Vermarktung, \"Professinalisierung\", Aufmerksamkeit Geschrieben von Matthias Hase - 27.10.2011 18:15

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 gnerieren/etablieren. das logo z.b. auf den trikotärmeln der teams in diesen ligen, auf jeder homepage etc.

Aw: Vermarktung, \"Professinalisierung\", Aufmerksamkeit Geschrieben von Matthias Hase - 27.10.2011 18:21

hier hAxte ich noch ein paar vergleichszahlen zu den deutschen profiligen (quelle: BIG, Baskettball in Germany). die zahlen zum football kommen vom verband (afvd), werden aber besonders bezüglich der etatangaben von der afcommunity 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 mÄ1/4ssen zudem noch passive und cheerleader zugezählt werden, so dass der afvd rund 40.000 mitglieder zählt.

in allen aufgefļhrten ligen gibt es ein einheitliches cd/ci und in den meisten fĤllen einen ligasponsor/-namensgeber. wichtig ist auch die tv-pr\(\tilde{A}\) zsenz und repr\(\tilde{A}\) zsentative stadien/arenen/hallen.

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

Aw: Vermarktung, \"Professinalisierung\", Aufmerksamkeit Geschrieben von Christoph Kotowski - 27.10.2011 20:23

Ich finde die Idee eines Logos sehr gut und wichtig.

Aber mir wAxre lieb, wenn es nicht ein simpel abgekupfertes Logo wAxre. 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 fļr entscheidend.

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

Aw: Vermarktung, \"Professinalisierung\", Aufmerksamkeit Geschrieben von Matthias Hase - 30.10.2011 12:35

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

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

Aw: Vermarktung, \"Professinalisierung\", Aufmerksamkeit Geschrieben von Mark Schwab - 30.10.2011 12:49

Die DFL reprĤsentiert die Vereine gegenļber dem DFB. Der DFB und die DFL veranstalten gemeinsam die 1. und 2. Fussball Bundesliga.

TotalRugby Forum - TotalRugby FireBoard-Forum-Version: 1.0.4 Generiert: 3 November, 2025, 21:10 Es wird in der Tat Zeit, dass der DRV und Sportswork 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 Teams und die 2. Bundesligen Nord und Süd, die ieweils aus 18 Mannschaften bestehen."

fakt ist: es gibt ligen, die unter einem einheitlichen namen und logo auftreten und ein entsprechendes cd/entsprechende ci habenund entsprechend vermarktet werden, es ist in diesem zusammenhang zu klĤren, ob man dem beispiel des fu \tilde{A} yball und handballs (u.a.) folgt und f \tilde{A} ¼r die vermarktung der bundesligen einen eigene gmbh gr \tilde{A} ¼ndet oder dies unter federführung des dry geschieht, es ist zu bedenken, dass z.b. die dfl eine "konkurrenz" zum dfb darstellt und seine eigenen interesse gegenüber 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 må¼ssen um als geschlossenes Gebilde wahrgenommen werden må¼ssen.

Durch einen konkreten Namen, ein von allen Akteuren genutztes Logo, eine eigene PrĤsenz im Internet und in Form anderer Medien, regelmäßige Berichterstattung und Output für lokale Medien wird eine solche Liga als seriös aufgefasst und mehr wahrgenommen. Die Rugbybundesliga hingegen empfinde ich hingegen manchmal als loses Zusammenspiel der deutschen Spitzenvereine, die sich viel zu wenig prÄäsentieren und mehr aus ihrem spielerischen Können machen könnten, bzw. dieses präsentieren könnten.

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

Wenn es eine kleine Extra-Homepage gĤbe mit allen Infos zu den Vereinen, gebļndelt und optisch gut aufbereitet, wAxiare 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 wAmre sicherlich nicht Albel. Vor allem wAmren hier Fotos und Videos gut. Der DRV hat auf seiner Seite leider bis heute nicht einmal die Fotodatenbank der Spieler vervollstĤndigt.

Aw: Vermarktung, \"Professinalisierung\", Aufmerksamkeit Geschrieben von Matthias Hase - 30.10.2011 13:32

word!

ich wÃ%rde es sogar auf die 2. bundesliga ausdehnen, grund: größere 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, \"Professinalisierung\", 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? FAxibt das nicht auf die Trikots ab? Kann mich an Stephen Jones wAxibrend 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, \"Professinalisierung\", Aufmerksamkeit Geschrieben von Manuel Wilhelm - 01.11.2011 15:30

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

Aw: Vermarktung, \"Professinalisierung\", Aufmerksamkeit Geschrieben von Christoph Kotowski - 01.11.2011 19:25

@Manuel: Ja, sorry wegen der spĤten 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, \"Professinalisierung\", 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 weiÄŸ, ist das auch keine kreide, sondern eine art rasenfarbe.

