

Marketing

Beitrag von „Clubi“ vom 4. Juli 2019, 17:27

[Zitat von Altmeister](#)

Naja, Werbung war das jetzt nicht unbedingt, völlig überfordert als einer der schlechtesten Bundesligaabsteiger überhaupt sang- und klanglos abzustiegen und als Sahnehäubchen ohne ordentliches Direktmarketing ewig nach einem Fanshop zu suchen. Das Scheitern der Ausgliederung inklusive groß angekündigter Arbeitsgruppe, plötzlichem "Spurwechsel" und nun Totschweigen dürfte bei Wirtschaftsvertretern ebensowenig Vertrauen geweckt haben wie die gescheiterte Verkaufsgeschichte des Sportparks Valznerweiher.

Ich dachte die Finanzen seriös im Griff halten, wirtschaftlich gesunden schafft Vertrauen. So hieß es doch hier immer!

Das dadurch sportlich Abstriche zu machen sind, sollte eigentlich klar sein.

Die Fanshopsuche wird Sponsoren wohl eher weniger interessieren.

Ob die „totgeschwiegene“ Ausgliederung die derzeitige Sponsorensuche beeinflusst?