

MARKENKOOPERATIONEN

So wollen Rügenwalder und Mey & Edlich vom BVB profitieren

von **Bettina Sonnenschein** (/news/authors/?id=42)

Dienstag, 09. August 2022

© Rügenwalder

Genuss auf dem Platz und auch daneben: Rügenwalder ist Ernährungspartner von Borussia Dortmund.

So richtig strahlend war der Bundesliga-Auftakt für Borussia Dortmund am vergangenen Wochenende noch nicht. Deutlich auffälliger als der erste 1:0-Sieg sind die zahlreichen Werbepartnerschaften, mit denen der BVB derzeit ins Rampenlicht tritt. Unter den Partnern: Rügenwalder Mühle und der Männermodehändler Mey & Edlich.

Als offizieller Premium- und Ernährungspartner ist die Rügenwalder Mühle bereits seit dem Rückrundenstart der vergangenen Saison beim BVB an Bord. Erst jetzt geht der Hersteller von tierischen, vegetarischen und veganen Wurstwaren aber in die richtige Werbeoffensive. Zum Bundesligastart veröffentlicht die Marke erste Motive zum Motto "Schmeckt uns".

Mit dem Verein will Rügenwalder die Marke bei den Fans installieren.

Die erklärte Absicht dazu: Auf und neben dem Rasen "Genussmomente" zu schaffen. Aufgesetzt hat die strategische Partnerschaft zwischen den Schwarz-Gelben und Rügenwalder Mühle Jung von Matt Sports. Nach dem Aufbau der inhaltlichen Ausrichtung ist die Agentur jetzt auch für den Claim und die begleitenden Werbemaßnahmen zuständig. Ausgespielt werden soll die Kampagnenteile sowohl auf den Kanälen des BVB als auch der Rügenwalder Mühle. Darüber hinaus werden sie im heimischen BVB-Stadion, dem Signal Iduna Park zu sehen sein.

Steffen Zeller, Chief Marketing Officer bei Rügenwalder Mühle, empfindet das Team von JVM Sports dabei als große Hilfe. Mit ihrer Erfahrung und Expertise sei die Agentur der perfekte Partner, um die Absicht, den Fans die Produkte näherzubringen, umzusetzen. "Mit der BVB-Partnerschaft wollen wir den Fans die Möglichkeit geben, die Rügenwalder Mühle im Sportumfeld ganz neu zu erleben", sagt Zeller.

Unterdessen freut sich Felix Appelfeller, Head of Sponsoring Jung von Matt Sports, "auf die neue Saison mit der Rügenwalder Mühle". Und er ist "guter Dinge, dass es auch in Zukunft viele weitere spannende Partnerschaften zu akquirieren und aktivieren gilt." Dass der Verein das Potenzial hat, noch mehr attraktive Businesspartnerschaften abzuschließen, hat nicht zuletzt der Bundesliga Performance-Check von HORIZONT gezeigt, bei dem der BVB zum zweiten Mal in Folge am FC Bayern vorbeizog.

MEHR ZUM THEMA

 HORIZONT BUNDESLIGA PERFORMANCE-CHECK

Borussia Dortmund schafft es zum zweiten Mal in Folge auf Platz 1

Die Vorherrschaft des FC Bayern München im HORIZONT Bundesliga Performance-Check ist wohl ein für alle Mal gebrochen: Zum zweiten Mal in Folge gewinnt Borussia Dortmund das jährliche Ranking mit insgesamt 919 von 1050 möglichen Punkten und setzt sich damit zum dritten Mal überhaupt seit 2001 an die Spitze. Der FC Bayern muss sich mit 907 Punkten zwar knapp, aber erneut mit Platz 2 zufriedengeben.

(/marketing/nachrichten/horizont-bundesliga-performance-check-borussia-dortmund-schafft-es-zum-zweiten-mal-in-folge-auf-platz-1-201579)

In diesem Zusammenhang fällt auch die erst wenigen Wochen verkündete Ausweitung der Partnerschaft mit GLS (<https://www.horizont.net/marketing/nachrichten/trikotwerbung-gls-wird-aermelssponsor-beim-bvb-201392>). Das Unternehmen ist jetzt nicht nur offizieller Logistikpartner, sondern auch Trikotsponsor und wirbt mit dem Verein unter anderem im TV für seine Dienste.

So wie der BVB Fans anzieht, so will als nächster im Bunde Mey & Edlich die Fans im Wortsinn anziehen: Auch der Männermodehändler gehört ab sofort zu den Partnern der Dortmunder und darf sich offizieller Fashionpartner nennen.



BVB-Geschäftsführer Carsten Cramer und und Mey & Edlich-Geschäftsführer Marcus Leber präsentieren die Partnerschaft.

Dafür hat Mey & Edlich, der zu 70 Prozent Eigenmarken vertreibt, eine extra Kollektion mit 13 unterschiedlichen Kleidungsstücken entworfen. Darin sollen Team und Stab auch jenseits des Fußballplatzes "bella figura" machen: Die Kollektion setzt explizit auf einen italienisch anmutenden Stil.

Für das Familienunternehmen ist die Partnerschaft ein großer Schritt, aber auch der richtige: "Wir freuen uns und sind stolz darauf, in der neuen Bundesliga-Saison mit einem so starken Partner der Königsklasse zusammenzuarbeiten", sagt Marcus Leber, Geschäftsführer von Mey & Edlich.



© Mey & Edlich

Der Modehändler Mey & Edlich ist offizieller Fashionpartner des BVB.

Die Herausforderung, eine Kollektion zu schaffen, sei groß gewesen, doch "der BVB steht für mich wie kaum ein anderer Verein für Tradition und Zukunft, Erfolg und Dynamik." Von diesen Werten will der Händler in Zukunft ebenfalls profitieren, entsprechen sie doch auch den Vorstellungen, die die Marke von sich selbst hat. *son*

Themen

BVB (/SUCHE/THEMA/BVB)

MARKENKOOPERATION (/SUCHE/THEMA/MARKENKOOPERATION)

WERBEPARTNERSCHAFT (/SUCHE/THEMA/WERBEPARTNERSCHAFT)

JUNG VON MATT (/SUCHE/THEMA/JUNG+VON+MATT)

STEFFEN ZELLER (/SUCHE/THEMA/STEFFEN+ZELLER)