6.1.3	„Human Factors“	148
6.2	Fehler	150
6.3	Fehlervermeidung	153
6.4	Fallbeispiel – Rallye Portugal/Rallye Korsika	154
6.5	Fehlermanagement	155
6.6	Briefing und Debriefing	157
6.6.1	Briefing/Vorbesprechung	157
6.6.2	Das SMART-Schema	159
6.6.3	Debriefing/Nachbesprechung	160
6.7	Zusammenfassung	162
	Literatur	162
7	Veranstaltungsmanagement	165
	Karl-Josef Schmidt	
7.1	„Vom Motorsportstandort zur multifunktionalen Veranstaltungsstätte“ als Managementaufgabe	166
7.2	Veranstaltungsbegriff in Abgrenzung zu anderen Aktivitäten auf dem Rennsportstandort	170
7.3	Veranstaltungsarten und –varianten	170
7.4	Strategische Potenziale der Multifunktionalität	172
7.5	„Appendix“ funktionalität	173
7.6	Investitionsfolgen der Multifunktionalität	173
7.7	Motorsportveranstaltungen	173
7.8	Kulturelle Veranstaltungen	175
7.9	Kommerzielle Veranstaltungen	175
7.10	Sonstige Sportveranstaltungen	176
7.11	Veranstaltungsstrukturen/Veranstaltungsverträge	177
7.12	Innerbetriebliche Veranstaltungsmanagement-Organisation	181

8 Bausteine für ein Innovationsmanagement	183
Christian M. Thurnes	
8.1 Einleitung	183
8.2 Was ist Innovation?	184
8.3 Innovationsmanagement – Kernelemente	186
8.4 Innovationsarten	188
8.5 Open Innovation – Schnelligkeit durch Öffnung	191
8.6 Auswahl der Innovationsaktivitäten	193
8.7 Prozesse und Methoden des Innovationsmanagements	195
8.7.1 Innovationsprozess und Methodeneinsatz	196
8.7.2 Beispiel für Methodeneinsatz: Geschäftsmodellinnovation entwickeln	198
8.8 Zusammenfassung und Ausblick	201
Literatur	201
Teil III Marketing und Finanzierung im Motorsport	
9 Sponsorship Research and Evaluation	207
Nigel Geach	
9.1 Research and Sponsorship	207
9.2 Types of Research	209
9.3 Methods of Research	211
9.3.1 Primary Research Methodology	211
9.3.2 Secondary Research Methodology	212
9.4 Sponsorship Research Requirements	213
9.4.1 Research	214
9.4.2 Assessment	214
9.4.3 Evaluation	215
9.4.4 Summary	220
9.5 Types and Methods of Sponsorship Evaluation	221
9.6 Measuring Results-Summary	228
9.7 Sources of Research and Evaluation	230
9.8 Challenges	230
10 Sponsoring im Motorsport	233
Walter Ruda	
10.1 Einleitung	233
10.1.1 Entwicklung des Sponsorings	234
10.1.2 Stand des Sponsorings	235
10.2 Motorsport als Sponsoring-Plattform	238
10.2.1 Bekanntheitsgrad einzelner Motorsport-Teams	239
10.2.2 Systematische Planung des Motorsport-Sponsorings	240
10.2.3 Zielsetzungen im Motorsport-Sponsoring	244

10.2.4	Hospitality im Motorsport-Sponsoring	248
10.2.5	Motorsport-Sponsoring durch Sachmittel und Dienstleistungen	251
10.3	Motorsport-Sponsoring im Kommunikations-Mix	253
10.3.1	Vernetzung als wesentlicher Erfolgsfaktor	254
10.3.2	Rückläufige TV-Einschaltquoten im Motorsport	256
10.3.3	Spezifische Kundenausrichtung der NASCAR	260
10.4	Ausblick	262
	Literatur	264
11	Finanzierung im Motorsport	267
	Walter Ruda und Frank Christ	
11.1	Einleitung	267
11.2	Ausgewählte Finanzierungsformen im Motorsport	270
11.2.1	Finanzierung durch private Kapitalgeber	270
11.2.2	Finanzierung durch strategische Partnerschaften und Kooperationen	271
11.2.3	Finanzierung durch einen Börsengang	273
11.3	Ausgewählte Aspekte der Finanzierung in der Formel 1	278
11.3.1	Entwicklung der Rechteverwertung und der Beteiligungsstrukturen in der Formel 1	278
11.3.2	Jahresbudgets, Beteiligungsstrukturen, Mitarbeiter und ausgewählte Angaben zu den Formel-1-Teams	282
11.3.3	Finanzierung der Budgets in der Formel 1	285
11.3.4	Finanzierungsprobleme in der Formel 1	291
11.4	Ausgewählte Aspekte der Finanzierung am Beispiel von Formel 1 Renntteams und Rennstrecken	295
11.4.1	Budgets von ausgewählten Formel 1 Renntteams	295
11.4.2	Budgets von ausgewählten Formel 1 Rennveranstaltungen	297
11.5	Finanzierung durch Förderung des Motorsports in Deutschland	300
11.5.1	Die drei zentralen Grundsätze für staatliche Sportförderung	300
11.5.2	Praxisbeispiele: Staatliche Unterstützung von Formel-1-Grands-Prix	301
	Literatur	304
Teil IV Entwicklungen im Motorsport-Management		
12	Umweltschutz und Nachhaltigkeit im Motorsport	311
	Karl-Friedrich Ziegahn	
12.1	Gesellschaftliche Bedeutung der Umweltaspekte im Motorsport	312
12.1.1	Schadstoffemissionen, Luftqualität und Klimaschutz	314
12.1.2	Geräuschentwicklungen	316

