

Presseinformation



Projekt „Nürburgring 2009“

Die Marke Nürburgring

Die international renommierte Marke „Nürburgring“ hat einen sehr hohen Bekanntheitsgrad und ist bereits heute in Märkten außerhalb des klassischen Motorsports erfolgreich (z.B. seit über 20 Jahren Rock am Ring, die täglich stattfindenden Besucherführungen mit Tagestouristen und Reisegruppen sowie der Gewerbepark am Nürburgring mit Ansiedlungen vieler führender Unternehmen der Automobil-Industrie). Rund zwei Millionen Besucher pro Jahr erleben bereits heute die Faszination der berühmtesten Rennstrecke der Welt. Zu rund 100 Motorsport-Veranstaltungen sowie rund 200 weiteren Events kommen Gäste aus der ganzen Welt in die Region. Mit der erweiterten Positionierung vom reinen Rennstrecken-Vermieter hin zu einem ganzjährigen Freizeit- und Businesszentrum werden sowohl die Bedürfnisse bestehender Kunden aus Industrie, Rennsport und Touristik befriedigt als auch neue Zielgruppen erschlossen.

Ein weiterer Meilenstein

Der Ausbau des Nürburgrings zu einem ganzjährigen Freizeit- und Businesszentrum ist der wichtigste Meilenstein in seiner Geschichte seit Errichtung der Nordschleife 1927 und der Ergänzung durch die Grand-Prix-Strecke 1984. Wetterunabhängige Präsentations- und Eventflächen gehören ebenso dazu wie zusätzliche Übernachtungskapazitäten in unmittelbarer Nähe zur Rennstrecke, erweiterte Angebote für Firmenkunden und eine Indoor-Attraktion (inhaltlich gestaltet zum „Mythos Nürburgring“ und mit dem schnellsten Coaster der Welt). Für die touristische Vermarktung sowie als Baustein für Firmenkunden ist dies ein Alleinstellungsmerkmal, das nicht nur im Kerneinzugsgebiet von zwei Autostunden ein

Pressekontakt:

DEDERICHS REINECKE & PARTNER, Agentur für Öffentlichkeitsarbeit, Schulterblatt 58, Werkhalle, 20357 Hamburg,
Ansprechpartner: André Schmidt, Mobil: 0172 4053539, Tel.: 040 20 91 98 220, Fax: 040 20 91 98 299,
Mail: andre.schmidt@dr-p.de



Potenzial von rund 28 Mio. Menschen erreicht, sondern auch international die Spitzenstellung des Nürburgrings unterstreicht.

Die gemeinsame Vermarktung

Für die Vermarktung des Angebotsportfolios (bestehende und zukünftige Module) von Ring und Region stehen die vier Geschäftsfelder „Racing“, „Adventure“, „Business“ und „Holiday“: Diese vier Kanäle bedienen die vier Kernzielgruppen des Nürburgrings: Rennsport-Fans, -teilnehmer und -veranstalter, aktive Männer und Frauen in den Bereichen Fahrertrainings, Mountainbike, Nordic-Walking etc., Firmenkunden aus Auto- und Zulieferindustrie, Veranstalter von Kongressen und Tagungen sowie Tagesausflügler und Touristen in der Region. Die Vernetzung mit bestehenden touristischen Leistungsträgern (Hotels, Pensionen, Freizeitparks und Anbietern für Radtouren, Quad-Fahrten u.ä.) ist dabei ein Schlüssel zum Erfolg. Gemeinsame Internet-Buchungsplattformen für Hotels und Pensionen, gemeinsame Messeauftritte sowie gemeinsame Pressereisen u.v.m. haben bereits stattgefunden und werden zukünftig noch intensiviert.

Die malerische Eifel-Region mit ihren vielen Facetten aus Vulkanen, Wäldern und Seen oder z.B. den Wintersport-Gebieten in Nürburg und Jammelshofen stellt zusammen mit den Angeboten an der Rennstrecke eine weltweit einzigartige Kombination dar. Dieser bipolare Kontrast macht die gemeinsamen Angebote von Ring und Region zu etwas Besonderem und trifft auf eine steigende Nachfrage und einen entsprechenden Trend zu emotionalen und unvergesslichen Erlebnissen im touristischen Verbraucherverhalten.

