

Volkswagen ist Partner des DFB-Pokals

Volkswagen präsentiert sich im DFB-Pokal der Saison 2012/2013 erstmals als offizieller Partner des traditionsreichen nationalen Wettbewerbs. Das VW-Logo wird die Trikotärmel jeder Mannschaft bei allen 63 Pokalspielen zieren. Darüber hinaus bieten sich für die Marke 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 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.

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

Auch in der Frauen-Bundesliga ist Volkswagen am Ball: Beim deutschen Vize-Meister, den Frauen vom VfL Wolfsburg, wird das Marken-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 zudem einige der weltbesten Nationalmannschaften.

Außerdem ist Volkswagen als „Partner des Fußballs“ einige Medienkooperationen eingegangen. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Partnerschaft mit dem TV-Sender Sport 1. Eine langjährige Verbindung existiert darüber hinaus zum ZDF, in dem Volkswagen „Das aktuelle Sport-Studio“ präsentiert. (ampnet/jri)

Bilder zum Artikel:



Volkswagen Logo.