



Alpine Ski WM 2011 und 2013 TRIDEM MIT MILLIONEN-DEALS

Audi wird bei den Alpinen Ski-Weltmeisterschaften 2011 in Garmisch-Partenkirchen und 2013 in Schladming als Presenting-Sponsor werben. Nach SPONSOR⁵-Informationen lag der Listenpreis für eine WM bei 4,5 Millionen Euro. Da sich der Automobilkonzern das Presenter-Paket für beide Weltmeisterschaften gesichert hat, dürfte der tatsächlich für eine WM bezahlte Preis niedriger liegen. Zudem hat der Vermarkter Tridem Sports Verträge mit drei weiteren Sponsoren abgeschlossen. Unter anderem sicherte sich der finnische Sportartikler Halti für knapp zwei Millionen Euro das Torflaggenpaket bei beiden Events. Dritter neuer Partner ist Milka. Der

Süßwarenhersteller hat einen Vertrag für Garmisch unterschrieben und soll für rund 1,7 Millionen Euro ein Startnummernpaket (Slalom Herren und Super-G Damen) gekauft haben. Auch für Schladming soll sich Milka dieses Paket bereits gesichert haben. Vierter Partner ist der Schweizer Uhrenhersteller Hublot, der für beide Alpinen Weltmeisterschaften sowie für die Nordischen Weltmeisterschaften in Oslo 2011 und Val di Fiemme 2013 das offizielle Timingpaket erworben hat. Zudem wird Hublot bei den Alpinen WM-Rennen auf den Startnummern der Super Kombination zu sehen sein. Das Gesamtpaket soll rund 1,5 Millionen Euro kosten.

Olympische Spiele

IOC ERZIelt NEUE REKORDEINNAHMEN

Das Internationale Olympische Komitee (IOC) hat in der vergangenen Periode einen neuen Umsatzrekord erzielt. Durch die Winterspiele 2006 in Turin und die Spiele 2008 in Peking nahm das IOC zusammen 5,45 Milliarden Dollar (rund 3,8 Milliarden Euro) ein. Das ist rund ein Viertel mehr als in der Vierjahresperiode zuvor, als die Organisatoren mit den Spielen in Salt Lake City 2002 und Athen 2004 insgesamt 4,19 Milliarden Dollar (etwa 2,93 Milliarden Euro) umsetzten. Damit stiegen auch die

Rücklagen des IOC auf 455 Millionen Dollar (etwa 318 Millionen Euro). Die Einnahmen des IOC teilen sich wie folgt auf: 53 Prozent erzielte das IOC durch die Vermarktung der TV-Rechte, 34 Prozent durch Sponsoring, durch Ticketverkauf 11 Prozent und durch Lizenzgeschäfte 2 Prozent. Von den Gesamteinnahmen behält das IOC zehn Prozent für sich, der Rest geht an die nationalen ausrichtenden Komitees (OCOG) sowie die 35 internationalen Sportverbände und 205 Nationalen Olympischen Komitees.

Formel 1

HENKEL UND BRAUN GP EINIGEN SICH

Mercedes GP, Nachfolgeteam von Brawn GP, hat in einer Pressemitteilung erklärt, dass „die Differenzen zwischen Brawn GP und Henkel im Zusammenhang mit einem Formel-1-Sponsoring ausgeräumt werden“ konnten. Damit findet das Verfahren vor dem Landgericht Düsseldorf ein jähes Ende. „Es wird auf mögliche gegenseitige Ansprüche verzichtet“, so der Stuttgarter Konzern. Vorausgegangen war ein Rechtsstreit um einen Sponsoring-Deal mit Brawn GP im Wert von angeblich 90 Millionen Euro, der von einem ehemaligen Henkel-Manager ohne Wissen des Konzernvorstands geschlossen worden sein soll.

Olympia-Bewerbung

MÜNCHEN 2018 VOR NEUEN ABSCHLÜSSEN

Die beiden Konzerne Allianz und Siemens sollen unmittelbar vor einem Einstieg als Förderer der Olympia-Bewerbungsgesellschaft München 2018 stehen. Die beiden Unternehmen wären neben BMW, der Spar-



MÜNCHEN 2018: Frische Sponsoren-Millionen?

kassen-Finanzgruppe, dem Münchner Flughafen (je knapp drei Millionen Euro) und Adidas (rund fünf Millionen Euro) „Nationale Förderer“ Nummer fünf und sechs der Bewerbungsgesellschaft. Mit den frischen Sponsoren-Millionen sind etwa zwei Drittel des Bewerbungsbudgets gedeckt.

Segeln

AUDI ERSETZT BMW BEI KIELER WOCHE

KIELER WOCHE: Audi der lachende Dritte.

