

25.07.2019

PRESSEAUSSSENDUNG

Fußball-Präsident und Ennstal-Classic-Fan



Michael Krammer, Unternehmer und Präsident vom SK Rapid Wien hat vor fast zwanzig Jahren seine Liebe zu den Classic-Fahrzeugen entdeckt. Während seiner Zeit als Geschäftsführer verschiedener Mobilfunkanbieter waren seine Unternehmen über mehrere Jahre Partner der Ennstal-Classic.

Wann und wie ist Ihre Liebe zu den klassischen Automobilen entstanden?

Eine Initialzündung gab es bei mir bereits in jungen Jahren durch meinen Vater, der sehr Auto verrückt war und wirklich Benzin im Blut hatte. Fiat und Lancia waren in unserer Familie immer wichtig. Dann gab es Anfang der 1970er Jahre in unserer Familie ein Plakat mit einem Fiat Dino, sowohl mit dem Spider, wie auch mit dem Coupé. Und ich wollte unbedingt einen solchen Dino haben. Aber es wurde halt nichts daraus. Also das war der erste Grundstein. Dann etwa vor zwanzig Jahren habe ich den Helmut Zwickl kennengelernt. Helmut hat mir - mittlerweile war ich schon in der Telekommunikationsbranche tätig - von der Ennstal-Classic erzählt. Und so kam ich im Jahr 2000 das erste Mal als Zuschauer zur Ennstal-Classic.

Wie oft und warum haben Sie schon bei der Ennstal-Classic teilgenommen?

Wie oft ich wirklich teilgenommen habe kann ich nicht sagen. Aber seit 2001 bin ich bei jeder Ennstal-Classic dabei. In der Zeit, als meine Unternehmen Sponsor und Partner waren, konnte ich nicht mitfahren, weil ich mich um unsere Kunden kümmern wollte. Also irgendwie war ich immer dabei, sei es als Fahrer, Partner oder Zuschauer.



TEAM FÜR MARKETING-ERFOLGE

Als Unternehmer ist Ihre freie Zeit streng bemessen. Wie schaffen Sie es immer wieder, sich im Juli Zeit für die Ennstal-Classic zu nehmen? Ist die Ennstal-Classic fixer Bestandteil Ihres Kalenders?

Die Ennstal-Classic ist zu 100 Prozent fixer Bestandteil meines Kalenders. Dafür gibt es einen einfachen Grund: Ich bin immer eine Woche hier und bin zu 100 Prozent auf diese Veranstaltung fokussiert. Vom Alltag total losgelöst. Ich mache nichts anderes. Schaue mir die Strecken an, trainiere und bereite mich vor. Bin also, besonders während des Wettkampfs nur auf das fokussiert, worum es hier im Ennstal geht. So gesehen ist es eine qualitativ hochwertige Freizeitbeschäftigung.

Ihre Unternehmen waren Partner der Ennstal-Classic. Was waren damals die Beweggründe Ihres Unternehmens für dieses Engagement?

Grundsätzlich schaut man ja zuallererst einmal auf den Werbewert, welche mediale Berichterstattung gibt es über dieses Event, TV, Hörfunk, Online. Und da steht die Ennstal-Classic ganz weit vorne. Aber. Das bieten andere Veranstaltungen auch. Doch die Ennstal-Classic ist darüber hinaus eine unglaublich emotionale Plattform, um Kunden und Partner einzuladen. Und genau das konnten und wollten wir unseren Kunden bieten. Wir hatten zwei/drei Startplätze gekauft für unsere Kunden, die eine besondere Beziehung zum Auto hatten. Parallel dazu haben wir eigene kleine Oldtimer-Rallyes für die Kunden veranstaltet, die nicht über zwei Tage 1.000 km fahren wollten. Doch die Ennstal-Classic stand immer im Mittelpunkt an diesen Tagen.

Worin liegt Ihrer Meinung nach der Reiz für ein Unternehmen, Partner bei der Ennstal-Classic zu werden?

Es gibt nur ganz wenige Events, bei denen so viele Entscheidungsträger präsent sind. Die meisten, die hier mitfahren sind entweder selber Unternehmer, Manager oder in leitenden Positionen. Und das ist immer gut für Business-Entscheidungen.

Wie sehen Sie die Ennstal-Classic aus unternehmerischer Sicht?

Ich verfolge jetzt die Ennstal-Classic seit zwanzig Jahren. Und wie sie sich weiterentwickelt hat ist schon gewaltig! All die Innovationen und Verbesserungen der letzten Jahre hat sie zu



TEAM FÜR MARKETING-ERFOLGE

einem gewaltigen Event werden lassen. Der wirtschaftliche Wert muss enorm sein. Auch diese perfekte Organisation ist topp, einmalig und oberste Liga.

Sie haben keine dritte Amtsperiode als Rapid-Präsident angestrebt, um mehr Zeit für Ihre Familie zu haben. Ist Ihre Familie bei der Ennstal-Classic dabei und fahren Ihr Sohn oder Ihre Tochter bei der Youngster-Trophy mit?

Mein Sohn ist selber schon gefahren, der er auch ähnlich verrückt ist wie ich. Meine Frau war auch schon mehrfach dabei. Doch ganz ehrlich, kleinere Rallyes sind für sie ok. Aber die Ennstal-Classic ist „too much“ für sie. Doch für mich ist das genau die Herausforderung, die ich suche. Das Anspruchsvolle, gesehen von der Fahrleistung, ist sensationell.

Zum Fahrzeug:

Fiat Dino Spyder, Baujahr: 1972, 180 PS, 2.418 ccm

Der Fiat Dino ist ein Sportwagen, der im Frühjahr 1966 von Fiat anlässlich des einhundertsten Geburtstages des Firmengründers Giovanni Agnelli vorgestellt und bis 1972 gebaut wurde. Insgesamt wurden 421 Stück gebaut und laut Dino-Register gibt es noch 220 Fahrzeuge.

(706 Wörter – Zeichen 4.687)