
Vermarktung, \"Professionalisierung\", Aufmerksamkeit

Geschrieben von Matthias Hase - 27.10.2011 18:15

vlt kann man hier ja mal ideen, vorschläge & co. sammeln.

http://www.totalrugby.de/images/fbfiles/images/derby_2011.jpg

das logo rechts oben schaut doch ganz gut aus. noch den schriftzug "deutsche" dazu - schon könnte man einen wiedererkennungswert/eine ci/cd für die 1./2. bl. generieren/etablieren. das logo z.b. auf den trikotärmeln der teams in diesen ligen, auf jeder homepage etc.

Aw: Vermarktung, \"Professionalisierung\", Aufmerksamkeit

Geschrieben von Matthias Hase - 27.10.2011 18:21

hier hätte ich noch ein paar vergleichszahlen zu den deutschen profiligen (quelle: BIG, Basketball in Germany). die zahlen zum football kommen vom verband (afvd), werden aber besonders bezüglich der etatangaben von der af-community angezweifelt (spitzenetat bei 400k, der geringste bei rund 50K bei 14 vereinen, die meisten liegen im niedrigen sechsstelligen bereich: 100k-300k). zu den aktiven mitgliedern müssen zudem noch passive und cheerleader gezählt werden, so dass der afvd rund 40.000 mitglieder zählt.

in allen aufgeführten ligen gibt es ein einheitliches cd/ci und in den meisten Fällen einen ligasponsor/-namensgeber. wichtig ist auch die tv-präsenz und repräsentative stadien/arenen/hallen.

<http://www.totalrugby.de/images/fbfiles/images/vergleichmannsy97g0aj63m.jpg>

Aw: Vermarktung, \"Professionalisierung\", Aufmerksamkeit

Geschrieben von Christoph Kotowski - 27.10.2011 20:23

Ich finde die Idee eines Logos sehr gut und wichtig.

Aber mir wäre lieb, wenn es nicht ein simpel abgekupfertes Logo wäre. Dass man sich hierbei an den Logos der NFL oder NBA orientiert hat, ist zu offensichtlich. Besonders wegen der Farben.

Und heißt es nicht Bundesliga?

Ein einheitliches und aussagestarkes Auftreten (vor allem im visuellen Bereich) halte ich für entscheidend.

Und danke für die Statistiken. Wusste nicht, dass Eishockey von weniger Leuten praktiziert wird, als American Football.

Aw: Vermarktung, \"Professionalisierung\", Aufmerksamkeit

Geschrieben von Matthias Hase - 30.10.2011 12:35

mit dem namen halten es die orgas unterschiedlich: so heißt es im rundball "deutsche fußball-liga", im handball "handball-bundesliga", im basketball "basketball-bundesliga", im af "german football league".

zum logo: stimmt, das logo hat von den frähen ähnlichkeiten mit denen aus dem us-sport. aber vlt kann man das motiv schwarz-rot-gold oder andersfarbig unterlegen.

Aw: Vermarktung, \"Professionalisierung\", Aufmerksamkeit

Geschrieben von Mark Schwab - 30.10.2011 12:49

Die DFL repräsentiert die Vereine gegenüber dem DFB. Der DFB und die DFL veranstalten gemeinsam die 1. und 2. Fussball Bundesliga.

Es wird in der Tat Zeit, dass der DRV und Sportwork ein Logo mit Wiedererkennungswert vorzeigen.

