



# **STADIEN UND ARENEN**

## **DAS AUSHÄNGESCHILD FÜR CLUB – REGION – MARKE**

# IM AUFSCHWUNG: STADIEN UND ARENEN ALS KOMMUNIKATIONSPLATTFORM

## HOHE VERBREITUNG VON NAMING RIGHTS IN DEN EUROPÄISCHEN TOP-MÄRKTEN

Immer mehr Unternehmen wollen Stadien oder Arenen als effiziente Kommunikationsplattform nutzen, um ihre Zielgruppen zu erreichen – direkt vor Ort sowie durch Übertragungen und Berichte in den Medien. Durch eine professionelle Vermarktung der Stadien und Arenen eröffnen sich den Betreibern ganz neue Einnahmequellen.

Ein besonders wirksames Tool ist das Naming-Right-Sponsoring.

In den USA wird dieses Konzept seit langem erfolgreich umgesetzt.

- 72 % der insgesamt 122 Teams in den Profiligen spielen in Arenen mit Naming Rights
- Durchschnittliche Einnahmen der Clubs, resultierend aus Naming Rights: 2,5 Mio. Euro
- Durchschnittliche Vertragsdauer: 19 Jahre

Auch in Europa setzt sich das Naming-Right-Sponsoring immer mehr durch. Als „first mover“ besteht hier sowohl für Betreiber, als auch für Sponsoren die Chance eines Wettbewerbsvorteils.

## AUSGEWÄHLTE BEISPIELE VON NAMING RIGHTS IN EUROPA

### England

Emirates Stadium

### Deutschland

Allianz Arena

### Niederlande

Philips Stadion

### Schweiz

Postfinance Arena

### Spanien

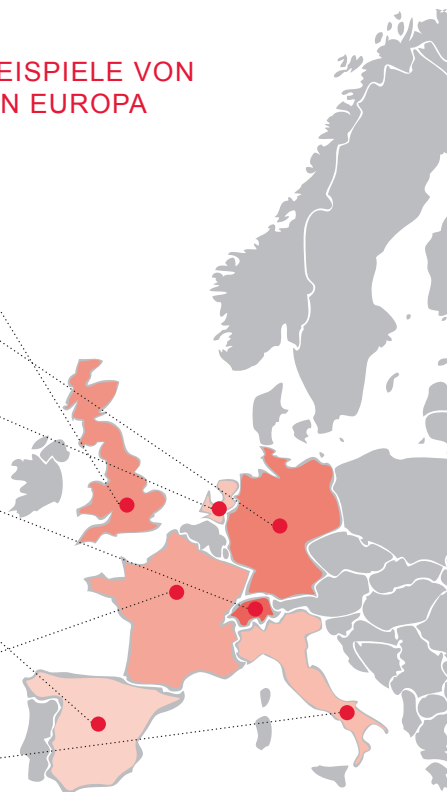
Reyno de Navarra

### Frankreich

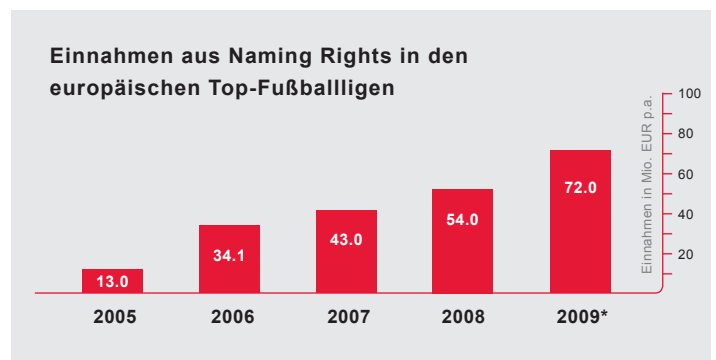
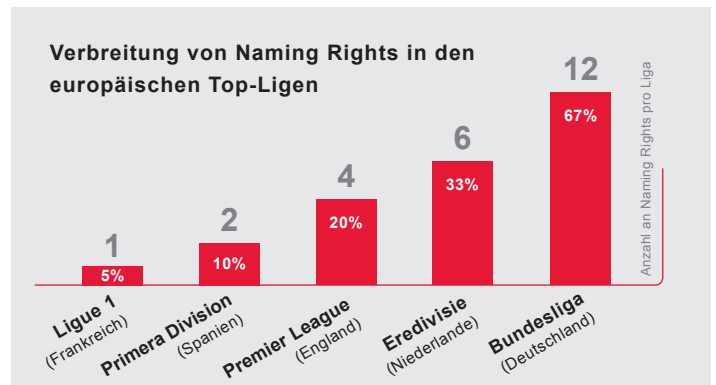
MMArena

### Italien

PalaLottomatica



Über 40 neue Stadionprojekte mit einem kumulierten Investitionsvolumen von über 6 Mrd. EUR sind bis 2012 in Europa geplant.



