

Offener Brief zur Vergabe der Namensrechte am Frankfurter Waldstadion

Geschrieben von: Nordwestkurve-Rat
Freitag, den 19. September 2014 um 14:53 Uhr

An die
Stadion Frankfurt Management GmbH
Betreibergesellschaft der Commerzbank-Arena
Mörfelder Landstraße 362
60528 Frankfurt am Main
E-Mail: office@commerzbank-arena.de

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir möchten Sie auf unsere kürzlich durchgeführte Aktion RECLAIM THE NAME hinweisen, die zum Ziel hatte, die Namensrechte am Frankfurter Waldstadion durch einen Lottogewinn durch Eintrachtfans zu erwerben. Alle Informationen finden sich unter: www.nordwestkurve.net

Der erspielte Betrag von 384,20 Euro dürfte für einen längerfristigen Erwerb der Namensrechte sicherlich nicht ausreichend sein. Dennoch möchten wir Ihnen hiermit, als Nordwestkurve Frankfurt e.V., ein Angebot über den oben stehenden Betrag, für den Erwerb der Namensrechte des Stadions unterbreiten. Das Angebot beläuft sich auf die Namensrechte am Frankfurter Waldstadion für die Dauer eines Tages, unter der Voraussetzung, dass an diesem Tag ein Heimspiel von Eintracht Frankfurt stattfindet.

Wir möchten Sie in diesem Zusammenhang darauf hinweisen, dass wir während der Aktion RECLAIM THE NAME sowohl von der medialen Öffentlichkeit, als auch von der Bevölkerung des Rhein-Main-Gebiets sehr großen Zuspruch erhielten. Selbst fernab der Fans von Eintracht Frankfurt ist die Benutzung des Sponsorennamens nicht üblich, teilweise sogar verpönt.

Offener Brief zur Vergabe der Namensrechte am Frankfurter Waldstadion

Geschrieben von: Nordwestkurve-Rat
Freitag, den 19. September 2014 um 14:53 Uhr

Dies bewirkt für den jeweiligen Namensrechteinhaber eine Umkehr des Werbewertes im gesamten Rhein-Main-Gebiet und Hessen. Es kann für den Namensgeber nicht das Ziel sein, dass die heimische Bevölkerung negative Assoziationen zum Sponsorennamen hat. Wir sehen auch Sie in der Verantwortung, dies den Interessenten am Stadionnamen mitzuteilen, ebenso wie die Tatsache, dass bei den Veranstaltungen im Stadion der Name Waldstadion stets auf Transparenten und auch in Sprechchören präsent sein wird. Dem Inhaber der Namensrechte muss bewusst sein, dass sich der Werbewert lediglich überregional und international zeigt, sich regional teilweise sogar umkehrt.

Ebenfalls möchten wir Sie, beziehungsweise den städtischen Träger Ihrer Gesellschaft, darauf hinweisen, dass Sie bei der Vergabe der Namensrechte ebenso bedenken sollten, dass der traditionelle Name eines Stadions national, wie international ein Markenzeichen für die gesamte Stadt darstellt und einen großen Wiedererkennungswert besitzt, daher sollte dieser eine gewisse Konstanz aufweisen. Der Werbewert, den dieser für die Stadt Frankfurt darstellt, kann man vielleicht weniger in einem direkten einmaligen Geldfluss messen, jedoch ist die weltweit geläufige und konstante „Marke Waldstadion“ für die Stadt Frankfurt kaum aufzuwiegen. Diese Identität sollte man sich auch bewahren, zumal zunehmend auch "weiche" Faktoren einen zwar nicht messbaren aber signifikanten Sympathie- und Imagewert für die Stadt Frankfurt sowie die Region erzielen und verstärken.

Wir sind uns durchaus bewusst, dass die finanziellen Anreize im Verkauf der Namensrechte erheblich sind und die tragende Rolle bei der Vergabe spielen, doch bitten Sie in diesem Fall längerfristig zu denken und den immensen Wert beachten, denen Ihnen die Traditionsmarke Waldstadion bietet.

Daher wäre es wünschenswert in Betracht zu ziehen den Namen „Waldstadion“ als verpflichtenden Bestandteil eines Sponsorennamens zu machen.

Hier wäre das Beispiel der Stadt Darmstadt zu nennen, wo man sich durch die Erhaltung des traditionellen Stadionnamens als Bestandteil des neuen Sponsorennamens eine starke Marke erhalten hat.

Wir regen darum an auch in Frankfurt diese Überlegung in die aktuellen Verhandlungen einzubeziehen, auch aus betriebswirtschaftlichen Gründen, denn eine starke und durchweg positive Marke ist für eine internationale Stadt wie Frankfurt eine große Auszeichnung.

Auch der potenzielle Namensgeber würde durch diese Lösung unmittelbar profitieren. Der regional negative Werbewert des Sponsorennamens würde durch ein Entgegenkommen des jeweiligen Namensträgers umgekehrt und von der Bevölkerung des Rhein-Main Gebiets, wie auch den Fans von Eintracht Frankfurt wohlwollende Anerkennung hervorrufen und sich positiv

Offener Brief zur Vergabe der Namensrechte am Frankfurter Waldstadion

Geschrieben von: Nordwestkurve-Rat
Freitag, den 19. September 2014 um 14:53 Uhr

auswirken.

Wir sind derzeit gespannt auf Ihre Antwort zu unserem symbolischen Angebot zum Kauf der Namensrechte und hoffen, Ihnen Anregungen für die Verhandlungsführung aufgezeigt zu haben, die mittelbar sogar wirtschaftliche Vorteile mit sich bringen.

Mit freundlichen Grüßen
Der Nordwestkurve-Rat

Frankfurt am Main, den 19. September 2014

www.nordwestkurve.net
info@nordwestkurve.net