

Exposé zum grenzüberschreitenden Sponsoring deutscher Unternehmen bei DE GRAAFSCHAP B.V. in den Niederlanden

**Es betreut Sie die k-m-k Gesellschaft für Marketing-Kommunikation mbH
Markus Kohlenberg, Geschäftsführer
Stefan T. Launer, B2B Berater**

Im Folgenden wird Sie dieses Exposé über Ihre Chancen und Möglichkeiten informieren, welche Sie mit einem grenzüberschreitenden Sponsoring im holländischen Fußball erhalten. Das internationale Sponsoring ist längst kein Fremdwort mehr im Marketing deutscher Unternehmen. Firmen wie Würth und auch viele kleinere international expandierende Unternehmen nutzen das Sponsoring von Kultur, Sport und im Speziellen Fußball als Transporter ihrer Botschaft auf fremdem Terrain. Voraussetzung für ein solches Engagement sind selbstverständlich Ihre Interessen hinsichtlich internationaler Märkte im B2B und B2C Sektor. Dieses Exposé dient uns dazu, Ihnen und Ihren Expansionsplänen weitere Impulse zu geben und Werkzeuge zu liefern, die Ihnen auf dem niederländischen Markt dienlich sind, mehr oder neue Erfolge im Marketing, Vertrieb und Networking zu erzielen.

Betaald Voetbal DE GRAAFSCHAP B.V ist ein niederländischer Fußballverein aus dem grenznahen Doetinchem (50.000 Einwohner) in der Region Gelderland, einer Region mit 1.990.871 Einwohnern (12,1 % der niederländischen Bevölkerung). In der Saison 2009/2010 strebt De Graafschap den direkten Wiederaufstieg aus der "Erste Divisie", die der 2. Bundesliga in Deutschland gleichkommt, in die "Eredivisie" (1. Liga Niederlande) an. Die Region Gelderland und speziell Achterhoek zeichnet sich zum einen durch eine eher landwirtschaftliche Kultur (daher die Marke Die "Superboeren", die im weiteren Verlauf vertieft werden wird) und zum anderen durch stetig steigenden Touristikverkehr aus. Der Verein trägt seine Heimspiele in dem 12.500 Zuschauer fassenden Stadion De Vijverberg in Doetinchem aus. Bezeichnend für die gute Arbeit sowie die regionale Verankerung des Vereins ist der Businessclub mit rund 450 Unternehmen aus der Region und ganz Holland. Bis 2015 soll nun ein neues Stadion mit einer hervorragenden Infrastruktur für Zuschauer und Unternehmen gebaut werden, welches dauerhaft ausverkaufte Ränge verspricht

Dem sportlichen Erfolg wie der Aufstieg in die höchste Spielklasse "Eredivisie", dauerhafter Klassenerhalt und längerfristig die Teilnahme an internationalen Wettbewerben steht ein unbefriedigendes Hauptsponsoring entgegen. Die niederländischen Ligatabellen lassen sich beinahe ausnahmslos am Kapitaleinsatz messen, der sich in der momentanen Liga, trotz Aufstiegschancen, am unteren Limit bewegt. Ziel der angestrebten Partnerschaft mit deutschen, eventuell grenznahen Unternehmen, ist die nachhaltige Festigung des sportlichen Erfolgs und der weitere Ausbau des Businessclubs sowie der damit einhergehende Werbewert für das sponsorende deutsche Unternehmen.

Die Grundlage für die angestrebte Zusammenarbeit mit einem oder mehreren deutschen Unternehmen und De Graafschap sind unternehmerische und sportliche Ziele. Beiden Ansprüchen wird De Graafschap in jeder Hinsicht schon heute gerecht, was nicht zuletzt der gut strukturierte Businessclub, die strikte organisatorische Trennung von Business und Sport sowie das Markenmanagement mit "Superboeren" deutlich macht. Das strategisch wirtschaftliche Vorgehen ist in Deutschland, wenn überhaupt Vergleiche gezogen werden können, maximal mit Bayer 04 Leverkusen und dem Bay Arena Konzept sowie der soliden GmbH Konstruktion vergleichbar. Die strategische Markenpolitik entspricht der gezielten und professionellen Pflege der natürlichen und regionalen Gegebenheiten und kommt eventuell den Schalker Knappen gleich. Ergebnis ist eine sehr hohe Identifikation der orts- und regionsansässigen Anwohner mit der Marke sowie ein sympathisches und glaubhaftes Image am Markt. .