Aw: Vermarktung, \"Professinalisierung\", Aufmerksamkeit

Geschrieben von Matthias Hase - 30.10.2011 13:11

so ist es z.b. auch im handball organisiert (zitah hbl-homepage):

"Die Kernaufgaben der Handball-Bundesliga GmbH (HBL GmbH) bestehen in der Organisation und der Zentralvermarktung der deutschen Profi-Handballbundesligen. Dazu zÄählen die TOYOTA Handball-Bundesliga mit 18 Teams und die 2. Bundesligen Nord und SÄ¼d, die jeweils aus 18 Mannschaften bestehen."

fakt ist: es gibt ligen, die unter einem einheitlichen namen und logo auftreten und ein entsprechendes cd/entsprechende ci haben und entsprechend vermarktet werden. es ist in diesem zusammenhang zu klÄären, ob man dem beispiel des fuÄßball und handballs (u.a.) folgt und fÄ¼r die vermarktung der bundesligen eine eigene gmbh grÄ¼ndet oder dies unter federfÄ¼hrung des drv geschieht. es ist zu bedenken, dass z.b. die dfl eine "konkurrenz" zum dfb darstellt und seine eigenen interesse gegenÄ¼ber dem verband vertritt. siehe dazu ganz aktuell der "bierstreit" - dfb will keine bierwerbung mehr, die dfl will es in der buli weiter erlauben.

Aw: Vermarktung, \"Professinalisierung\", Aufmerksamkeit

Geschrieben von Christoph Kotowski - 30.10.2011 13:28

Wie auch immer solche Ligen organisiert sind oder wer auch immer deren Rechteinhaber ist, fest steht, dass sie einheitlich auftreten mÄ¼ssen um als geschlossenes Gebilde wahrgenommen werden mÄ¼ssen.

Durch einen konkreten Namen, ein von allen Akteuren genutztes Logo, eine eigene PrÄ¼senz im Internet und in Form anderer Medien, regelmÄ¼ßige Berichterstattung und Output fÄ¼r lokale Medien wird eine solche Liga als seriÄ¼s aufgefasst und mehr wahrgenommen. Die Rugbybundesliga hingegen empfinde ich hingegen manchmal als loses Zusammenspiel der deutschen Spitzenvereine, die sich viel zu wenig prÄ¼sentieren und mehr aus ihrem spielerischen KÄ¼nnen machen kÄ¼nnen, bzw. dieses prÄ¼sentieren kÄ¼nnen.

Aber auch hier gilt: Nicht Ä¼bertreiben! Wir sind hier auf Randsportniveau hoch drei. Ein einheitliches Auftreten wÄ¼re schon einmal das Beste. Konkreter gesagt, ein Logo oder die Rugby-Bundesliga als Marke und somit als Mittel fÄ¼r eine offensivere und stetigere PR.

Wenn es eine kleine Extra-Homepage gÄ¼be mit allen Infos zu den Vereinen, gebÄ¼ndelt und optisch gut aufbereitet, wÄ¼re das auch fein. Das bieten schon jetzt teilweise die offizielle DRV-Seite und TotalRugby.de, aber etwas Spezielles, mit starkem Fokus nur auf die erste Rugby-Bundesliga wÄ¼re sicherlich nicht Ä¼bel. Vor allem wÄ¼ren hier Fotos und Videos gut. Der DRV hat auf seiner Seite leider bis heute nicht einmal die Fotodatenbank der Spieler vervollstÄ¼ndigt.

Aw: Vermarktung, \"Professinalisierung\", Aufmerksamkeit

Geschrieben von Matthias Hase - 30.10.2011 13:32

word!

ich wÄ¼rde es sogar auf die 2. bundesliga ausdehnen. grund: grÄ¼ßere reichweite und ebenfalls eine "bundesliga".

Aw: Vermarktung, \"Professinalisierung\", Aufmerksamkeit

Geschrieben von Matthias Hase - 01.11.2011 10:47

was haltet ihr von solch einer feldgestaltung:

<http://www.totalrugby.de/images/fbfiles/images/Platz.jpg>

logo in der endzone, wappen/sponsoren an der mittellinie, gerade und erkennbare linien etc.

=====

Aw: Vermarktung, \"Professionalisierung\", Aufmerksamkeit

Geschrieben von Christoph Kotowski - 01.11.2011 15:19

Sowas funktioniert nur, wenn die Tribüne hoch genug ist, damit man als Zuschauer derlei Embleme auch erkennen kann.