Die Investition

Die Gesamtinvestition beträgt ca. 215 Mio. Euro. Die Nürburgring GmbH wird vornehmlich für die rennstreckennahen Angebote wie Haupttribüne, Boulevard, Indoor-Arena, Event-Halle,

Pressekontakt:

DEDERICHS REINECKE & PARTNER, Agentur für Öffentlichkeitsarbeit, Schulterblatt 58, Werkhalle, 20357 Hamburg,
Ansprechpartner: André Schmidt, Mobil: 0172 4053539, Tel.: 040 20 91 98 220, Fax: 040 20 91 98 299,
Mail: andre.schmidt@dr-p.de



Welcome-Center und Indoor-Attraktion einen Betrag von ca. 135 Mio. Euro verantworten. Ein Großteil der Finanzierung und des Risikos wird von privater Seite getragen. Der Investor für die Bausteine Hotel, Motorsport-Resort, „Dorf Eifel“ und ein Personalhaus bringt ca. 80 Mio. Euro ein. Der Betrieb dieser Anlagen wird durch ein sowohl im touristischen Markt als auch im Firmenkundengeschäft sehr erfahrenen Betreiber erfolgen. Zur Refinanzierung und Risikominimierung der Gesamtinvestition stellen weitere private Partner des Nürburgrings zusätzlich ca. 40 Mio. Euro für Ausbau und Ausstattung sowie Mieten und Lizenzen einzelner Bausteine und Einrichtungen zur Verfügung. Der Anteil am Gesamtrisiko für die Nürburgring GmbH beträgt somit weniger als 50 Prozent.

Das wirtschaftliche Risiko der Nürburgring GmbH ist vom Wirtschaftsprüfungsinstitut Deloitte eingehend untersucht worden. Die Gutachter bestätigen, dass die Berechnungen für den Businessplan plausibel und konservativ angesetzt worden sind, die weitere Geschäftsentwicklung durch den Ausbau erhebliche zusätzliche Erträge erzielen wird und im Ergebnis die Gesellschaft diese Investition tragen kann. Der Investitionsanteil der Nürburgring GmbH erfolgt nicht aus Mitteln des Landes oder des Kreises sondern wird durch die Nürburgring GmbH finanziert. Laut Deloitte-Gutachten wäre selbst im Falle einer deutlich schlechteren Geschäftsentwicklung - als jetzt konservativ geplant - die Nürburgring GmbH in der Lage, ihren Verpflichtungen ohne Landes-Hilfe zu erfüllen. Das Konzept ist wirtschaftlich tragfähig. Ein weiteres Gutachten bestätigt ergänzend, dass auch durch die Baumaßnahme selbst keine außerordentlichen Risiken bestehen.

Die Nürburgring GmbH erwirtschaftet in ihrem Kerngeschäft eine ordentliche Rendite. Die Verluste der letzten Jahre sind durch die Austragung der Formel 1 entstanden, die ihnen gegenüberstehende regionalwirtschaftliche Wertschöpfung ist aber deutlich höher. Die Gesellschaft verfügt über eine solide Eigenkapitalbasis. In den letzten 15 Jahren hat die Nürburgring GmbH die selbst erwirtschafteten Gewinne (auch aus der Formel 1) in einer Höhe von ca. 100 Mio. Euro strategisch sinnvoll und ohne nennenswerte öffentliche Unterstützung

Pressekontakt:

DEDERICHS REINECKE & PARTNER, Agentur für Öffentlichkeitsarbeit, Schulterblatt 58, Werkhalle, 20357 Hamburg,
Ansprechpartner: André Schmidt, Mobil: 0172 4053539, Tel.: 040 20 91 98 220, Fax: 040 20 91 98 299,
Mail: andre.schmidt@dr-p.de



investiert, z.B. in ein modernes Boxengebäude und den Ausbau der Rennstrecken. Insbesondere in die 80-jährige Nordschleife werden in den nächsten Jahren weitere Millionen investiert, um sie für den Motorsport und die Industrie weiterhin so nutzbar zu halten wie bisher.

Der Auftrag für die Region

Durch den Ausbau des Nürburgrings erhöht sich die Anzahl der Arbeitsplätze am Nürburgring auf über 1.000. Die volkswirtschaftliche Wertschöpfung des Nürburgrings in der Region ist enorm. Durch den Wegfall der jährlichen Austragung der Formel 1 wird die Bilanz der Nürburgring GmbH zwar deutlich entlastet, die wegfallenden regionalwirtschaftlichen Effekte, die deutlich höher waren als die betriebswirtschaftlichen Verluste der Nürburgring GmbH sowie die dadurch ca. 200 direkt bedrohten Arbeitsplätze machen die Notwendigkeit von Alternativen und zusätzlicher Wertschöpfung deutlich. Der Ausbau des Nürburgrings stellt neben dem Flughafen Hahn die größte Wirtschaftsförderungsmaßnahme des Landes Rheinland-Pfalz dar. Durch die zusätzlichen Erträge aus dem Ausbau und den neuen Angeboten wird auch die Finanzierung der Formel 1 am Nürburgring über den bis zum Jahr 2011 laufenden Vertrag gesichert. Allein die Formel 1 generiert pro Rennen einen Umsatz von ca. 60 Mio. Euro in der Region. Anlässlich einer Präsentation der Ausbaupläne und Strategien zeigte sich auch Bernhard Ecclestone begeistert und bestätigte, dass der Nürburgring damit auch und gerade für die Formel 1 den richtigen Weg eingeschlagen habe und im internationalen Wettbewerb mithalten könne.