VW unterstützt die BUNDESLIGA

Beitrag von „Sittingbull“ vom 17. August 2012 um 13:02

Wolfsburg, 16. August 2012 - Wenn morgen die ersten Spiele im DFB-Pokal der Saison 2012/2013 angepfiffen werden, präsentiert sich die Marke Volkswagen erstmals als offizieller Partner des traditionsreichen nationalen Wettbewerbs. Nur im Pokal treffen Top-Mannschaften der Bundesliga und Amateur-Vereine aufeinander – so begegnen sich bereits in der 1. Hauptrunde die Amateure des FC Oberneuland und der amtierenden Meister und Pokalsieger BVB Borussia Dortmund sowie der SSV Jahn Regensburg und Rekord-Pokalsieger FC Bayern München. Dies unterstreicht den besonderen Charakter des DFB-Pokals und gleichzeitig das breit gefächerte Engagement der Marke Volkswagen im Fußballsport. Denn in allen Leistungs- und Altersklassen gilt: Volkswagen. Partner des Fußballs.

Mit Beginn der neuen DFB-Pokal-Saison wird das Volkswagen Logo die Trikotärmel jeder Mannschaft bei allen 63 Pokalspielen zieren. Darüber hinaus bieten sich für die Marke Volkswagen in der langfristig angelegten Kooperation mit dem Deutschen Fußballbund zahlreiche Werberechte und vielfältige Präsentationsmöglichkeiten in den Stadien und im Umfeld der jeweiligen Begegnungen.

Als Partner von Vereinen der 1. Fußball-Bundesliga ist die Marke Volkswagen seit Jahren aktiv. Zu den langjährigen Engagements zählen das Haupt- und Trikotsponsoring beim VfL Wolfsburg, die Premium-Partnerschaft mit dem FC Schalke 04 sowie das Top-Sponsoring beim SV Werder Bremen. Zusätzlich engagiert sich die Marke beim Bundesliga-Aufsteiger SpVgg Greuther Fürth und beim FC Augsburg als Automobilpartner.

„Mit unseren unterschiedlichen Engagements unterstützen wir den Profifußball ebenso wie den Amateur- und Jugendfußball. Unsere Partnerschaft mit dem Deutschen Fußballbund im Rahmen des DFB-Pokals spiegelt die Breite unserer Aktivitäten hervorragend wider. Darüber hinaus freuen wir uns sehr, dass die Marke Volkswagen zum Start der neuen Saison allen Fans den ‚Fußball-Sonntag‘ auf SPORT1 präsentieren wird", erläutert Werner Eichhorn, Leiter Vertrieb und Marketing Deutschland Marke Volkswagen Pkw, die Ausrichtung des Volkswagen Engagements.

In der 2. Liga engagiert sich die Marke Volkswagen beim 1. FC Kaiserslautern, VfL Bochum, MSV Duisburg und bei Eintracht Braunschweig. Ebenso wie in Braunschweig werden insbesondere Vereine an den deutschen Volkswagen Standorten unterstützt. Zu den geförderten Fußball-Clubs zählen u.a. FSV Zwickau und KSV Hessen Kassel sowie BSV Kickers Emden.

Auch in der Frauen-Bundesliga ist die Marke Volkswagen am Ball: Beim deutschen Vize-Meister, den Frauen vom VfL Wolfsburg, wird das Volkswagen Logo in der neuen Saison bei allen Spielen der nationalen Wettbewerbe sowie der europäischen Champions-League auf dem Trikot der Wolfsburgerinnen zu sehen sein.

Zum breit angelegten Fußball-Engagement gehört auch der Breiten- und Jugendsport. 1999 wurde die Jugendturnierserie Volkswagen Junior Masters ins Leben gerufen – in Deutschland ist dies der größte Nachwuchswettbewerb für Jungen von 10 bis 12 und Mädchen von 12 bis 14 Jahren. In diesen Altersklassen werden jedes Jahr im gesamten Bundesgebiet die besten Mannschaften ermittelt. International werden alle zwei Jahre, parallel zu den Welt- und Europameisterschaften, die Volkswagen Junior World Masters ausgespielt. In diesem Jahr hatten Nachwuchsmannschaften aus 22 Ländern als jeweilige Landessieger die Einladung zum Weltfinale in Polen erhalten.

Ein weiteres Projekt im Nachwuchsbereich setzt Volkswagen zusammen mit dem Niedersächsischen Fußballverband (NFV) seit 2012 um. In der Initiative „Junior Coach" werden 14- bis 18-jährige Jungen und Mädchen von lizenzierten Trainern in einem Viertageslehrgang geschult, um anschließend erste Trainertätigkeiten in Vereinen oder Schulen übernehmen zu können. Einige hundert Jugendliche haben bereits im ersten Jahr von diesem Angebot Gebrauch gemacht.

Auch international tragen hochklassige Teams das Logo der Marke Volkswagen auf ihren Trikots. Dazu zählen DC United (Washington, USA), Puebla FC (Puebla, Mexiko) und Moroka Swallows (Johannesburg, Südafrika). Durch Sponsoring-Partnerschaften mit den nationalen Fußballverbänden von Brasilien, Argentinien, Russland, den Niederlanden sowie den Vereinigten Arabischen Emiraten unterstützt die Marke Volkswagen zudem einige der weltbesten Nationalmannschaften.

Abgerundet wird der Auftritt der Marke Volkswagen als „Partner des Fußballs" durch unterschiedliche Medienkooperationen. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Partnerschaft mit dem TV-Sender SPORT1. Diese umfasst sowohl das Titelsponsoring für den Fußballtalk „Der Volkswagen Doppelpass" als auch die Einbindung der Marke als Sponsor der Rubrik „Pokalfieber" im täglichen News-Format „Bundesliga Aktuell".

Der gesamte Fernsehsonntag wird bei SPORT1 demnächst im Zeichen von Volkswagen stehen, denn es gibt zusätzlich ein Co-Presenting der Formate „Bundesliga Pur" und „Bundesliga – Der Spieltag" sowie klassische Spots im Umfeld weiterer Fußball-Sendungen.

Eine langjährige Verbindung existiert darüber hinaus zum ZDF, in dem Volkswagen „Das aktuelle Sport-Studio" präsentiert und zuletzt als Partner des Senders am „ZDF-Fußballstrand" während der Europa-meisterschaft aktiv war. Auch mit dem Fußballmagazin „11 Freunde" gibt es eine Vielzahl von Kooperationen, die darauf angelegt sind, Vereine und Profis mit ihren Fans zusammenzubringen.