Und wie ist das mit der Farbe? Färbt das nicht auf die Trikots ab? Kann mich an Stephen Jones während des Six Nations 2009 erinnern. Er ist irgendwo auf dem RBS-Logo getackelt worden und war den Rest des Spiels komplett blau...

Je nachdem ob das abwaschbar ist, kann sich das kein kleiner Club leisten, wenn seine Spieler wegen Werbeaufdrucke die Trikots kaputt machen. ;)

=====

Aw: Vermarktung, \"Professionalisierung\", Aufmerksamkeit

Geschrieben von Manuel Wilhelm - 01.11.2011 15:30

OFFTOPIC! @Christoph ich habe Dir ne Email geschrieben, ist die angekommen?

=====

Aw: Vermarktung, \"Professionalisierung\", Aufmerksamkeit

Geschrieben von Christoph Kotowski - 01.11.2011 19:25

@Manuel: Ja, sorry wegen der späten Antwort. Mein Uni-Postfach war wegen des Semesterstarts überfüllt und ich kam erst dank dem heutigen Feiertag dazu unbeantwortete Mails abzuarbeiten, bzw. zu BEMERKEN. ;)

=====

Aw: Vermarktung, \"Professionalisierung\", Aufmerksamkeit

Geschrieben von Matthias Hase - 02.11.2011 12:11

der anfang könnte bei topspielen wie dm-finale und länderspiele gemacht werden - quasi als aushängeschild für das dt rugby. in hh gibt es "verrückte", die sich "fieldstaff hamburg" nennen und auch in unteren ligen plätze (in abgespeckter form) herrichten. so weit ich weiß, ist das auch keine kreide, sondern eine art rasenfarbe.

=====

Aw: Vermarktung, \"Professionalisierung\", Aufmerksamkeit

Geschrieben von Christoph Kotowski - 02.11.2011 16:51

In jedem Fall wäre es mal schön, ein Bundesligafinale als Event wahrnehmen zu können. Ich habe schon öfter darüber nachgedacht die zig Kilometer runter nach Frankfurt zu fahren und mir eine solche Partie anzuschauen. Dann aber dachte ich, dass ich für derlei Regionalligaflair nicht unbedingt drei Stunden im Auto verbringen muss. Wäre das Stadion zumindest etwas grüner, der Bombast drum herum etwas mehr... ja, das wäre was.

=====

Aw: Vermarktung, \"Professionalisierung\", Aufmerksamkeit

Geschrieben von Roland Welsch - 14.11.2011 15:16

Und wieder ein fetter deutscher Globalplayer als Rugbysponsor!

C:\Users\Roland\Pictures\irugby2011-Dateien\22103VWSponsorToulon.jpg
http://www.totalrugby.de/images/fbfiles/images/22103VWSponsorToulon.jpg

Aw: Vermarktung, \"Professionalisierung\", Aufmerksamkeit

Geschrieben von Matthias Hase - 14.11.2011 17:26

dazu folgende anmerkung:

beispiel adidas und warum die die ab und nicht die dt xv unterstützen: in dt kennt jedes kind adidas und das unternehmen ist führend in seinem bereich auf dem dt. markt. in ozeanien ist es nicht der fall, also sponsert adidas dort das bekannteste team in der beliebtesten sportart, um sich auf dem dortigen sportartikelmarkt bekannter zu machen. wieso dhl die nl sponsert? um vlt bekannter in den nl zu werden. der bekanntheitsgrad ist in dt wahrscheinlich hoch genug, bzw. kann durch ein engagement im dt rugby nicht gesteigert werden (gleiches gilt für adidas). so verhält es sich wohl auch mit vw: durch ein engagement bei einem bekannten franz. rugbyteam kann vw auf dem dortigen automarkt seinen bekanntheitsgrad gegenüber der dortigen konkurrenz steigern. das klappt in dt wenn überhaupt nur im rundball mit einer werksmannschaft.

rugby ist in der wirtschaftnation dt einfach zu unbedeutend, dass sich dt global player im dt rugbysport engagieren. um in dt zu werben, suchen sich diese unternehmen andere kan le.