12.1.3	Abfallaufkommen, insbesondere auch Sonderabfall	317
12.1.4	Potenzielle Öl- und Schadstoff-Kontamination des Bodens und der Gewässer.	317
12.1.5	Infrastruktur: Bau und Betrieb von Rennstrecken und Motorsportanlagen	317
12.1.6	Störung des Naturhaushalts: Beeinträchtigung von Fauna und Flora	317
12.1.7	Zuschauerverhalten und Animationseffekte: „Freude am sportlichen Fahren“	318
12.2	Entwicklung und Sachstand der Umweltarbeit	319
12.2.1	Klima- und Umweltbilanzen im deutschen Motorsport	319
12.2.2	Historischer Rückblick: Von der Konfrontation zur Kooperation	321
12.2.3	Aktivitäten der Verbände	321
12.2.4	Internationale Entwicklungen	323
12.3	Umweltmanagement im Motorsport	325
12.3.1	Pragmatische Neuorientierung	325
12.3.2	Umweltpläne und -regeln im Motorsport und deren Umsetzung	326
12.3.3	Umweltpflichten einer Veranstaltung	331
12.4	Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	332
13	Rennstrecken Design – Entwicklung, Prozesse und Konzepte	335
	Carsten Tilke	
13.1	Rennstrecken und deren Bestandteile	335
13.2	Homologation	338
13.2.1	Aufgaben und Ziele der internationalen Dachverbände FIA und FIM	338
13.2.2	FIA und FIM Homologation	339
13.2.3	Rennstreckenlizenz („Circuit licence grades“)	340
13.2.4	Rennstrecken Parameter	340
13.3	Rennstreckenkonzepte	341
13.4	Einflussfaktoren bei der Rennstreckenentwicklung	344
13.4.1	Projektanstoß	344
13.4.2	Grundstückseigenschaften	345
13.4.3	Interne Projektparameter	346
13.4.4	Marktverhältnisse	347
13.4.5	Genehmigungen	349

14 Qualifikation im Motorsport-Management	351
Bettina Reuter	
14.1 Anforderungen an die Qualifikation im Motorsport	351
14.2 Qualifikation im Bereich Motorsport und Motorsport-Management	354
14.2.1 Fachverbände und Dachverbände	354
14.2.2 Qualifikation im Bereich Motorsport-Management – Studiengang MBA Motorsport-Management	357
14.3 Zusammenfassung	369
Literatur	369

Teil I

Organisation im Motorsport



Strukturen, Disziplinen und Regularien im Motorsport

1

Martin Rosorius

Abkürzungsverzeichnis

ASN ⇒	Autorité Sportive Nationale oder Nationale Organisation die von der FIA als alleiniger Inhaber der sportlichen Autorität in einem Land anerkannt ist
DMSB ⇒	Deutscher Motor Sport Bund e. V. (Deutscher ASN)
DMSJ ⇒	Deutsche Motor Sport Jugend
DOSB ⇒	Deutscher Olympischer Sportbund
DPN ⇒	DMSB-Permit Nordschleife (DPN)
FIA ⇒	Fédération Internationale de l'Automobile
FIM ⇒	Fédération Internationale de Motocyclisme
FIM Europe ⇒	Fédération Internationale de Motocyclisme Europe
ISG ⇒	Internationales Sportgesetz der FIA
NADA ⇒	Nationale Anti-Doping-Agentur
NEAFP ⇒	Nationale Event with Authorised Foreign Participation
NSAfp ⇒	Nationale Serie with Authorised Foreign Participation
RuVO ⇒	Rechts- und Verfahrensordnung
VR ⇒	Veranstaltungsreglement
WADA ⇒	World Anti-Doping Agency

