

Reiten – Zahlungskräftiges Publikum am Parcours

Von Barbara Stauch



Förderer im Spring- und Dressurreiten auf Turnieren – wie beispielsweise der Vermögensverwalter LGT – zielen vor allem auf die gehobene Klientel ab, die im traditionell als elitär geltenden Reitsport noch immer anzutreffen ist. Auch Versicherer sind vertreten, immerhin zählt Reiten zu den Gefahrensportarten. Für alle jedoch gilt: Wer unter den Pferdefreunden erfolgreich sponsern will, der muss sich auf Einzelengagements einlassen. Eine organisierte Liga wie im Fußball existiert nicht. Bei Betrachtung der drei klassischen Säulen der deutschen Kreditwirtschaft stechen die Sparkasse Aachen, die Deutsche Bank und die R+V Versicherung heraus.

Pferde und Reiter aus Deutschland erfreuen sich – vor allem im Ausland – absoluter Hochachtung. Sie sind sportlich überaus erfolgreich: Bei Weltmeisterschaften, Olympischen Spielen und internationalen Großturnieren haben sie seit ungezählten Jahren feste Plätze auf den Siegertreppchen reserviert.

Vermögende Privatkunden als Zielgruppe

Selbstverständlich entbehrt die Sportart einer überragenden öffentlichen Breiten-

wirksamkeit, wie sie beispielsweise im Fußball gegeben ist. Im Jahr 2006 lief die Weltmeisterschaft im Reiten, die in Aachen veranstaltet und von der dortigen Sparkasse Aachen als einem von acht Weltspensoren unterstützt wurde, von vielen Deutschen unbemerkt ab. Kein Vergleich mit der Fußball-WM, die im ganzen Land als großes „Sommermärchen“ begangen wurde. Doch das Engagement in einem noch immer teuren und exklusiven Turniersport wird genutzt, die vermögende Klientel anzusprechen.

Prominentes Beispiel: LGT Group – Die Wealth & Asset Management Gruppe des Fürstenhauses von Liechtenstein, ist einer der beiden Hauptsponsoren bei der Riders Tour. Diese von Paul Schockemöhle initiierte Veranstaltungsreihe gehört zu den weltweit am höchsten dotierten Serien im Springsport. Die im Wealth Management tätige LGT hat zur Jahrtausendwende eine Neupositionierung der Marke beschlossen. Künftig sollte die Verbindung des Hauses zur Fürstenfamilie in Liechtenstein stärker betont werden. Dafür wurden im strategischen Sponsoring die Felder Bildende Kunst und Sport besetzt und miteinander verknüpft. Im Reitsport wurde die ideale Verbindung einer jahrhundertalten Kultur mit ständiger Weiterentwicklung gesehen.

Nach einem Test der Akzeptanz von LGT in der „Reitsportfamilie“ im Jahr 2005, beim Derby in Hamburg und den München

Indoors, wurde das Bankhaus Partner der Riders Tour, als Nachfolger von Credit Suisse. Verknüpft waren und sind die Maßnahmen jeweils mit Programmsponsoring der Pferdesportübertragungen in ARD und ZDF. Das LGT-Engagement in Hamburg und München ist bestehen geblieben: als Hauptsponsor Dressur.

Für die Riders Tour werden Prüfungen auf ausgewählten deutschen Turnieren als Reihe gewertet. Dazu gehören das Deutsche Spring- & Dressur-Derby Hamburg – Klein Flottbek, das Internationale Pfingstturnier Wiesbaden, das Turnier der Sieger – Münster, die E.ON Westfalen Weser Challenge Paderborn, die German Classics – Hannover und die Munich Indoors – München.

Jugendförderung: JP Morgan sponsert Preis der Zukunft

Bei den Stationen der Riders Tour, die im öffentlich-rechtlichen Fernsehen übertragen werden, treten vereinzelt weitere Banken und Versicherungen als Sponsoren auf. Beim Turnier der Sieger in Münster ist beispielsweise die Sparkassen-Finanzgruppe durch die Provinzial Versicherungen vertreten. Beim Pfingstturnier in Wiesbaden, sind neben der R+V Versicherung die beiden lokalen Verbundinstitute Naspas und Wiesbadener Volksbank präsent.