Aw: Vermarktung, \"Professionalisierung\", Aufmerksamkeit

Geschrieben von Christoph Kotowski - 14.11.2011 19:55

So ist es. Zumal man hier "Engagement" als Investition betrachten darf und sollte. VW, DHL oder Adidas denken sich "Wie werden wir pr senter?". Prompt wird eine Agentur engagiert, die dafür sorgt, dass deren Strategen einen Werbeträger herbeiholen, der populär ist, für Leistung steht und in den Medien pr sent ist. Dieser kann dann von ein wenig Geld profitieren, während das Unternehmen vom Werbeeffekt profitiert.

Aber das dürfte klar sein. Die Frage ist nur, ob man vielleicht nicht doch den ein oder anderen deutschen Unternehmer nicht dazu bewegen könnte mehr zu investieren, um davon zu profitieren. Doch Rugby ist da wohl zu klein und zu regional begrenzt, weshalb bisher auch gr tenteils nur Heidelberger Unternehmer Geld in den Sport gepumpt haben.

Aw: Vermarktung, \"Professionalisierung\", Aufmerksamkeit

Geschrieben von Roland Welsch - 14.11.2011 20:08

Lasst uns das Ganze doch mal andersrum betrachten, Das deutsche Rugby bräuchte eine Investor aus den rugbyspielenden Ländern der zwecks Steuerabschreibungen (Verluste) in einen Markt investiert der trotzdem wirtschaftlich für ihn interessant sein kann. Gepaart mit einer cleveren Marketingstrategie als quasi Zugabe könnten sie dann sogar als longtime investment in Deutschland irgenwann sogar Geld verdienen, frei nach dem Motto , wer zuerst kommt ,mahlt zuerst!

Aw: Vermarktung, \"Professionalisierung\", Aufmerksamkeit

Geschrieben von David Rückemann - 14.11.2011 21:28

@Roland:

Richtig, aber dafür musste es erst einmal eine gute Strategie vorhanden sein. Sollte dafür nicht die Firma sportwork (mit)verantwortlich sein?

Aw: Vermarktung, \"Professionalisierung\", Aufmerksamkeit

Geschrieben von Roland Welsch - 14.11.2011 21:49

Was die Strategie anbetrifft , hoffe ich ehrlich gesagt auf den "Traum"investor mit seiner eigenen Marketingabteilung!

=====

Aw: Vermarktung,

Geschrieben von Werner Cromm - 14.11.2011 22:15

David Rückemann schrieb:

@Roland:

Richtig, aber dafür musste es erst einmal eine gute Strategie vorhanden sein. Sollte dafür nicht die Firma sportswork (mit)verantwortlich sein?@David:

Das fällt in die Zuständigkeit des Vizepräsidenten Öffentlichkeitsarbeit:

"Der Vizepräsident Öffentlichkeitsarbeit ist für Sponsoring, Marketing und die Vertretung des DRV in der Öffentlichkeit zuständig."

=====

Aw: Vermarktung, \"Professionalisierung\", Aufmerksamkeit

Geschrieben von David Rückemann - 14.11.2011 22:16

Um für einen Sponsor attraktiv zu sein musst du ein gutes Konzept vorweisen/ aufzeigen. Mit so jenen Konzept muss aufgezeigt werden warum es für einen Sponsor sinnvoll ist in Rugby zu investieren. Leider ist mir ein solches Konzept nicht bekannt.

=====

Aw: Vermarktung,

Geschrieben von David Rückemann - 14.11.2011 22:28

Werner Cromm schrieb:

Das fällt in die Zuständigkeit des Vizepräsidenten Öffentlichkeitsarbeit:

"Der Vizepräsident Öffentlichkeitsarbeit ist für Sponsoring, Marketing und die Vertretung des DRV in der Öffentlichkeit zuständig."

