VW unterstützt die BUNDESLIGA

Beitrag von „Sittingbull“ vom 21. März 2016 um 13:13

Wolfsburg, den 21. März 2016 - Volkswagen bleibt „Offizieller Partner des DFB-Pokals". Die Automarke hat den Sponsoringvertrag mit dem Deutschen Fußball-Bund (DFB) um sechs Jahre bis zum 30. Juni 2022 verlängert. „Unser Engagement beim DFB-Pokal ist eine große Erfolgsgeschichte und diese wird jetzt fortgeschrieben! Nirgendwo sonst können wir besser und breiter darstellen, was unsere Leidenschaft für den Fußball ausmacht", sagt Thomas Zahn, Leiter Vertrieb und Marketing Deutschland Volkswagen Pkw.

Seit 2012 besteht die Verbindung zwischen Europas größtem Autobauer und dem traditionsreichen Wettbewerb. Wie kein zweiter bildet dieser das gesamte Spektrum des Volkssports Nummer eins ab: von den Amateuren bis zu den Profis, und das bei Männern wie Frauen. „‚Volkswagen. Partner des Fußballs.‘ ist das Motto, unter dem wir alle unsere Aktivitäten im Fußball bündeln. Diese sind sehr vielfältig und berühren sämtliche Bereiche der Sportart. Der DFB-Pokal nimmt dabei eine besondere Rolle ein, weil dieses Motto hier besonders intensiv und authentisch gelebt wird", erklärt Zahn und betont: „Fußball ist und bleibt eine wichtige Säule unserer Sponsoring-Strategie."

Auch Peter Frymuth, für den DFB-Pokal zuständiger DFB-Vizepräsident, freut sich, dass Volkswagen den spannenden Wettbewerb weiterhin unterstützt: „Volkswagen hat sich seit dem Einstieg vor vier Jahren auch als inhaltlich sehr kreativer und aktiver Partner gezeigt, dem der besondere sportliche Reiz des DFB-Pokals am Herzen liegt. Deshalb ist es nur folgerichtig, dass wir diese erfolgreiche Partnerschaft fortsetzen."

Sichtbarstes Zeichen der Partnerschaft zwischen Volkswagen und dem DFB-Pokal ist das Unternehmenslogo auf den Trikotärmeln aller teilnehmenden Mannschaften von der ersten Runde bis zum Finale. Aber auch bei der Einführung neuer Fahrzeugmodelle ist der nationale Wettbewerb eine Plattform, die der Automarke unter anderem über Bandenwerbung hohe Aufmerksamkeit garantiert. Darüber hinaus werden die digitalen Möglichkeiten der Kommunikation umfangreich eingesetzt.

Volkwagen nutzt den DFB-Pokal aber nicht nur werblich. Zahlreiche gemeinsame Aktionen mit dem Deutschen Fußball-Bund haben die Fußballfans von Hamburg bis München begeistert. So wurde am Olympiastadion Berlin der „DFB-Pokal Walk of Fame" errichtet, auf dem per Fan-Wahl die historischen und aktuellen Helden des Wettbewerbs mit ihren Fuß- oder Handabdrücken verewigt werden. Derzeit sind dort 17 illustre Namen aus der Pokalgeschichte zu finden: Stars wie Günter Netzer, Oliver Kahn, Klaus Allofs, Arjen Robben und zuletzt Kevin De Bruyne befinden sich darunter, aber auch Amateure wie Rudi Thömmes (Eintracht Trier) oder Roland Stein (TSV Vestenbergsgreuth), die mit ihren Toren für Pokalsensationen sorgten.

Jedoch nicht nur beim Helden-Voting werden die Fußballfans einbezogen, sondern auch bei der interaktiven Fanbande, über die zum Beispiel Botschaften an die Finalteilnehmer live ins Olympiastadion gesendet werden konnten. Dafür gewann Volkswagen 2015 sogar den „Deutschen Mediapreis". Und um regelmäßig über alle Themen rund um den DFB-Pokal zu informieren, wurde zusammen mit dem TV-Sender Sport1 die Sendung „Volkswagen Pokalfieber" ins Leben gerufen, zu der es auch eine Web-Show gibt.

Ein weiterer wichtiger Aspekt: Der DFB-Pokal ermöglicht aufgrund seiner vielen unterschiedlichen Spielorte die deutschlandweite Einbindung von Volkswagen Händlern: sei es beim Ticketing oder der Autoausstellung vor Ort, sei es bei PR-Aktionen wie der „DFB-Pokal Trophy Tour", bei der der markante Goldpokal in verschiedenen Autohäusern zu sehen war. Thomas Zahn: „Wir werden auch in Zukunft mit vielen Ideen dafür sorgen, dass die Partnerschaft zwischen dem DFB-Pokal und Volkswagen eine sehr lebendige ist!"