

Ressort: Finanzen

Frauenfußball: Allianz-Engagement laut Experten gutes Investment

Berlin, 10.04.2014, 16:37 Uhr

GDN - Das Namenssponsoring der Frauen-Bundesliga durch die Allianz ist nach Meinung von Sponsoringexperten ein gutes Investment und kluger Schachzug des Versicherungskonzerns. "Der First-Mover-Effekt sorgt für einen starken medialen Aufschlag und Gesprächsstoff in der Fanlandschaft, aber auch in der gesamten Sponsoringszene", sagte Sportsponsoringexperte Peter Rohlmann von der Agentur PR Marketing im Gespräch mit "Handelsblatt-Online".

"Im Gesamttat der Allianz ist das eine sehr übersichtliche Position, für das der Konzern aber relativ hohe Kommunikationswerte zurückerhalten wird." Diese Einschätzung vertritt auch Andreas Ullmann von der Beratungsgesellschaft Repucom. "Als Unternehmen muss man sich überlegen, wie man global potenzielle Kunden ansprechen kann, das geht gerade über Fußball sehr gut", meint er. Schließlich sei in den vergangenen Jahren die Faszination am Fußball weltweit weiter gestiegen. Das treffe auch auf Frauenfußball zu. Die Allianz und der DFB gaben heute bekannt, dass der Versicherungskonzern ab der Saison 2014/2015 für fünf Jahre das Namenssponsoring der Frauen-Bundesliga übernimmt sowie weitere Rechte wie das Sponsoring der Trikötärme aller Klubs erworben hat. Das Namenssponsoring für eine Liga ist ein Novum im deutschen Fußball. Rohlmann sieht im Engagement der Allianz auch ein kluges kleines Gegengewicht zum Einstieg beim FC Bayern vor wenigen Wochen. "Die Allianz unterstreicht damit: Wir kümmern uns nicht nur um die Herren aus der ersten Reihe. Sondern auch um die Frauen. Das ist gerade in Zeiten der Diskussion um Frauenquoten - was die Wirkung nach außen wie nach innen angeht - nicht zu unterschätzen. Sponsoring heißt heute nämlich nicht nur, die Kunden hinter sich zu bringen, sondern auch die Belegschaft." Die Allianz ist im Frauenfußball schon länger als Sponsor aktiv und dabei sehr eng mit dem DFB verbunden. Sie war nationaler Förderer der Frauen-WM 2011 in Deutschland und ist seitdem auch Hauptsponsor der Frauen-Nationalmannschaft. Erst vor wenigen Wochen war der DAX-Konzern beim FC Bayern München eingestiegen und hatte den Vertrag für die Namensrechte an der Allianz-Arena in München bis 2041 verlängert.

Bericht online:

<https://www.germindailynews.com/bericht-32940/frauenfussball-allianz-engagement-laut-experten-gutes-investment.html>

Redaktion und Verantwortlichkeit:

V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDStV:

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.

Editorial program service of General News Agency:

United Press Association, Inc.
3651 Lindell Road, Suite D168
Las Vegas, NV 89103, USA
(702) 943.0321 Local
(702) 943.0233 Facsimile
info@unitedpressassociation.org
info@gna24.com
www.gna24.com