Danke für die Info.

Ziemlich viel für eine Person. Warum stellt man nicht für so ein wichtiges Thema eine "Arbeitsgruppe" zusammen?

=====

Aw: Vermarktung,

Geschrieben von Werner Cromm - 14.11.2011 22:45

David Rückemann schrieb:

Ziemlich viel für eine Person. Warum stellt man nicht für so ein wichtiges Thema eine "Arbeitsgruppe" zusammen?Nach meiner Zählung gibt es davon bereits drei.

=====

Aw: Vermarktung,

Geschrieben von Christoph Kotowski - 14.11.2011 23:48

Werner Cromm schrieb:

David Rückemann schrieb:

Ziemlich viel für eine Person. Warum stellt man nicht für so ein wichtiges Thema eine "Arbeitsgruppe" zusammen? Nach meiner Erfahrung gibt es davon bereits drei. Wenn die nicht weiter weichen, gründet man einen Arbeitskreis... ;)

Aw: Vermarktung,

Geschrieben von Matthias Häse - 15.11.2011 09:54

David Rückemann schrieb:

Werner Cromm schrieb:

Das fällt in die Zuständigkeit des Vizepräsidenten Öffentlichkeitsarbeit:

"Der Vizepräsident Öffentlichkeitsarbeit ist für Sponsoring, Marketing und die Vertretung des DRV in der Öffentlichkeit zuständig."

Danke für die Info.

Ziemlich viel für eine Person. Warum stellt man nicht für so ein wichtiges Thema eine "Arbeitsgruppe" zusammen?

und da liegt das Problem: Öffentlichkeitsarbeit hat nichts mit Sponsoring und Marketing zu tun. Außerdem, wenn man Sponsoring als Fundraising begreift, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit (PR) sollten jeweils als Managementfunktion gesehen werden. PR als Instrument des Marketing ist eine sehr enge Sicht aus der BWL.

und zur Info: der Posten "Vizepräsident" ist mit dem Ausscheiden von C. Däncher und der Übernahme durch Sportwork bis auf weiteres vakant. Zudem war/ist die Deutsche Rugby Marketing GmbH wohl für die Sponsorengewinnung zuständig.

Aw: Vermarktung,

Geschrieben von Roland Welsch - 16.11.2011 17:32

http://www.kicker.de/news/fussball/2bundesliga/startseite/560731/artikel_audi-will-mit-dem-fci-in-die-bundesliga.html#omrss_news_aktuell

Wahnsinn, hier wird wieder Kohle in einen ohnehin übersättigten Markt, in einen Verein ohne wirkliche Perspektive, leider nur im richtigen Sport, versenkt!!!:dry: :angry:

Aw: Vermarktung,

Geschrieben von Fabian Müller-Lutz - 17.11.2011 10:31

Wieso? Für Audi ergibt das durchaus Sinn. Sie zeigen lokale Verbundenheit und macht den Standort Ingolstadt für potenzielle Mitarbeiter attraktiv. Auch wenn die Angestellten aus der ganzen Republik kommen und Fans anderer Vereine sind, Buli-Fußball zieht.

Überhaupt bringt dieses Neidisch auf den Rundball zeigen gar nichts. Es ist Zeit- und Energieverschwendung. Sinnvoller wäre es, Rugby so attraktiv zu machen, dass sich mehr Sponsoren engagieren. Selbst wenn es erstmal lokale Unternehmen sind.

Rundball hat auch seine Zeit gebraucht, um zum Global-Player zu werden. Wir sind im Kleinen und müssen da auch anfangen. Wenn wir ewig auf den weißen Ritter mit viel Geld und Einfluss warten, der Rugby zum Sport Nummer 1 macht, warten wir auf Godot.