Aw: Vermarktung, \"Professinalisierung\", Aufmerksamkeit Geschrieben von Christoph Kotowski - 02.11.2011 16:51

In jedem Fall wAxre es mal schAn, ein Bundesligafinale als Event wahrnehmen zu kAnnen. Ich habe schAn Anfter darüber nachgedacht die zig Kilometer runter nach Frankfurt zu düsen und mir eine solche Partie anzuschauen. Dann aber dachte ich, dass ich fļr derlei Regionalligaflair nicht unbedingt drei Stunden im Auto verbringen muss. WĤre das Stadion zumindest etwas größer, der Bombast drum herum etwas mehr... ja, das wäre was.

Aw: Vermarktung, \"Professinalisierung\", 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.ipg http://www.totalrugby.de/images/fbfiles/images/22103VWSponsorToulon.jpg

Aw: Vermarktung, \"Professinalisierung\", 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 unterstļtzen: 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 f \tilde{A} 1 r adidas). so verh \tilde{A} 2 lt es sich wohl auch mit vw: durch ein engagement bei einem bekannten franz. rugbyteam kann vw auf dem dortigen automarkt seinen bekanntheitsgrad gegnļber der dortigen konkurrenz steigern, das klappt in dt wenn ļberhaupt 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

Aw: Vermarktung, \"Professinalisierung\", 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 prĤsenter?". Prompt wird eine Agentur engagiert, die dafļr sorgt, dass deren Strategen einen WerbetrĤger herbeiholen, der populĤr ist, für Leistung steht und in den Medien präsent ist. Dieser kann dann von ein wenig Geld profitieren, wÄntrend das Unternehmen vom Werbeeffekt profitiert.

Aber das dļrfte 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 größtenteils nur Heidelberger Unternehmer Geld in den Sport gepumpt haben.

Aw: Vermarktung, \"Professinalisierung\", Aufmerksamkeit Geschrieben von Roland Welsch - 14.11.2011 20:08

Lasst uns das Ganze doch mal andersrum betrachten, Das deutsche Rugby brĤuchte eine Investor aus den rugbyspielenden LĤndern der zwecks Steuerabschreibungen (Verluste) in einen Markt investiert der trotzdem wirtschaftlich fÄ1/4r ihn interessant sein kann. Gepaart mit einer kleveren Marketingstrategie als guasi Zugabe kĶnnten sie dann sogar als longtime investment in Deutschland irgenwann sogar Geld verdienen, frei nach dem Motto, wer zuerst kommt ,mahlt zuerst!

Aw: Vermarktung, \"Professinalisierung\", Aufmerksamkeit Geschrieben von David Rþckemann - 14.11.2011 21:28

@Roland:

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

Aw: Vermarktung, \"Professinalisierung\", 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 dafļr musste es erst einmal eine gute Strategie vorhanden sein. Sollte dafļr nicht die Firma sportswork (mit)verantwortlich sein?@David: Das fĤllt in die ZustĤndigkeit des VizeprĤsidenten Ä-ffentlichkeitsarbeit: "Der VizeprĤsident Ä-ffentlichkeitsarbeit ist fĽr Sponsoring, Marketing und die Vertretung des DRV in der Ä-ffentlichkeit zuständig." Aw: Vermarktung, \"Professinalisierung\", Aufmerksamkeit Geschrieben von David Rýckemann - 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 fĤllt in die ZustĤndigkeit des VizeprĤsidenten Ä–ffentlichkeitsarbeit: "Der VizeprĤsident Ä-ffentlichkeitsarbeit ist fĽr Sponsoring, Marketing und die Vertretung des DRV in der Ä-ffentlichkeit 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

TotalRugby Forum - TotalRugby FireBoard-Forum-Version: 1.0.4 Generiert: 3 November, 2025, 21:10 Werner Cromm schrieb:

David Rückemann schrieb:

Ziemlich viel fļr eine Person. Warum stellt man nicht fļr so ein wichtiges Thema eine "Arbeitsgruppe" zusammen?Nach meiner Zählung gibt es davon bereits drei.Wenn d' nüsch weiter weiß', gründe einen Arbeitskreis...;)

Aw: Vermarktung, Geschrieben von Matthias Hase - 15.11.2011 09:54

David Rückemann schrieb: Werner Cromm schrieb:

Das fĤllt in die ZustĤndigkeit des VizeprĤsidenten Ä-ffentlichkeitsarbeit:

