



PROMINENTE PARTNER

Am 13. und 14. Februar 2012 findet der nächste SpoBiS in Düsseldorf statt. Die Vorbereitungen laufen auf Hochtouren, die Partner stehen fest und das Programm verspricht wieder viele Highlights sowie hochkarätige Referenten.

AUTOREN: PHILIPP KLOTZ UND SABINE KLÜNER

Der SpoBiS ist der Branchenevent des Jahres. Hier treffen sich einmal jährlich rund 1500 Entscheider aus dem Sportbusiness, um über die neuesten Trends der Branche zu diskutieren. Den Stellenwert des SpoBiS kann man auch an der Zahl der akkreditierten Journalisten ablesen. Über 100 Pressevertreter berichteten 2011 über Europas größten Sportbusiness-Kongress. Über 90 Millionen Medienkontakte waren die Folge.

Da im Zuge der Verlegung des SpoBiS von München nach Düsseldorf in diesem Jahr bereits viele planerische Optimierungen stattgefunden haben, sind für 2012 kaum Veränderungen geplant.

FIFA, DFL & Co. als neue Partner

Die dadurch frei gewordenen Ressourcen nutzten die SpoBiS-Veranstalter sehr erfolgreich für die Akquise neuer Partner. So konnten unter anderem FIFA, ARD und ZDF, die Deutsche Fußball Liga und die Initiative Profisport Deutschland als Partner gewonnen werden. Mit Ufa Sports hat sich ein weiterer neuer Partner das letzte noch offene Premium-Partner-Paket gesichert (siehe auch nebenstehendes Interview). Somit bleibt Unternehmen, die den SpoBiS als Kommunikationsplattform nutzen wollen, nur noch die Möglichkeit, einen der wenigen verfügbaren Ausstellerstände zu buchen oder das Presenting zu übernehmen.

Prominente Referentenzusagen

Das alles bestimmende Thema beim SpoBiS 2012 dürfte die Vergabe der DFL-Medienrechte ab der Saison 2013/14 werden. Im April 2012, so die Planungen, soll die Rechtevergabe erfolgen. Umso mehr freut es die Veranstalter, dass der Vorsitzende der DFL-Geschäftsführung, Christian Seifert, frühzeitig seine Teilnahme zugesagt hat. Weitere Top-Speaker, die bereits jetzt ihr Kommen zugesichert haben, sind unter anderem Alfons Hörmann, Präsident des Deutschen Ski-Verbandes, Clemens Prokop, Präsident des Deutschen Leichtathletik Verbandes, und Anders-Sundt Jensen, Leiter Brand Communications Mercedes Benz Cars. ■



TOP-REFERENTEN: Anders-Sundt Jensen (Mercedes Benz Cars), Christian Seifert (DFL), Alfons Hörmann (DSV), Clemens Prokop (DLV).

„DER NÄCHSTE ENTWICKLUNGSSPRUNG“

Im SPONSOR^S-Interview spricht Robert Müller von Vultejus, Managing Director Ufa Sports, über tragfähige Zukunftsmodelle der Sportrechtevermarktung, das neue Tochterunternehmen Apareo und die Entwicklung des SpoBiS als Branchentreffpunkt.

DAS INTERVIEW FÜHRTEN: PHILIPP KLOTZ UND SABINE KLÜNER

SPONSOR^S: Herr Müller von Vultejus, Ufa Sports wird zum Softwarehouse. Oder was hat es mit der Gründung der Unternehmenstochter Apareo auf sich?

MÜLLER VON VULTEJUS: Wir waren immer auf der Suche nach neuen, zukunftsfähigen Geschäftsmodellen. Im Rahmen dessen sind wir auf den Internetunternehmer Maximilian Kuss gestoßen, der mit der European Media Holding eine der am schnellsten wachsenden privaten Mediengruppen in Deutschland leitet. Dieses Geschäftsmodell wollen wir mit Apareo nun gemeinsam auf den Sport übertragen.

SPONSOR^S: Welchen Zusatznutzen können Sie Clubs versprechen?

MÜLLER VON VULTEJUS: Die Web-Infrastruktur vieler Vereine und Verbände wurde in den letzten Jahren stückweise zusammengeflückt. Man findet kaum eine aufeinander abgestimmte Systemlandschaft, in der Kundendaten für monetäre Zwecke genutzt werden können.

SPONSOR^S: Was meinen Sie konkret mit „monetäre Zwecke“?