# AUF ALLEN EBENEN GUT BERATEN

## VON DER PLANUNG BIS ZUR VERMARKTUNG

Clubs und Regionen ohne moderne Stadioninfrastruktur werden zukünftig in diese investieren müssen, um Wettbewerbsnachteile auszugleichen. Der Fokus der neuen Stadiengeneration liegt dabei auf Funktionalität, Komfort und Vermarktung, da immer weniger Finanzierungsbeiträge durch die öffentliche Hand erfolgen.

Stadien und Arenen eröffnen Sponsoren heute vielfältige Möglichkeiten, ihre Marke, Produkte und Leistungen zu präsentieren. Die Betreiber wiederum können sich durch eine optimale Vermarktung stetige und zusätzliche Einnahmen sichern.

Beide Seiten erwarten viel von einer Zusammenarbeit. Damit die Ziele erreicht werden können, ist in jeder Projektphase eine Beratung auf Basis valider Marktdaten sinnvoll. SPORT+MARKT unterstützt Sie bei der optimalen Planung, Nutzung und Vermarktung von Stadien und Arenen.

## UNSER SERVICE FÜR CLUBS, REGIONEN UND SPONSOREN



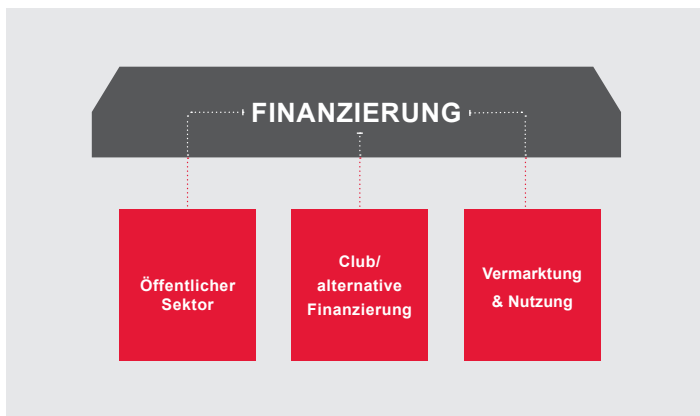
## ERGEBNISSE UNSERER BERATUNG



# ALS BETREIBER DAS VOLLE POTENZIAL AUSSCHÖPFEN

## FINANZIERUNG

Bei der Finanzierung moderner Stadien ermöglichen die gestiegene Marktattraktivität und der wachsende Bedarf dem Betreiber die Zusammenarbeit mit neuen Finanzpartnern.



Mit einer potenzialorientierten Stadionplanung unterstützt Sie SPORT+MARKT vor allem im Bereich Vermarktung & Nutzung.

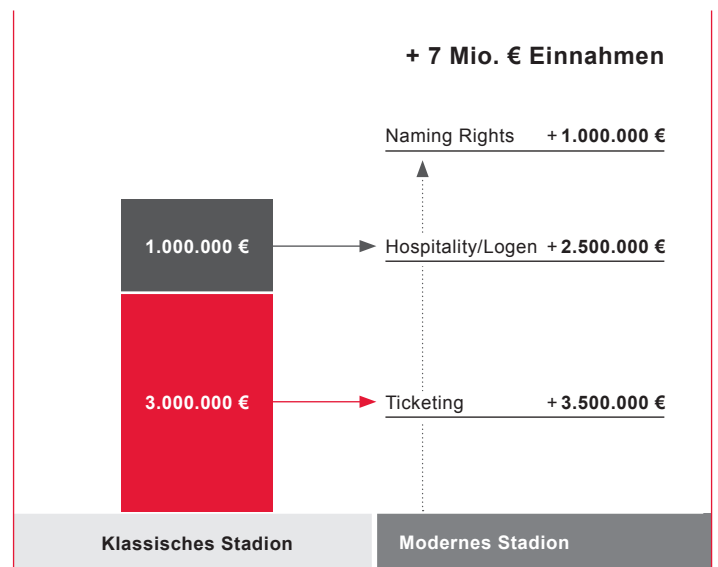
## POTENZIALORIENTIERTE STADIONPLANUNG



Ob es um die primäre Nutzung als Sportstadion mit festen Sponsoren, um sekundäre Nutzung z.B. für Konzerte, Messen und andere Events oder die komplementäre Nutzung z.B. durch angeschlossene Hotels, Restaurants und Shops geht: SPORT+MARKT ist der Partner für eine marktgerechte Bewertung und Kommerzialisierung aller stadionegeborener Rechte.

