

Glubb - Merchandise

Beitrag von „Matthias77“ vom 31. Mai 2018, 18:14

Ich hatte mich in den letzten Tagen, etwas im Netz über Meeske und die Vermarktung von Fanartikeln aus St.Pauli-Zeiten eingelesen. Viele Presseartikel sind leider ohne Anmeldung nicht frei verfügbar.

Rational kann ich mir nicht vorstellen, daß sich ein Herr Meeske mit der Validierung von Marken und Fanprodukten nicht auskennt. Ein Pressebeispiel, im Tenor mehrerer bzw. ähnlich:

" ... Der FC St. Pauli betreibt das Geschäft mit den Fanartikeln schon lange nicht mehr in Eigenregie. In der Vergangenheit hat er die Merchandisingrechte ganz oder teilweise an Dritte übertragen, ...

Rechteinhaber ist seit 2004 der Upsolut Merchandising GmbH & Co. KG, ... dass der Klub nur noch zu zehn Prozent an der Merchandising KG beteiligt ist und der Vertrag bis 2034 (!) läuft. ... „Wenn jemand den Merchandising-Bereich als ‚cash cow‘ bezeichnet, kann ich nur darüber lächeln. Das ist Unsinn.“

Das Vertragswerk, das die ungleichen Partner verbindet, wird als kompliziert beschrieben, es sickerte durch, dass der FC St. Pauli vorab 20 Prozent Lizenzgebühren für verkaufte Fanartikel bekommt und zehn Prozent vom Gewinn. Mittlerweile hat Upsolut 39 Prozent an das Textilunternehmen Miles aus Norderstedt weiterverkauft, ist aber mit 51 Prozent Mehrheitsgesellschafter. Beide Unternehmen gehören nun zu global agierenden Großkonzernen: Upsolut zum französischen Mischkonzern Lagadère, ...

Das Oberlandesgericht Hamburg hat in seinem Urteil am 12. Dezember 2013 festgestellt, dass der 2004 geschlossene Vertrag über die Beteiligungsverhältnisse in der KG wegen Sittenwidrigkeit und Verstößen gegen Wettbewerbsrecht unwirksam ist. ... Das Urteil zeigt dem Club neue Möglichkeiten im Bereich Merchandising auf. ...

Das Geschäft mit den Fanartikeln floriert trotz des juristischen Kleinkriegs zwischen Geschäftspartnern: ... der Umsatz hat sich seit 2004 vervierfacht. ... "

Aus: <http://rund-magazin.de/news/35...aefit-mit-dem-Jolly-Roger/>

Somit könnte eine theoretische Deutung der augenblicklichen Situation bei der Vermarktung von Fanartikeln beim CLUB auch sein, daß Meeske den Fanartikelverkauf strategisch und absichtlich, sehr stiefmütterlich behandelt. Der Verein bedient die Vertragspflichten zu Lagadère, aber nur im minimal notwendigen Bereich.

Möglicherweise sind die Vermarkter von Lagadère nach einer Ausgliederung in spe, d.h. Wechsel des Vertragspartners, ohnehin außen vor, oder in einer veränderten, neuen bzw. schwächeren Verhandlungsposition. Oder auch, der Verein kann den Knebel von Lagadère über Sponsoren zurückkaufen und legt dann bei der Vermarktung in Eigenregie deutlich frontaler los.

Bitte Vorsicht ! Das Geschilderte ist nur eine These meinerseits. Keiner von uns kennt die best. Vertragswerke, oder kann in die Köpfe der Verantwortlichen hineinschauen.