**De Graafschap B.V., Stadion De Vijverberg, 7000 AE Doetinchem
in Deutschland vertreten durch die k-m-k Gesellschaft für Marketing-Kommunikation mbH**

Für Unternehmen aus dem deutschsprachigen Raum (Deutschland, Schweiz und Österreich) ist ein solches Engagement aus vielerlei Hinsicht Erfolg versprechend. Neben den Vereinskomponten wie:

- hohe Sympathiewerte in ganz Holland
- positives Image "Superboeren"
- Bodenständigkeit (wirtschaftliches Handeln mit Augenmaß)
- beinahe perfekte Infrastruktur (auch ins grenznahe Deutschland)
- wirtschaftliche Vernetzung des Businessclubs (ca. 400 Unternehmen aus ganz Holland)
- große Beliebtheit und starker Zuspruch (Gelderland, Achterhoek und Doetinchem)
- Präsentationsmöglichkeiten durch beispielsweise hochwirksame Video-Stream-Banden
- 90%ige Auslastung auch in der ersten Divisie
- Variantenreichtum durch die sympathische und national anerkannte Marke "Superboeren"
- Stadionneubau bis 2015
- Sportliche Ambitionen wie beispielsweise der Aufstieg 2010
- Planungssicherheit mindestens für die erste Divisie (kein Abstieg möglich)

bietet der gesamte Markt Niederlande, die Region Gelderland/Achterhoek und der Profifußball weitere vielversprechender Multiplikatoren für werbende Unternehmen:

Daten und Fakten der Niederlande gesamt:

- hohes Pro-Kopf-Einkommen
- hohe Importquote
- leistungsfähige Infrastruktur
- hochqualifizierte Arbeitskräfte
- günstige rechtliche Rahmenbedingungen

Wirtschaftliche Gegebenheiten der Region Gelderland/Achterhoek:

- Agrarwirtschaft (Ackerbau und Viehzucht)
- fleischverarbeitende Industrie
- Metall- und chemische Industrie
- Gummiherstellung

Gesamtwirtschaftliche Säulen der niederländischen Volkswirtschaft:

- Dienstleistung
- Handel
- Landwirtschaft
- Industrie
 - Rohstoff- und mineraler Brennstoffverarbeitung
 - chemische Industrie
 - Elektronik
 - Nahrungs- und Genussmittel

Ein guter Grund für das Engagement deutscher Unternehmen in Holland und speziell De Graafschap sind die außerordentlich guten Wirtschaftsbeziehungen beider Länder und die Grenznahe. Immerhin ist Deutschland der wichtigste Handelspartner der Niederlande. Hierzu tragen neben der geringen sprachlichen Barriere auch die günstige Verkehrsanbindung, geringe Zollbeschränkungen und die günstigen rechtlichen Rahmenbedingungen der Niederlande bei.

Die Recherchen der kmk, die stets in Kontakt mit dem Marketing De Graafschap und der Deutsch-Niederländischen Handelskammer in Düsseldorf stehen, ergaben folgenden Branchen- und Markenbezug zum Land, zur Region, zur Marke "Superboeren" und zum Verein De Graafschap.

- Energie und im Speziellen erneuerbare Energien
- Touristik (steigender Touristikverkehr in der Region Achterhoek)
- Investitionsgüter (Landwirtschaft)
- Nahrungs- und Genussmittel (Milchprodukte, Fleisch- und Wurstwaren)

De Graafschap B.V., Stadion De Vijverberg, 7000 AE Doetinchem
in Deutschland vertreten durch die k-m-k Gesellschaft für Marketing-Kommunikation mbH

Selbstverständlich gibt es weit mehr positiv korrelierende Branchen, wie beispielsweise Mode, zu den genannten Analyseparametern, doch in diesen Sektoren sind die Überschneidungen mit den regionalen Gegebenheiten und der Dachmarke des Vereins signifikant. Beispielsweise werden in Sachen Energie deutsch- niederländische Studienfahrten für Unternehmen organisiert, in denen man sich über erneuerbare Energien und Energiegewinnung mit natürlichen Restwertstoffen austauscht. Der landwirtschaftliche Investitionsgüterbezug lässt schon über die Marke "Superboeren" und aber auch über das geplante Stadion, das einem Traktorreifen darstellen soll, erahnen.

Die Leistungen des Sponsorings bei De Graafschap gleichen im Großen und Ganzen den Leistungen im deutschen Profifußball. Neben dem Bandensponsoring, den Business Seats, der Internetpräsenz, dem Trikotsponsoring und zukünftig auch den Logen sind besonders die zielgerichteten B2B-Netzwerkveranstaltungen und die alle 3 Jahre stattfindende interne Messe der Sponsoren hervorzuheben. Dies und viele weitere Features geben dem Engagement bei De Graafschap den entsprechenden und notwendigen Kundenbezug, der im Übrigen ein Markenzeichen der holländischen Geschäftswelt ist.

