

[Startseite](#) › [Sport](#) › [Amateurfußball](#) › [Landkreis München](#)

„Haben viele Sponsoren verloren“: Amateurklubs machen sich nach Corona Sorgen um die Zukunft

Erstellt: 31.03.2023 Aktualisiert: 31.03.2023, 11:42 Uhr

Von: [Robin Hieke](#)

Kommentare



Große Enttäuschung: Wenn sich der Sponsor vom Verein zurückzieht. © IMAGO/Sven Leifer

Immer mehr Unternehmen beenden ihr Engagement im Amateurbereich, um stattdessen in größere Vereine zu investieren. Eine Entwicklung, die Angst macht.

München – Es ist ein offenes Geheimnis, dass es Unternehmen vorziehen, in größere Vereine zu investieren als in Amateurvereine. Doch woran liegt das? „Sponsoring-Investitionen sind immer unmittelbar mit der Medienpräsenz, vor allem Fernsehpräsenz gekoppelt. Wenn die Berichterstattung im Fernsehen nicht stattfindet, was bei vielen Amateurvereinen der Fall ist, sinkt das Interesse der Unternehmen, zu investieren“, erklärt Prof. Dr. Michael Schaffrath von der Fakultät für Sport- und Gesundheitswissenschaften der Technischen Universität [München](#).

”

„*Im schlimmsten Fall muss der Spielbetrieb eingestellt werden.*“

- Prof. Dr. Michael Schaffrath über die Folgen des Sponsorenmangels in
Amateurvereinen -

“

Für einen Verein, der keine Sponsoren hat, wird es schwierig sein, in Zukunft zu überleben. Das sieht auch der Professor vom Arbeitsbereich für Medien und Kommunikation so: „Wenn die Vereine keine Medien- beziehungsweise Fernsehpräsenz und folglich auch keine höheren Zuschauerzahlen generieren können, dann ist es problematisch, ob sich die Einnahmen mit den Ausgaben decken. Im schlimmsten Fall muss der Spielbetrieb eingestellt werden.“

Für Schaffrath läge das unter anderem daran, dass weiterhin unverhältnismäßig viel Geld in Profivereine hineingepumpt wird, statt in Amateurvereine zu investieren. „Diese unverhältnismäßige Überkommerzialisierung des Profifußballs geht auf Kosten einer Unterrepräsentanz von Sponsoren im Amateurbereich“, so der Kommunikationswissenschaftler.

Sponsorenmangel: Viele Vereine haben Geldgeber verloren

In jüngster Vergangenheit gab es einige Vereine, die in Schwierigkeiten waren, nachdem sich Sponsoren zurückgezogen haben. [Ein Beispiel sind die Würzburger Kickers](#), deren Großsponsor Flyeralarm ausgestiegen ist. Der Regionalligist konnte einen wirtschaftlichen Kollaps nur auf Kosten des DFB-zertifizierten Nachwuchsleistungszentrums abwenden.

[Auch der Ligakonkurrent TSV Rain war betroffen](#), weil der lokal ansässige Hauptsponsor Dehner nur noch auf Breitensport setzen will. Daraufhin war nicht klar, ob die Mannschaft die Saison überhaupt zu Ende spielen kann. Der Trainer und einige Spieler haben den Verein im Winter verlassen.

Auch in der [1.](#) und [2. Bundesliga](#) gab es Bewegung im Sponsoring. Diesen Vereinen gelingt es aber auch dank der erhöhten Medien- und TV-Präsenz meistens relativ schnell, einen zahlungskräftigen Ersatz zu finden. Eine Situation, von der die Klubs im ambitionierten Amateurbereich oft nur träumen können.

Rückzüge von Sponsoren: Zuspitzung durch die Corona-Pandemie

„Wir haben eine Reihe von Sponsoren verloren. Ohne Spiele machte Sponsoring natürlich auch nur bedingt Sinn“, sagt Dr. Magnus Harlander, Vorstandsvorsitzender des Regionalliga-Schlusslichts SV Heimstetten. Dabei verweist er auf die Corona-Pandemie, durch die die Bereitschaft von Sponsoren, in Amateurvereine einzusteigen, nochmal geringer geworden ist.

Lesen Sie auch



**Bayern II watscht
Heimstetten „auch
in der Höhe
verdient“ 8:1 ab –
Haching spielt wie ...**



**Spvgg Unterhaching
zerstört die
Siegesserie von
Nürnberg II –
Torregen im ...**



**SV
sic**



MEIN BEREICH

„Viele hatten natürlich auch Mittel für Marketing gestrichen, weil die wirtschaftliche Situation für die Sponsoren angespannt war. Auch Veranstaltungen mit Sponsoren konnte man nicht als Zuckerl verwenden, weil die ja verboten waren“, fügt Harlander hinzu.

”

„Gerade Großsponsoren sind momentan sehr schwer zu gewinnen.“

- Thomas Hein, Vorstandsvorsitzender des VfB Eichstätt. -

“

Nach der Corona-Pandemie sind die Auswirkungen für die Regionalliga-Klubs weiterhin spürbar. „Es ist schwieriger, an neue Sponsoren zu kommen. Auch eine gewisse Zurückhaltung ist zu erkennen“, erklärt Thomas Hein, Vorstandsvorsitzender vom VfB Eichstätt. Der Vorstandsvorsitzende des SV

Heimstetten ergänzt: „Gerade Großsponsoren sind momentan sehr schwer zu gewinnen.“

Auch die Spielvereinigung Unterhaching kennt die Problematik und musste in den vergangenen Jahren immer wieder neue Sponsoren überzeugen. Während der Pandemie beendete der ehemalige Hauptsponsor „Frostkrone“ schweren Herzens sein Engagement. Bis zum vergangenen Sommer schmückte die „Deutsche Saatgut GmbH“ die Brust der Profis. Inzwischen werden Bio Bonbons beworben.

Lösungsansätze: So wird der Amateurfußball wieder interessanter für Sponsoren

Um diesen Trend zu stoppen, müssen Amateurvereine attraktiver für Sponsoren werden. Doch wie stellen die Vereine das an? „Ein Lösungsansatz ist die Regionalisierung von Sponsoring-Engagements. Als Verein muss man also versuchen, Sponsoren zu gewinnen, die in der unmittelbaren Region eine Bedeutung haben“, sagt Schaffrath.

Vereine müssten potenziellen Geldgebern andere attraktive Anreize aufzeigen, um die Fernsehpräsenz, die man sowieso so nicht herstellen könne, zu ersetzen. Hierfür nennt Schaffrath einen Ansatz: „Ein Beispiel ist der Austausch zwischen einzelnen Spielern und Mitarbeitern im Konzern, wie gesonderte Autogrammstunden oder Pressekonferenzen.“

Die Frage ist, wer dabei helfen könnte, Vereine in den Ligen unterhalb des Profifußballs wieder interessanter zu machen. Schaffrath sieht dabei in erster Linie den [DFB](#) in der Verantwortung. „Der Ausgleich zwischen Profi- und Amateurbereich scheint mir deutlich verbesserungswürdig.“ (Robin Hieke)

Kommentare