

Sportfive

Beitrag von „Glubbman“ vom 9. Mai 2019, 14:32

- 1) ich glaube als Michael A. Roth Ufa/SportFive/Lagardere aus akuten Gründen ins Boot holen musste, war das der Kanal über den hier Bader Fuss fassen durfte. War ja vorher bei denen und die Connection wird nie enden. Siehe Dealverlängerung Baders "über Nacht".
- 2) Die Rettung aus der Notsituation des Club damals hat sicher nicht zu einem für den Club langfristig vorteilhaften Deal geführt.
- 3) wenn die so viele Jahre schon den Club tatsächlich professionell vermarktet hätten, hätte es auch eine signifikante Weiterentwicklung des Club geben müssen. Die machen nur Dienst nach Vorschrift im Rahmen des Deals um ihren Schnitt bei jeder Transaktion zu machen. Der Break Even dürfte längst erreicht sein.
- 4) Der Club kann nur marketingtechnisch vorankommen wenn man auch im Marketingbereich ein Kompetenzteam aufrüstet, das dann strukturiert Visionen (wie z.B. Rossow umschreibt) in die Tat umsetzt. Profilschärfung des Club und marketingseitig kontinuierliche Umsatzsteigerungen. Die Einnahmeseite muss da dann, sobald sich ein Hauch von sportlichem Erfolg einstellt explodieren. Die Weichen dahin können nur mit eigenen Leuten gestellt werden.
- 5) Lagardere muss in der jetzigen Form dann enden. Bis dahin muss intern alles leistungsfähig funktionieren.
- 6) Einzelne Dienstleistungen zur Entlastung für formalisierte Prozesse im Vermarktungsbereich können gern beansprucht werden, aber der Think Tank ist dann intern beim Club.