Aw: Vermarktung,

Geschrieben von Christian Däncher - 18.11.2011 08:59

David Rückemann schrieb:
Werner Cromm schrieb:

Das fällt in die Zuständigkeit des Vizepräsidenten Öffentlichkeitsarbeit:

"Der Vizepräsident Öffentlichkeitsarbeit ist für Sponsoring, Marketing und die Vertretung des DRV in der Öffentlichkeit zuständig."

Danke für die Info.

Ziemlich viel für eine Person. Warum stellt man nicht für so ein wichtiges Thema eine "Arbeitsgruppe" zusammen?

Sportwork hat einen Teil dieser Aufgaben übernommen. Der Posten des Vizepräsidenten Öffentlichkeitsarbeit ist derzeit nicht besetzt.

Aw: Vermarktung,

Geschrieben von Werner Cromm - 18.11.2011 09:13

Christian Däncher schrieb:

Sportwork hat einen Teil dieser Aufgaben übernommen. Der Posten des Vizepräsidenten Öffentlichkeitsarbeit ist derzeit nicht besetzt. Hallo Christian, mir ist keine Satzungsänderung bekannt die diese Verantwortung an eine externe Agentur überträgt. Die Verantwortung liegt bei Vakanz der zuständigen Vorstandsposition automatisch beim Vorstand/Präsidium/Präsidenten.

Aw: Vermarktung, \"Professionalisierung\", Aufmerksamkeit

Geschrieben von Matthias Hase - 18.11.2011 11:09

auf dem drt wurde der vorschlag des ausgeschiedenen vize für aus der tischvorlage per mehrheitsvotum angenommen, den entsprechenden posten bis auf widerruf nicht zu besetzen. sollte durch diese vakanz die verantwortung dieser aufgabe an das präsidium/vorstand übergegangen sein, hat dieses/dieser ja bereits vor geraumer zeit diese aufgaben einer externen agentur übertragen (deshalb verzichtete der vize für auch auf eine weitarbeit), die sowohl die vermarktung als auch die für und eventveranstaltung übernimmt.

Aw: Vermarktung,

Geschrieben von Christian Däncher - 18.11.2011 16:38

Werner Cromm schrieb:

Christian Däncher schrieb:

Sportwork hat einen Teil dieser Aufgaben übernommen. Der Posten des Vizepräsidenten Öffentlichkeitsarbeit ist derzeit nicht besetzt. Hallo Christian, mir ist keine Satzungsänderung bekannt die diese Verantwortung an eine externe Agentur überträgt. Die Verantwortung liegt bei Vakanz der zuständigen Vorstandsposition automatisch beim Vorstand/Präsidium/Präsidenten.

Hallo Werner, in Sachen Verantwortung liegst Du natürlich richtig. Aber die Aufgabe wird trotzdem zum Großteil von der Agentur übernommen. Aus diesem Grund hatte ich mich u.a. auch nicht zur Wiederwahl gestellt...

Aw: Vermarktung, \"Professionalisierung\", Aufmerksamkeit

Geschrieben von Matthias Hase - 18.11.2011 16:59

ist hier ein echo ...B)

=====

Aw: Vermarktung,

Geschrieben von Christian DÄ¼ncher - 18.11.2011 17:27

Matthias Hase schrieb:
ist hier ein echo ...B)

Wie heiÄt der BÄ¼rgermeister von Wesel?

=====

Aw: Vermarktung, \"Professionalisierung\", Aufmerksamkeit

Geschrieben von Matthias Hase - 18.11.2011 17:35

aktuell ist es eine BÄ¼rgermeisterin. ihr name: Ulrike Westkamp

<http://bit.ly/9qNAGW>

konnte ich dir weiterhelfen? B)

=====

Aw: Vermarktung,

Geschrieben von Christian DÄ¼ncher - 18.11.2011 17:50

Matthias Hase schrieb:

aktuell ist es eine BÄ¼rgermeisterin. ihr name: Ulrike Westkamp

<http://bit.ly/9qNAGW>

konnte ich dir weiterhelfen? B)

Man lernt nie aus...

=====