## GESCHÄTZTE EINNAHMESTEIGERUNG

Finanzierung und Management von modernen Stadien und Arenen sind komplexe Aufgaben mit Herausforderungen auf verschiedenen Ebenen. Die stetige Verbesserung der Stadioninfrastruktur führt zu signifikanten Erlössteigerungen insbesondere bei stadioneborenen Rechten. Wir helfen Ihnen dabei, Potenziale zu erkennen und auszuschöpfen.



Schätzung für ein Stadion mittlerer Größe.

# DER NEUE NAME ALS ERFOLG FÜR ALLE SEITEN

## AKTIVIERUNG IHRER PARTNERSCHAFT UND IHRER RECHTE

Um ein neues Naming Right in der Öffentlichkeit zu etablieren, muss in der Planungs- und Umsetzungsphase vieles beachtet und richtig umgesetzt werden. Neue Zielgruppen müssen hinzugewonnen werden, Fans dürfen nicht vergault werden. Nur durch Akzeptanz des neuen Namens bei Medien und Fans kann der Namensgeber seine Kommunikationsziele erreichen.

SPORT+MARKT begleitet Betreiber und Sponsoren auf dem gemeinsamen Weg zum Erfolg innerhalb der Zielgruppen – bei der Planung ebenso wie bei der praktischen Umsetzung. Positiv- und Negativbeispiele aus 20 Jahren Erfahrung dienen als Benchmark für Ihren Erfolg.

Von der Potenzialanalyse über die Namensgebung und Identifikation eines angemessenen Preises bis hin zur Aktivierung der Zielgruppen: SPORT+MARKT sorgt dafür, dass Betreiber und Sponsoren jederzeit voneinander profitieren.

## WIR ZEIGEN IHNEN DIE ERFOLGSKRITERIEN UND BENCHMARKS

1.	Potenzialanalyse
2.	Infrastruktur
3.	Branding
4.	Werbemittelanalyse
5.	Preisfindung
6.	Kommunikationsmaßnahmen
7.	Individuelle Einbindung der Sponsoren
8.	Aktivierung

## BEISPIELE ERFOLGREICHER NAMING RIGHTS



# DER PARTNER FÜR IHREN ERFOLG

## SPORT ↔ MARKT

Als eines der führenden Forschungs- und Beratungsunternehmen im internationalen Sportbusiness analysiert SPORT+MARKT seit über 20 Jahren die Entwicklungen und Trends im Sponsoring- und Werbemarkt. Neben der Kompetenz im Bereich Beratung, Markt- und Mediaforschung steht den Kunden eine der weltweit größten Datenbanken für Sport, Sponsoring und Kommunikation zur Verfügung.

Als unabhängiger Experte und Berater haben wir eine Reihe innovativer Services für Betreiber, Clubs, Vermarkter und den öffentlichen Sektor entwickelt, so z.B. Modelle für Potenzialanalysen, Naming-Right-Bewertung oder Finanzierungsfragen.

Zu unseren Kunden in diesem Bereich zählen u. a. Allianz Arena, Postfinance Arena, Lanxess Arena, Euroborg Groningen, Stadio Olimpico Rome, Ado den Haag, Stadio delle Alpi Turin, Juventus FC, Liverpool FC, Feyenoord Rotterdam, FC Bayern München, LOSC Lille Metropole, SPORTFIVE, Anschutz Entertainment Group sowie verschiedene Akteure aus dem öffentlichen Sektor.

### KEY FACTS STADIEN UND ARENEN

- Mittelfristig sind Stadien ohne moderne Infrastruktur nicht wettbewerbsfähig
- Unsachgemäße Planung erhöht die Baukosten und reduziert die Vermarktungsmöglichkeiten
- Hospitality-Bereiche sind zurzeit das wichtigste Refinanzierungsmittel
- Eine weitere Quelle der Refinanzierung ist die professionelle Vermarktung von Naming Rights
- Die Wünsche der Sponsoren und Fans sind grundlegende Erfolgsfaktoren



**SPORT+MARKT AG** | Luxemburger Str. 299 | 50939 Köln  
Tel.: +49 (0) 221 - 430 73 0 | Fax: +49 (0) 221 - 430 73 111  
info@sportundmarkt.com | [www.sportundmarkt.com](http://www.sportundmarkt.com)

BARCELONA ■ COLOGNE ■ HILVERSUM ■ LONDON ■ MADRID ■ MILAN ■ PARIS ■ SINGAPORE