Im Einzelnen sind die Werbemöglichkeiten folgende:

- Bandenwerbung, Bildwände, Ankündigungsplakate, Eintrittskarten, Schaukästen, Werbung im Vereins-, Abteilungs- oder Stadionheft, Preisausschreiben, Autogrammstunden, Verlosungen
- Aktionen und Präsentationen auf dem Spielfeld vor und während der Spiele in den Pausen am Veranstaltungsort
- Lautsprecherdurchsagen
- Gestaltung von Vereinsfahrzeugen
- VIP-Räume und Ehrenlogen

Damit zeigt sich Ihr Sponsoring in den ganzen Niederlanden, sofern die "Superboeren" in die Ehrendivision aufsteigen, ca. 3 Mio Fußballfreunden an nur einem Wochenende. In der 1. Divisie werden die Ligaspiele stets Freitagabend durchgeführt und eines stets Live im TV ausgestrahlt. Spielen die Zebras, wie man die Kicker von De Graafschap auch nennt, im heimischen Vijverberg Stadion, so sind diese meist, wegen des hohen Zuschauerzuspruchs, erste Wahl. Dies unterstreicht einmal mehr das sympathische Image, welches der Verein, die Fans und die Marke "Superboeren" in den Niederlanden hat und auch dass der Vijverberg immer für gute friedliche Atmosphäre sorgt.

Die k-m-k Gesellschaft für Marketing-Kommunikation mbH unterstützt sie bei Ihrem Auftritt neben dem Relationship-Management als deutscher Ansprechpartner folgendermaßen:

- notwendige Übersetzungen für das Sponsorship
- Betreuung gewünschter Maßnahmen mit De Graafschap
- gezielte Kommunikationsmaßnahmen für Ihr Unternehmen oder Produkt
- Umsetzungskontrolle der gewünschten Maßnahmen
- Empfang und Begleitung sowie Vorstellung Ihrer Besucher
- Kommunikation zwischen De Graafschap und Ihrem Unternehmen
- Eventmanagement vor Ort für geplante Veranstaltungen im Businessclub De Graafschap
- alle weiteren, mit einem Sponsorship zusammenhängenden Maßnahmen

Zudem übernimmt die k-m-k die Kommunikation auf deutschem Boden via:

- allgemeiner PR-Arbeit über das Engagement des Sponsors
- Xing Gruppe (Businessclub De Graafschap Doetinchem (http://www.xing.com/net/prie70b0x/b2b_de_graafschap/))
- Twitter (<http://twitter.com/2Superboeren>)
- Homepages (www.fussballclubmanagement.de / www.degraafschap.de / www.stefan-t-launer.de)
- eventuell über eine Seite www.degraafschap.de
- weitere wie beispielsweise Facebook und My Space

**De Graafschap B.V., Stadion De Vijverberg, 7000 AE Doetinchem
in Deutschland vertreten durch die k-m-k Gesellschaft für Marketing-Kommunikation mbH**

Nutzen Sie die Einzigartigkeit dieses Fußballclubs in den Niederlanden. Partizipieren Sie von der natürlich entstanden Marke Die "Superboeren" und dem durchweg sympathischen Image von De Graafschap in der Region und ganz Holland. Treten Sie in Kontakt mit holländischen Geschäftsleuten und stellen Sie neue Beziehungen für Ihr Business her. Man spricht Ihre Sprache, empfängt Sie wie einen Gast und behandelt Sie wie ein Freund und Familienmitglied.

Stellen Sie uns und De Graafschap auf die Probe und machen Sie sich ein Bild von einem ungewöhnlich sympathischen Fußballclub in den Niederlanden. Ihre deutschen Ansprechpartner Markus Kohlenberg und Stefan T. Launer laden Sie gerne in den Businessclub im Stadion Vijverberg ein und geben Ihnen kompetente Auskünfte über die Möglichkeiten Ihres Sponsorings.

Mit freundlichen Grüßen

Markus Kohlenberg und Stefan T. Launer
k-m-k Gesellschaft für Marketing-Kommunikation mbH
Müller-Brüderlin-Str. 15 c
D-47803 Krefeld
Home: www.k-m-k.de

Henk Bloemers
Betaald Voetbal De Graafschap B.V.
Postbus 249
7000 AE Doetinchem

Verfasser:
Stefan T. Launer
B2B Berater für KMU und NPO
Westheimer Weg 1, 71686 Remseck am Neckar (Steinstr. 51, 47798 Krefeld)
Mobil: 0171-323 9443,
Email: stlauner@k-m-k.de
Home: www.degraafschap.de, www.stefan-t-launer.de und www.fussballclubmanagement.de
in Zusammenarbeit mit der k-m-k Gesellschaft für Marketing-Kommunikation mbH Markus Kohlenberg.



Nützliche Links und weitere Belege für ein Erfolg versprechendes Sponsoring bei De Graafschap:

Homepage: <http://www.degraafschap.nl/splash/>
<http://www.degraafschap.de>
Wikipedia: http://de.wikipedia.org/wiki/VBV_De_Graafschap_Doetinchem
<http://de.wikipedia.org/wiki/Gelderland>
<http://de.wikipedia.org/wiki/Achterhoek>
<http://de.wikipedia.org/wiki/Doetinchem>
Vereinslied: <http://www.youtube.com/watch?v=s7oOw7dmfQE>
Stadionvision: <http://www.youtube.com/watch?v=Lao1pvlYEeg&feature=fvw>
Twitter: <http://twitter.com/2Superboeren>
<http://twitter.com/degraafschap>
Xing: http://www.xing.com/net/prie70b0x/b2b_de_graafschap/