

# Rund ums Glubbstadion

Beitrag von „Vortex Surfer“ vom 29. Januar 2020, 08:53

## [Zitat von Veteran](#)

Eintracht Frankfurt übernimmt ab dem 1. Juli 2020 die komplette Vermarktung des Stadions und plant Ausbau.

Und weil wir bei uns bezüglich der Zahlen oft im Nebel stochern ist der Artikel im Kicker hochinteressant. vor allem weil die Ausgangslage im Jahr 2004, als der jetzt auslaufende Vertrag unterzeichnet wurde eine ähnliche wie bei uns war.

## [Wie Eintracht-Vorstand Axel Hellmann die Stadion-Großprojekte plant - kicker](#)

Das interessante in dem Artikel sind die gehandelten Prozente die Frankfurt an Lagardere abdrücken musste.

"Auch der ebenfalls 2004 geschlossene Vertrag mit dem Vermarkter Sportfive (jetzt: Lagardere Sports) erwies sich für die Eintracht als zu kostspielig. Der Vermarkter erhielt 16,5 Prozent der stadioneborenen sowie 18 Prozent der vereinsgeborenen Vermarktungserlöse, im Geschäftsjahr 2018 waren das 9,6 Millionen Euro. Der Klub hat die Vermarktung deshalb mittlerweile in die eigene Hand genommen, die Zusammenarbeit mit Lagardere endete am 31. März 2019."

Der Club dürfte mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit ähnliche Bedingungen haben. Tendenziell sogar noch schlechtere.

In diesem Zusammenhang ebenfalls interessant das sich die Eintracht von Aramark trennt:

Auch kulinarisch brechen dann andere Zeiten für die Fans an. Der Vertrag mit dem in Fankreisen nicht unumstrittenen Cateringunternehmen Aramark endet, Hellmann erklärt: "Es handelt sich um Jungs aus der Region, die zukünftig das Catering machen. Sie sind lebenslange Mitglieder und dem Verein sehr verbunden."

Da wäre etwa das ich mir auch beim Club sehr gut vorstellen könnte.

Alles anzeigen

### [Warum Borussia Dortmund sich nicht selbst vermarktet - manager magazin](#)

Hier mal die Sichtweise eines Vereins der sich gegen Selbstvermarktung entschieden hat obwohl keine wirtschaftliche Not mehr besteht. Ich denke, der FCN würde derzeit mit einem Vermarkter noch besser fahren als eigenvermarktet. Wichtig ist, einen Vertrag zu erhalten, bei dem der Vermarkter nicht nur die Hand aufhalten muss, sondern auch ordentlich eigene Ressourcen reinstecken und sich anstrengen muss um seinen Schnitt zu machen. Der Club wird ja derzeit bei Lagardere von ein oder zwei Teilzeitstellen betreut (vermutlich frisch von der Uni) während die für Eintracht Frankfurt zuständige Dependance meines Wissens eine handvoll Vollzeitstellen aufgewiesen hat, die dann auch mal aktiv einen Hauptsponsor an Land gezogen hat.