Euro-Leasing und VGH Versicherungen sponsern die German Classics in Hanno-

ver – neben JP Morgan Asset Management: Das Turnier in Hannover ist Teil einer Nachwuchsförderung, die seit 2006 unter dem Namen der Investmentgesellschaft als „Preis der Zukunft“ ausgeschrieben wird. Initiiert wurde der Preis 1990 von Hans Günter Winkler (berühmt geworden durch seinen Ritt mit Halla) und dem Deutschen Olympiade-Komitee für Reiterei.

Springprüfungen auf den großen Turnieren in München, Wiesbaden, Donaueschingen und Hannover tragen zur Wertung im Preis der Zukunft bei. Teilnahmeberechtigt sind nur Reiter bis 25 Jahre. Die vier Gewinner werden für ein Jahr finanziell unterstützt, sodass ihnen auch Starts auf größeren,



Synthese der Engagements in Reitsport und Bildender Kunst

internationalen Turnieren ermöglicht werden. Dort starten sie dann unter dem Namen JP Morgan.

Nürnberger Burgpokal initiiert von der Versicherungsgruppe

Als Sponsor in der Dressur ist die Nürnberger Versicherungsgruppe engagiert. Seit 1992 initiiert sie eine eigene Turnierserie, den Nürnberger Burgpokal der Dressurrei-

ter. Zum einen soll die Reihe zur Vorbereitung der Nachwuchspferde in den großen Sport dienen, zum anderen soll sie die Popularität des Dressursports fördern. Seit seiner Einführung etabliert sich der Burgpokal als Deutsche Meisterschaft der jungen Dressurpferde, deren Sieger traditionell Mitte Dezember beim Internationalen Festhallen Reitturnier in Frankfurt am Main gekürt wird. Frankfurter Volksbank und Deutsche Bank unterstützen dieses Turnier.

Eines der wichtigsten deutschen Turniere, das CHIO Aachen, das auch den Namen „Weltfest des Pferdesports“ trägt, wird von vier Generalsponsoren, vier Hauptsponsoren und diversen Sponsoren unterstützt. Unter den Hauptsponsoren, also in der zweiten Reihe sind gleich drei Finanzdienstleister vertreten: Deutsche Bank, Aachen Münchener und die Sparkasse Aachen.

Als weitere Sponsoren treten die Privatbank Delbrück Bethmann Maffei, die genossenschaftliche Aachener Bank eG Volksbank sowie die Provinzial Rheinland Versicherungen auf.

Großbanken im Spitzensport Reiten zurückhaltend

Abgesehen von der Deutschen Bank sind die Großbanken im Spitzensport Reiten auffallend zurückhaltend. Die Deutsche Bank unterstützte 2007 neben dem bereits erwähnten Turnier in Aachen und dem Frankfurter Festhallenturnier auch die Europameisterschaft der Springreiter in Mannheim sowie den Elitepreis Baden-Württemberg.

Commerzbank und Dresdner tauchen bei größeren Veranstaltungen nicht auf. Doch die Großbank, die jahrelang mit dem grünen Band der Sympathie warb, betreibt noch heute eine „Grünes Band“ genannte Kooperation mit dem Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB). Der DOSB verteilt Spendengelder an Vereine verschie-



Die Siegerin des Nürnberger Burgpokals 2006: Carola Koppelman

denner Sportarten, die sich in der Nachwuchsförderung besonders stark machen.

Deutsche Einzelreiter werden zumeist von Sattelmachern, Lieferanten von Reitsportzubehör und Futterherstellern gesponsert. Finanzdienstleister sind hier nicht vertreten. Die einzige Ausnahme bildet die Reiterfamilie Beerbaum. Ludger Beerbaum, sein Bruder Markus Beerbaum und dessen Ehefrau Meredith Michaels-Beerbaum, die alle drei zur Elite der deutschen Springreiter zählen, sind schon seit Wochen in Finanztiteln zu sehen wie sie synchron ein Hindernis überwinden. Unter dem Slogan „Gemeinsam geht mehr“ werben sie damit für ein genossenschaftliches Zentralinstitut, die DZ Bank.

Und der genossenschaftliche Finanzverbund, vertreten durch die R+V Versicherungen, hat ein weiteres bedeutendes Engagement besetzt: die Assekuranz kooperiert mit der Deutschen Reiterlichen Vereinigung e.V. (FN) in Warendorf. Das Wiesbadener Unternehmen tritt öffentlich als „Partner der FN“ auf, im Gegenzug erhalten die rund 50 000 persönlichen Mitglieder des Vereins Vorzugsbedingungen bei drei Produkten rund ums Pferd, unter anderem der Tierhalterhaftpflichtversicherung.