M. Rosorius (✉)

Lehrbeauftragter, Hochschule Kaiserslautern, Zweibrücken, Deutschland
E-Mail: m.rosorius@web.de

Seit dem im Jahre 1894 in Frankreich und ab dem Jahr 1895 auch in Italien und den Vereinigten Staaten von Amerika die ersten organisierten Autorennen stattfanden, gibt es im Motorsport Regularien, die einen fairen Wettbewerb ermöglichen sollen.¹ In den vergangenen 123 Jahren hat sich der Motorsport weltweit zu einem Wirtschaftsgut mit Milliardenumsätzen entwickelt. Die vielfältigen Veranstaltungsformate und die Vielzahl an Motorsportdisziplinen, die alle gemein haben, dass es um das schnelle und/oder geschickte Bewegen von motorisierten Fahrzeugen geht, bedürfen klarer Regelwerke, um die Chancengleichheit, sowohl im Amateur- als auch im Profisport, zu wahren. Über die Jahre wurden die Regelwerke immer umfangreicher und detaillierter. Wer heutzutage als Akteur in der Motorsportbranche erfolgreich sein will, muss diese komplexen Regularien beherrschen – dies gilt gleichermaßen für die Industrie, Veranstalter, Funktionäre, Teams und Fahrer/ Sportler.

1.1 Deutscher Motor Sport Bund e. V. – Aufbau und Struktur

In der Bundesrepublik Deutschland ist das Verhältnis von Staat und Sport gekennzeichnet durch die Dualität von staatlichem Recht in seiner Gesamtheit einerseits und dem vom organisierten Sport selbst gesetzten, autonomen Recht andererseits.² Dies bedeutet, dass Vereine und Verbände ihre inneren Angelegenheiten selbst regeln, ohne dass der Staat hier eingreift. Im Motorsport ist der DMSB (Deutscher Motor Sport Bund e. V.) der für den Motorsport in Deutschland zuständige Dachverband und übt die nationale Sporthoheit für den Automobil- und Motorradsport aus. Gegründet wurde er am 8. Juni 1997.³ In ihm wurden die über Jahrzehnte gewachsenen Strukturen der beiden ehemals getrennten Automobil- und Motorradsport-Kommissionen ONS und OMK zusammengeführt.⁴ Heutzutage hat der als gemeinnützig anerkannte DMSB 22 Mitglieder: seine drei Trägervereine ADAC, AvD und DMV, 15 Landesmotorsportfachverbände sowie den Automobil-Club Verkehr Bundesrepublik Deutschland (ACV), den Allgemeinen Deutschen Motorsport Verband (ADMV), den Porsche Club Deutschland (PCD) und den Veteranen-Fahrzeug-Verband (VFV). Diese Mitglieder entsenden jeweils ihre Delegierten in die Mitgliederversammlung, die das oberste Organ des DMSB darstellt. Die weiteren Organe des DMSB sind das Präsidium, das Exekutivkomitee und die Verbandsgerichte.

Die Mitgliederversammlung wählt das fünfköpfige Präsidium des DMSB, beschließt über Satzungsänderungen und auch über die Aufnahme neuer Mitglieder.⁵ Neben den Trägervereinen, den sonstigen Motorsportverbänden, den Landesmotorsportfachver-

¹Vgl. Lengerke, Automobil-Rennen und Wettbewerbe (2013), S. 11.

²Vgl. Deutscher Bundestag, WD 10, Ist E-Sport Sport? (2017), S. 5.

³Vgl. Handbuch Automobilsport (2018), Allgemeiner Teil, S. 23.

⁴Vgl. DMSB, Aufgaben und Ziele (2018).

⁵Vgl. Handbuch Automobilsport (2018), Allgemeiner Teil, S. 25.

bänden und den sonstigen Mitgliedern haben auch die drei Jugendvertreter der Trägervereine und die Präsidiumsmitglieder des DMSB Stimmrecht in der Mitgliederversammlung.

Das Präsidium führt und repräsentiert den Deutschen Motor Sport Bund. Entsprechend dem § 9 der DMSB Satzung sowie der Geschäftsordnung teilt das Präsidium den einzelnen Mitgliedern die Verantwortung für die unterschiedlichen Ressorts zu. Dazu zählen neben den Bereichen „Automobilsport“ und „Motorradsport“ die Bereiche „Öffentlichkeitsarbeit und Umweltfragen“, „Finanzen, Recht und Verwaltung“ sowie „Jugendförderung und Breitensport“.⁶ Auch die beiden eigenständigen Bereiche dmsj und DMSB Academy sind direkt dem DMSB Präsidium zugeordnet.

