

# Marketing

## Beitrag von „kinstontown“ vom 15. August 2018, 20:09

[Zitat von bogoahlsiege2007](#)

Naja, irgendwie hat er schon recht.

Ich kann mich nicht erinnern, wann es das letzte Mal größere Lücken bei den Partner-Bannern

auf der Homepage gegeben hat (siehe unten rechts).

Wir stehen knapp 10 Tage vor Saisonbeginn.

Das es schwierig ist den Firmen Werbebudgets aus der Tasche zu ziehen, wissen wir alle.

Blöd finde ich es trotzdem, weil es in der Außendarstellung für einen Bundesligisten sehr Mau aussieht.

Alles anzeigen

Sicher hat er nicht ganz Unrecht. Aber seine "Wortwahl" ist schon in der Tat arg provozierend.

Ich sehe es bei uns in den kleinen Vereinen, da bin ich in verschiedenen tätig, in zweien in der Vorstandschaft. Auch hier will kein oder kaum noch ein Unternehmen unterstützen. Sicher ist die Reichweite ganz anders und man kann das nur schwer vergleichen. Aber so ein bisschen Spiegelbild ist das schon. Die Gesellschaft verändert sich ständig, mit ihr der Profisport hin zu Sportbusiness, und dadurch auch das Sponsorentum. Der Rückzug Adidas' von den Kleinen Vereinen hin zu wenigen Großen ist dafür doch das beste Beispiel.

Und wenn ich dann noch diese Bemühungen der ewig Gestrigen sehe, die sich vehement gegen eine Ausgliederung aussprechen und dies dann auch noch mit Verunglimpfungen der Namen von Meeske etc unterstreichen, dann ist das ganz sicher auch nicht eine Erleichterung Meeskes täglicher Arbeit.