

Reifensponsoring unter falscher Flagge?

Die Interessengemeinschaft Langstrecke Nürburgring (ILN) lehnt die gestern von der Nürburgring-Langstrecken-Serie verkündete Sponsoring-Partnerschaft mit dem Reifenhersteller Hankook ab. Das Logo des koreanischen Unternehmens soll fortan auf den vorderen Kotflügeln aller teilnehmenden Rennwagen der VLN genannten Motorsportserie zu sehen sein – unabhängig davon, auf welchen Reifen die einzelnen Wettbewerbsfahrzeuge tatsächlich rollen. Die Aufkleber stünden damit in direkter Konkurrenz zu den vielen verschiedenen Reifenpartner der Teams. Ihre Vermarktungsmöglichkeiten würden durch die getroffene Regelung zunichte gemacht, beklagt die ILN. Dies schränke die Refinanzierungschancen der Rennställe stark ein.

Man habe nichts gegen Hankook, im Gegenteil, betont ILN-Vorsitzender Martin Rosorius. Aber es dürfe nicht sein, dass der Serienbetreiber zugunsten eines Partners die Geschäftsgrundlage seiner Kunden – der Teams – zerstöre. Die Interessengemeinschaft habe in der Vergangenheit immer wieder darauf hingewiesen, dass Seriensponsoren aus dem Automotive-Sektor in der offenen Langstreckenserie unmittelbar die Existenz speziell kleinerer Teams gefährden. In einer Serie, wo der Reifenhersteller freigestellt ist, könnten nicht alle Teilnehmender das Logo des neuen Serienpartners tragen. Dies sei Werbekannibalismus und ein Schlag ins Gesicht für alle anderen Reifenhersteller, die sich bislang in der VLN engagieren. (ampnet/jri)

Bilder zum Artikel



Ein Porsche in der VLN-Langstreckenmeisterschaft.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Kevin Pecks/1VIER