"Der VizeprĤsident Ä-ffentlichkeitsarbeit ist fļr Sponsoring, Marketing und die Vertretung des DRV in der Ä-ffentlichkeit 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: Affentlichkeitsarbeit hat nix mit sponsoring und marketing zu tun. auAYer, wenn man sponsoring als fundraising begreift. marketing und öffentlichkeitsarbeit (pr) sollten jeweils als managementfunktion gesehen werden. pr als instrument des marketing ist eine sehe enge sicht aus der bwl.

und zur info: der poste "vize A¶a" ist mit dem ausscheiden von c. dA¼ncher und der A¼bernahme durch sportswork 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-diebundesliga.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: :ohmy: :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 wAxre 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-Plaver zu werden. Wir sind im Kleinen und müssen da auch anfangen. Wenn wir ewig auf den weiÄŸen Ritter mit viel Geld und Einfluss warten, der Rugby zum Sport Nummer 1 macht, warten wir auf Godot.

Aw: Vermarktung, Geschrieben von Christian DA¼ncher - 18.11.2011 08:59

David Rückemann schrieb:

Werner Cromm schrieb:

Das fĤllt in die ZustĤndigkeit des VizeprĤsidenten Ä-ffentlichkeitsarbeit:

"Der VizeprĤsident Ä-ffentlichkeitsarbeit ist fĽr Sponsoring, Marketing und die Vertretung des DRV in der Ä-ffentlichkeit zuständia."

Danke für die Info.

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

Sportswork hat einen Teil dieser Aufgaben Ľbernommen. Der Posten des VizeprĤsidenten Ä-ffentlichkeitsarbeit ist derzeit nicht besetzt.

Aw: Vermarktung, Geschrieben von Werner Cromm - 18.11.2011 09:13

Christian Düncher schrieb:

Sportswork hat einen Teil dieser Aufgaben Ľbernommen. Der Posten des VizeprĤsidenten Ä-ffentlichkeitsarbeit ist derzeit nicht besetzt. Hallo Christian, mir ist keine Satzungs Anderung bekannt die diese Verantwortung an eine externe Agentur überträgt. Die Verantwortung liegt bei Vakanz der zuständigen Vorstandsposition automatisch beim Vorstand/Präsidium/Präsidenten.

Aw: Vermarktung, \"Professinalisierung\", Aufmerksamkeit Geschrieben von Matthias Hase - 18.11.2011 11:09

auf dem drt wurde der vorschlag des ausgeschiedenen vize öa 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 prĤsidium/vorstand ļbergegangen sein, hat dieses/dieser ja bereits vor geraumer zeit diese aufgaben einer externen agentur übertragen (deshalb verzichtete der vize öa auch auf eine weitrarbeit), die sowohl die vermarktung als auch die A¶a und eventveranstaltung A¼bernimmt.

Aw: Vermarktung, Geschrieben von Christian DA½ncher - 18.11.2011 16:38

Werner Cromm schrieb:

Christian D¼ncher schrieb:

Sportswork hat einen Teil dieser Aufgaben Ľbernommen. Der Posten des VizeprĤsidenten Ä–ffentlichkeitsarbeit ist derzeit nicht besetzt. Hallo Christian, mir ist keine SatzungsÄnderung bekannt die diese Verantwortung an eine externe Agentur überträqt. 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 ýbernommen. Aus diesem Grund hatte ioh mich u.a. auch nicht zur Wiederwahl gestellt...

Aw: Vermarktung, \"Professinalisierung\", Aufmerksamkeit

Geschrieben von Matthias Hase - 18.11.2011 16:59

ist hier ein echo ...B)

Aw: Vermarktung, Geschrieben von Christian DA¼ncher - 18.11.2011 17:27
Matthias Hase schrieb: ist hier ein echoB)
Wie heiğt der Bürgermeister von Wesel?
Aw: Vermarktung, \"Professinalisierung\", Aufmerksamkeit Geschrieben von Matthias Hase - 18.11.2011 17:35
aktuell ist es eine bürgermeisterin. ihr name: Ulrike Westkamp
http://bit.ly/9qNAGW
konnte ich dir weiterhelfen? B)
Aw: Vermarktung, Geschrieben von Christian DA¼ncher - 18.11.2011 17:50
Matthias Hase schrieb: aktuell ist es eine bürgermeisterin. ihr name: Ulrike Westkamp
http://bit.ly/9qNAGW
konnte ich dir weiterhelfen? B)
Man lernt nie aus

TotalRugby Forum - TotalRugby FireBoard-Forum-Version: 1.0.4 Generiert: 3 November, 2025, 21:10