

Das sagt der Gegner

Beitrag von „Hamburger Clubfan †“ vom 9. Februar 2018, 11:42

[Zitat von RedBlack93](#)

Nein, Kommerzverein 3.0 waren die schon vorher. Ich erinnere mich, dass schon vor 10 Jahren der SportScheck in der Stadt mehr Pauli-Merch als Glubb-Merch hatte.

Aber: Pauli verkauft sein "Underdog", "Rebellen" etc. Image sehr gewinnbringend

Da sollten wir uns wohl besser an die eigene Nase fassen, warum das so ist !

Ich habe es schon häufiger geschrieben, daß Pauli es im Schatten eines großen Nachbarn schwer hat wirtschaftliche Erfolge zu erzielen.

In Hamburg und Umgebung grast der HSV das meiste ab.

Natürlich haben sie das Totenkopf-Image für's Merchantdising genutzt.....aber das machen sie gut und gewinnbringend.

Der Club könnte sich davon eine Scheibe abschneiden.