Gemäß § 12 der Satzung hat das Präsidium zur Erledigung der laufenden Geschäfte in Frankfurt am Main eine Geschäftsstelle eingerichtet.⁷

Das Exekutivkomitee unterstützt die Arbeit des DMSB-Präsidiums durch fachliche Beratung und die Erarbeitung von Beschlussvorlagen. Hierbei arbeiten die Mitglieder des Exekutivkomitees eng mit weiteren Experten zusammen – etwa den Mitgliedern der Fachausschüsse und anderen Fachleuten der einzelnen Motorsportdisziplinen.

Gemäß § 10 (2) der DMSB-Satzung werden die Fachausschüsse oder Fachleute auf Vorschlag des für die jeweiligen Ressorts zuständigen Präsidiumsmitgliedes durch einfachen Mehrheitsbeschluss des Präsidiums für die Dauer von jeweils zwei Jahren bestellt. Sie können vom Präsidium mit einfacher Mehrheit jederzeit abberufen werden.⁸

Im Bereich des AutomobilSports gibt es elf Fachausschüsse, neun Fachausschüsse existieren im Motorradsport. Darüber hinaus bestehen noch sechs sonstige Fachausschüsse, Arbeitsgruppen bzw. Experten.⁹

Fachausschüsse AutomobilSport

- F1-Kommission
- Fachausschuss Bergrennen
- Fachausschuss Driftsport
- Fachausschuss Historischer Sport
- Fachausschuss Kart
- Fachausschuss Off-Road
- Fachausschuss Rallye
- Fachausschuss Rennsport
- Fachausschuss Sicherheit AutomobilSport
- Fachausschuss Slalomsport
- Fachausschuss Technik AutomobilSport

⁶Vgl. Handbuch AutomobilSport (2018), Allgemeiner Teil, S. 26.

⁷Vgl. Handbuch AutomobilSport (2018), Allgemeiner Teil, S. 28.

⁸Vgl. Handbuch AutomobilSport (2018), Allgemeiner Teil, S. 28.

⁹Vgl. Handbuch AutomobilSport (2018), Allgemeiner Teil, S. 12.

Fachausschüsse Motorradsport

- Fachausschuss Bahnsport
- Fachausschuss Enduro
- Fachausschuss Motoball
- Fachausschuss Motocross
- Fachausschuss Sicherheit Motorradsport
- Fachausschuss Straßensport
- Fachausschuss SuperMoto
- Fachausschuss Technik Motorradsport
- Fachausschuss Trial

Sonstige Fachausschüsse, Arbeitsgruppen und Experten

- Anti-Doping-Beauftragter
- Beauftragter für alternative Antriebe
- Fachausschuss Dragracing
- Fachausschuss Umwelt
- Obmann der Zeitnehmer
- Verbandsärzte

1.2 Dachverbände des DMSB

Der internationale Motorsport wird von den beiden Weltverbänden FIA (Fédération Internationale de l'Automobile) und FIM (Fédération Internationale de Motocyclisme) gelenkt.¹⁰

Der Weltverband FIA wurde am 20. Juni 1904 als „Association Internationale des Automobile Clubs Reconnus“ (AIACR) gegründet und verfolgt den Zweck, den Automobilsport und den internationalen Kraftverkehr zu fördern. Ihren Hauptsitz hat die FIA in Paris, die Verwaltung sitzt in Genf.¹¹

Ebenfalls 1904 in Paris wurde die FIM gegründet, die seit dem Jahr 1994 ihren Sitz in der Schweiz hat.¹² Zur FIM gehören auch die sechs kontinentalen Verbände FIM Afrika, FIM Asien, FIM Europa, FIM Lateinamerika, FIM Nordamerika und FIM Ozeanien. Die FIM Europa ist aus der 1996 gegründeten „Union Européenne de Motocyclisme“ (UEM) hervorgegangen und 2013 in FIM Europe umbenannt worden. Ihren Sitz hat sie in Rom.¹³

¹⁰DMSB, Dachverbände.

¹¹Vgl. FIA, Organisation.

¹²Vgl. FIM, About the FIM.

¹³Vgl. FIM Europe History.

Die internationalen Motorsportverbände schreiben die Welt- und Europameisterschaften aus und erstellen international gültige Reglements. Diese Reglements sind zugleich für die nationalen Motorsportverbände, wie dem DMSB, die Grundlage zur Erstellung der nationalen Reglements.

