Club Finanzthread

Beitrag von „Glubbman“ vom 26. August 2019, 19:41

[Zitat von Morlock54](#)

Der Sponsoringmarkt schrumpft nicht, er wächst sogar. So schlecht ist die wirtschaftliche Lage nicht.

Dazu gibts jedes Jahr Studien, eine davon siehe [Sponsor-Trend 2018 | Exklusive Marktstudie von Nielsen Sports](#) .

Ein Problem bei uns, und das seit Bader, ist die Fremdvermarktung durch Lagardere bzw. ehemals Sport5.

Wie Chris es schon sagt wechseln die da Ansprechpartner wie Loddar seine Frauen. Auch setzten die da irgendwo einen Praktikanten hin der keine Ahnung hat und das kommt dann bei Sponsoren super an. Ich habe über die schon genug Beschwerden gehört. Der Laden ist nicht hochprofessionell und investiert nicht viel Zeit in den Club, sind denen andere Vereine oder Sportarten wichtiger?

Nur 14 von 54 deutschen Profivereinen haben mit denen einen Vertrag, und da sind mit BVB und Bayer nur 2 große vertreten.

Ich weiss nicht wie man da aus dem Vertrag rauskommen kann weil ich die Details nicht kenne.

Aber besser man würde die Vertragsgebühr bzw. Provision in eigenes Personal reinvestieren und eine eigene Marketingabteilung aufbauen. Ein Rösler und Rossow können das alleine nicht richten.

Das ist natürlich mehr Aufwand und birgt ein höheres Risiko, aber so hat man bessere Chancen auf Sponsorenbindung.

Alles anzeigen

Ich sehe es deswegen als essentiell an, die Zeit bis zum Auslaufen des aktuellen Lagardere Vertrags zu nutzen und ein Projekt "Aufbau einer eigenen Marketing Abteilung" rechtzeitig zu initiieren, sich zu professionalisieren, das eigene Profil nach innen und aussen aktiv eigenständig zu entwickeln und dadurch auch (nicht nur) im Sponsoring Boden zu gewinnen und zu wachsen

Mit Niels Rossow haben wir ja auf dem Papier den geeigneten Vorstand, der entsprechende Marketingerfahrung und -verantwortung aus der Wirtschaft mitbringt um das in die Wege zu leiten und erfolgreich umzusetzen. Das ist ein Feld wo ich von ihm Schritte sehen möchte.