MÜLLER VON VULTEJUS: Bei vielen Clubs gibt es bisher im CRM-Bereich nur Insellösungen. Die Daten werden aus unterschiedlichen Quellen wie dem Ticketing oder einem Shopsystem generiert, oft über Drittanbieter. Damit kann man nur schwer eine individuelle Angebotsstruktur für Fans und Sponsoren erstellen. Wir bieten jetzt modulare Systemlösungen, die Ticketing, CRM, Community und andere transaktionsfähige Angebote enthalten. Ziel ist es, aus der anonymen Masse die Zahl der „bekannteren“ Fans zu erweitern und diese zu zahlenden Kunden zu machen.

SPONSOR^S: Was versprechen Sie sich von Apareo: eine nette Ergänzung im Gesamtportfolio oder den großen Wurf?

MÜLLER VON VULTEJUS: Im Fußball hat es in den letzten Jahren immer Impulse von außen gegeben, die zu großen Erlössprüngen geführt haben. Der letzte Sprung ergab sich durch die neue Stadiongeneration mit völlig neuen Produkten wie Hospitality oder

Business-Seats. Der nächste große Entwicklungssprung wird darin bestehen, die Emotionalität des Fußballumfeldes zu nutzen, auch virtuell. Durch unsere Systeme geben wir den Clubs die Möglichkeit, ihre Fans individueller zu bedienen und damit stärker zu monetarisieren. So gesehen ist Apareo für uns und das gesamte Sportbusiness schon ein großer Wurf.



MÜLLER VON VULTEJUS: „Großer Wurf.“

SPONSOR^S: Gibt es schon Abschlüsse?

MÜLLER VON VULTEJUS: Wir haben mit Bayer 04 Leverkusen einen tollen Pilotverein gefunden und werden dort bis Ende des Jahres das System implementieren. In Kürze werden weitere Vereine dazukommen.

SPONSOR^S: Ufa Sports hat sich das letzte verfügbare Premium-Partner-Paket beim SpoBiS gesichert. Mit welchem Ziel?

MÜLLER VON VULTEJUS: Es geht uns darum, das Geschäftsmodell von Apareo bekannt zu machen. Der SpoBiS bietet dafür eine hervorragende Bühne. Hier treffen sich einmal im Jahr alle Entscheider des Sportbusiness in Deutschland und dem angrenzenden Ausland. Als wir hörten, dass noch ein Premium-Partner-Paket vakant war, haben wir schnell gehandelt. Das durften wir uns nicht entgehen lassen.

SPONSOR^S: Seit 2008 ist Ufa Sports wieder am Markt. Ein Zwischenfazit?

MÜLLER VON VULTEJUS: Das Marktumfeld ist sehr kompetitiv, die Sportlandschaft ist anspruchsvoller geworden. Wir haben uns darauf eingestellt und unsere Geschäftsmodelle weiterentwickelt. Wir sind zu sechst gestartet und haben mittlerweile circa 60 Mitarbeiter in neun Büros weltweit. Wir sind schon ein bisschen stolz, dennoch müssen wir uns jeden Tag neu beweisen bei dieser Konkurrenz. Sportvermarktung ist längst kein Pioniergeschäft mehr, der Markt wird und muss sich in den nächsten Jahren eher konsolidieren, damit die verbleibenden Unternehmen weiter erfolgreich sind.

SPONSOR^S: Ufa Sports ist mit dem Anspruch angetreten, einen neuen Vermarktungsansatz zu praktizieren, und versteht sich als Berater. Nach Abschlüssen mit dem FC St. Pauli, Union Berlin oder Alemannia Aachen unkten viele, dass das nicht mehr als eine PR-Strategie gewesen sei. Die üblichen Neider – oder ist der Plan nicht aufgegangen?

MÜLLER VON VULTEJUS: Da sind wir missverstanden worden. Wir sind unserem Ansatz von Anfang an treu geblieben, und Beratung war immer nur eine Komponente in unserem Dienstleistungsmix. Unsere Partner bleiben in der Regel Rechthehalter, treffen immer die letzte Entscheidung über Abschlüsse und unterschreiben selbst die Verträge. Das unterscheidet uns von früheren Vermarktungsmandaten und findet bei uns Anwendung sowohl im TV-Rechtehandel, bei der Hospitality-Vermarktung für die FIFA WM 2014, und auch bei Vermarktungskoperationen mit deutschen Vereinen.

SPONSOR^S: Herr Müller von Vultejus, vielen Dank für das Gespräch. ■

SERVICE

Auf der offiziellen Homepage www.spobis.de finden Sie alle weiteren Informationen zu Europas größtem Sportbusiness-Kongress. Neben Neuigkeiten zum Event finden Sie dort Informationen zum Programm, und in der Mediathek stehen Bilder und Videos der vergangenen Kongresse zur Verfügung.