Als Sporthoheit für den Automobil- und Motorradsport vertritt der DMSB den deutschen Motorsport als Mitglied in den internationalen Verbänden und achtet darauf, dass die Interessen der deutschen Motorsportakteure – ganz gleich, ob Fahrer, Teams, Hersteller oder Veranstalter – gewahrt werden.

Der Deutsche Olympische Sportbund ist in Deutschland die höchste sportliche Instanz für alle Sportarten und Disziplinen. Auch dort ist der DMSB Mitglied und vertritt die Interessen des Motorsports. Seit 2004 sind der DMSB und der Motorsport vom Deutschen Olympischen Sport Bund als förderungswürdig anerkannt.¹⁴

1.3 Aufgaben des DMSB

Die vielfältigen Aufgaben des DMSB lassen sich in sechs Bereiche gliedern:¹⁵

Veranstaltungen

- Erstellung eines Veranstaltungskalenders
- Vergabe von Prädikaten
- Ausschreibung von Meisterschaften, Cups, Pokalen und sonstigen Prädikaten
- Ausrichtung und Vermarktung von Top-Prädikaten
- Genehmigung von Motorsportserien

Lizenznehmer

- Vergabe von Lizenzen für alle Teilnehmer an Motorsportveranstaltungen
- Spezieller Versicherungsschutz für Lizenznehmer
- Ehrung der Meister und Sieger der unterschiedlichen Motorsportdisziplinen
- Verleihung des DMSB-Pokals und des DMSB-Umweltpreises

Sicherheit und Umwelt

- Erstellung von Sicherheitsvorschriften
- Sicherheitsabnahme von Rennstrecken
- Sportwarte-Schulung, -Ausbildung und -Prüfung durch die DMSB Academy
- Organisation der DMSB-Streckensicherungsstaffel
- Umweltschutz-Maßnahmen im Zusammenhang mit Motorsport-Veranstaltungen

¹⁴Vgl. DMSB, Dachverbände.

¹⁵Vgl. DMSB, Aufgaben und Ziele.

Technik und Regelwerk

- Erarbeitung und Herausgabe von technischen Reglements
- Kontrolle der Einhaltung der Reglements bei den Veranstaltungen
- Ausübung der Sportgerichtsbarkeit

Nachwuchsarbeit

- Förderung des Motorsport-Nachwuchses
- Erarbeitung von zukunftsweisenden Motorsport-Konzepten

Netzwerk

- Vertretung der deutschen Motorsport-Interessen auf politischer Ebene
- Vertretung der deutschen Motorsport-Interessen bei FIA, FIM und anderen Verbänden
- Zusammenarbeit mit dem DOSB

1.4 Disziplinen im Automobilsport

Wenn vom Automobilsport die Rede ist, der auch im Fokus dieses Kapitels steht, sind häufig die Top-Prädikate aus dem Rundstrecken- und Rallyebereich gemeint, die auch über eine entsprechende mediale Berichterstattung verfügen. Der Automobilsport ist aber wesentlich vielseitiger. So kämpfen die Bergrennfahrer und Slalomsporthler im Einzelzeitfahren vor allem gegen die Uhr, während etwa die Dragsterpiloten in K.O.-Runden antreten, bei denen die reaktionsschnellsten Fahrer siegen. Vielseitigkeit ist im Rallycross-Bereich gefragt, denn das Terrain wechselt zwischen losem Untergrund und Asphalt oder Beton.¹⁶ Wer sein Fahrzeug gerne gezielt an die Grenzen der Fahrdynamik bringt, findet im Driftsport ein Betätigungsfeld. Liebhabern von Young- und Oldtimern bietet der historische Sport vielfältige Möglichkeiten ihren Interessen nachzugehen.

Der Automobilsport in Deutschland kann in neun Disziplinen unterteilt werden: Rundstrecke, Bergrennen, Rallye, Autocross, Rallycross, Slalom, Dragster, Historischer Sport und Driftsport.

Nachfolgend werden die einzelnen Disziplinen kurz dargestellt.

1.4.1 Rundstrecke

Die Rundstrecke gehört in Deutschland zu den vielseitigsten und bekanntesten Motorsportarten. Auf Asphalt treten die Teilnehmer gegeneinander und gegen die Uhr an. Sieger ist, wer die Ziellinie als erster überquert. Präzision, das Fahren am Limit und der direkte Zweikampf machen den Reiz der Rundstrecke aus. Vom Formelfahrzeug über

¹⁶Vgl. DMSB, Automobilsport.