Aufforderung keinerlei Reaktion aus Kiel“, dies sei „sehr befremdlich“, begründet BMW. Das sehen die Kieler Organisatoren anders: „BMW hätte bereits vor Beginn der Kieler Woche 2009 die Möglichkeit gehabt, seinen Sponsorenvertrag auf drei Jahre zu verlängern.“

Tourenwagen-WM

SERIENMEISTER SEAT VERLÄSST WTCC

Der Automobilkonzern Seat hat sein Werksengagement in der Tourenwagen-Weltmeisterschaft (WTCC) beendet. In Zukunft will der spanische Autobauer verstärkt auf die eigenen Markenpokale setzen, wie den Seat Leon Supercopa. In der WTCC sollen hingegen nur noch Privatfahrer mit der nötigen Technik unterstützt werden.

Golfsport

WOODS VERLIERT WEITERE SPONSOREN

Die beiden US-amerikanischen Konzerne General Motors und AT&T haben ihre Werbeverträge mit Golfprofi Tiger Woods beendet. Woods hatte wegen seiner angeblichen Sexaffären bereits mehrere Sponsoren verloren. Unter anderem Gillette, Accenture und Pepsi. Hingegen bleiben EA Sports und Nike dem Golfer erhalten.

Formel 1

PETRONAS TITELSPONSOR VON MERCEDES GP

Der malaysische Mineralölkonzern Petronas tritt ab diesem Jahr als Haupt- und Titelsponsor des neuen Formel-1-Rennstalls Mercedes GP auf. Damit wird der vom Stuttgarter Autobauer gekaufte Brawn-GP-Rennstall 2010 unter den Namen „Mercedes GP Petronas Formel-1-Team“ an den Start gehen. Im Zuge der Vereinbarung darf Petronas mit seinem Logo unter anderem auf den Front- und Heckflügeln der Rennbolide sowie der Teamkleidung werben. Medienberichten zufolge soll sich Petronas das Engagement über eine Vertragslaufzeit von fünf Jahren insgesamt 250 Millionen Euro kosten lassen. Der malaysische Mineralöl-Riese ist kein Unbekannter in der Formel 1. Petronas ist aktuell Titelsponsor des



SILBERPFEIL-SPONSOR: Petronas' Rückzug vom Rückzug.

Grand Prix von Malaysia und trat zudem als Partner des Formel-1-Teams Sauber auf. Überraschend erscheint die Vereinbarung mit Mercedes dennoch. Petronas-Präsident Tan Sri Dato Sri Mohd Hassan Marican hatte jüngst erklärt, sich 2010 nicht mehr in der Formel 1 engagieren zu wollen: „Für das nächste Jahr haben wir kein Team. Der einzige Grund für uns, wieder in die Formel 1 zurückzukehren, wäre ein Abkommen über Schmiermittel.“

AGENTUR TICKER**Infront verlängert mit rumänischen Fußballern**

Der neue Vertrag zwischen Infront und dem rumänischen Fußballverband läuft bis 2013. Infront wird sowohl die Medien- als auch die Werberechte aller Qualifikationsspiele für die UEFA EURO 2012 und der FIFA WM 2014 vermarkten.

Ufa Sports vermarktet Felix Sturm

Die Hamburger Agentur hält ab sofort sowohl die Medien- als auch die Werberechte des Boxers. Der Vermarktungsvertrag ist zunächst auf zehn Kämpfe angelegt. Medienberichten zufolge soll der Kontrakt einen Wert von 20 Millionen Euro haben. Ufa Sports wollte diese Zahl nicht bestätigen.

Havas sichert sich Etat von Annecy

Havas Sports & Entertainment betreut künftig die Bewerbung der französischen Stadt um die Ausrichtung der Olympischen Winterspiele 2018. Die Agentur setzte sich in einem 14-monatigen Pitch um den Marketing-Etat durch.

Kentaro vermarktet weiter schwedischen Fußball

Die Schweizer Agentur wird für weitere fünf Jahre die TV-Vermarktung des schwedischen Fußballverbandes und der schwedischen Fußballligen der Männer und Frauen verantworten. Der Vertrag läuft von 2011 bis 2015.

Pleon und Marqueur schließen Allianz

Die beiden Agenturen Pleon Event + Sponsoring und Marqueur haben im Bereich Event eine strategische Partnerschaft vereinbart. Die Eigenständigkeit der Agenturen soll dadurch nicht beeinflusst werden.

FIS Marketing AG mit ersten Aufträgen

Die neu gegründete FIS-Tochter vermarktet für vier Jahre, bis zur Saison 2014/15, die Weltcup-übergreifenden Werberechte des FIS Weltcup Langlauf (Titel-, Presenting-, Data- und Timing-sponsor). Außerdem neu im Portfolio: die Werbevermarktung der Skiflug-Weltmeisterschaft 2012 im norwegischen Vikersund sowie das Data-Paket des Alpinen Ski-Weltcups.

Sportfive neuer VIP-Vermarkter in Garmisch

Die Hamburger Sportrechteagentur vermarktet und erstellt ab sofort die Hospitality-Pakete beim Ski-Alpin-Weltcup-Finale 2010 in Garmisch-Partenkirchen. Die Paketpreise liegen zwischen 195 Euro (Mittwoch bis Freitag) und 995 Euro für ein Wochenpaket.