

# PANTHER

EIN STARKES STÜCK DÜSSELDORF



## 1. Ist-Situation

## 2. Soll-Positionierung

### 2.1. Ziel der neuen Düsseldorf Panther-Führung

### 2.2. Neuausrichtung

## 3. Strategie-Entwicklung

## 4. Notwendigkeit der Markenführung im American Football

## 5. Markenaufbau Düsseldorf Panther

### 5.1. Standort Düsseldorf

### 5.2. (Potentieller Sponsor)



# 1. IST-SITUATION



## 1. Ist-Situation



Die Düsseldorf Panther, gegründet 1978, sind der traditions- und erfolgreichste Verein der europäischen Football-Geschichte. Der Neuaufbau ist geglückt! Nach Jahren harter Arbeit ist der Aufstieg geschafft. Die Düsseldorf Panther sind mit der neuen Vereinsführung wieder da, wo sie hingehören: in der 1. Bundesliga!

- neue Vereinsführung, Verwaltungsrat und Arbeitsgruppen sind tätig
- durchschnittliche Zuschauerzahlen bei 1600
- Haupteinnahmen durch Mitgliedsbeiträge (100 % der Spieler zahlen Beitrag)
- höhere Liga, höhere Kosten (höhere Lizenzkosten, bundesweite Auswärtsspiele, etc.)
- Ausbau im Bereich Ticketing, Merchandise
- höhere Aufgaben erfordern höheren Aufwand (Hauptamtlichkeit)
- Focus liegt darauf, die erste Mannschaft erfolgreich in der GFL zu halten
- beste Jugendarbeit in Europa (Sebastian Vollmer)
- Ehrenamtlichkeit (über 30 Helfer am Spieltag)



## 2. SOLL-POSITIONIERUNG



## 2. Soll-Positionierung



Durch Professionalisierung können wir gemeinsam viel erreichen:

- dauerhaft zurück an die Spitze der 1. Bundesliga (Rekordmeister)
- Düsseldorf Panther als Markennamen bundesweit ausbauen
- Spieltag als Familien-Event anerkannt und begehrt
- neues junges, innovatives, modernes Image mit der Tradition vereint
- eines der Top -3- Teams Düsseldorfs (Zuschauerzahlen)
- gefestigtes Budget
- Rahmenbedingungen für Amateurspieler schaffen (Zusatzleistungen statt Geld)



## 2.1 . Ziele der neuen Düsseldorf Panther-Führung



Neugebildete Arbeitsgruppen wollen gemeinsam mit der Vereinsführung den Verein auf allen Ebenen kontinuierlich in kleinen Schritten zu großen Zielen bringen.

- junges Team durch erfahrene Spieler verstärken
- Football als Schulsport fördern (Ogata)
- Gameday-Erlebnis ausbauen (Qualität statt Quantität)
- Markenpräsenz durch neue Medien und innovative Aktionen vergrößern
- Zuschauerschnitt im Bereich 3000 - 5000 erreichen und halten (Rhein Fire-Fanbase)
- Ausbau der verlässlichen und langfristigen Partner und Sponsoren
- eigenes Trainingsgelände erschließen



Teamgeist - Stolz - Enthusiasmus

Die Düsseldorf Panther sind:

- offen und sympathisch
- nah und authentisch
- professionell und zuverlässig
- der ehrliche Sportverein aus der Stadt – für die gesamte Region!
- Mit jungen Spielern aus Düsseldorf und der Region schaffen wir Identifikation.
- Wir intensivieren die Nachwuchsarbeit.
- Wir übernehmen soziale Verantwortung.

Die Düsseldorf Panther sind Düsseldorf und seit Gründung 1978 hier zu Hause. Sie sind ein unverzichtbarer Teil der Sportstadt Düsseldorf, sind hautnah – 70 Kerle sind vor Ort präsent, sind Deutschlands erfolgreichster American Football Verein und Europas ältester American Football Verein, sind ein Beispiel für vorbildliche Jugendförderung.

Und vor allem: Sie sind erstklassig!

# 3. STRATEGIE-ENTWICKLUNG



### 3. Strategie-Entwicklung



Düsseldorf Panther bekennen sich zu Düsseldorf, zu den Menschen der Region, zu ihrem Charakter. Authentizität heißt: Spieler und Verein verkörpern das zu 100 %.

- Spieler und Partner langfristig an Düsseldorf binden
- Düsseldorf bundesweit vertreten (über 15000 Zuschauer bei Auswärtsspielen)
- Präsenz in der Stadt verdeutlichen (Rosenmontagszug, Drachenboot-Regatta etc.)
- soziale Verantwortung außerhalb der eigenen Reihen erweitern (Ogata)
- interagieren mit Düsseldorfer Fangemeinschaft
- erstklassige Jugendarbeit weiter ausbauen



### 3. Strategie-Entwicklung



Was tun die Düsseldorf Panther in den nächsten Monaten, was dem Rechnung trägt und auf dieses Konto einzahlt:

- Ticketing-Ausbau (d:Ticket)
- neuer Online Fan-Shop
- exklusive Vertriebspartnerschaften (2XU)
- unschlagbare Dauerkarten-Angebote
- Panther-Card
- passive Mitgliedschaft
- Spendeneinnahmen
- Sachwert statt Geldwert für Spieler



### 3. Strategie-Entwicklung



Das Erlernte umsetzen. Gemeinsam den nächsten Schritt machen, denn neue Aufgaben erfordern neue Wege!

- neuer Web-Auftritt
- soziale Netzwerke nutzen (Facebook, Twitter)
- neue Werbemaßnahmen (Radio-Partnerschaft)
- Panther TV (eigenes neues Online-TV-Format)
- innovative PR-Kampagnen
- interaktive Angebote schaffen



### 3. Strategie-Entwicklung



Wir alle sind Düsseldorf! Noch aktiver das Miteinander erleben!

- Panther-Card Angebot erweitern
- Panther Fan-Treffs
- Panther Night (Szene-Event mit der ersten Mannschaft)
- Super Bowl Party
- Schulprojekte ausbauen (Ogata)
- soziale Verantwortung (von der Leyen)
- Düsseldorf Panther verbinden Kulturen





#### Gameday-Entwicklung

- faire Preise
- Familienangebote
- neue Showelemente
- Erweiterung des Unterhaltungs- und Verpflegungsangebots
- Familien-Saisoneröffnungsparty
- neue Werbemöglichkeiten schaffen (Spieltag-Sponsoren)
- Homecoming

**4. NOTWENDIGKEIT  
DER MARKENFÜHRUNG  
IM AMERICAN FOOTBALL**



50

## 4. Notwendigkeit der Markenführung im American Football



Nur wer ein klares, tragfähiges, identifikationsfähiges Markenprofil besitzt, das immer, überall und vor allen gelebt und verinnerlicht wird, übersteht schlechte sportliche Zeiten deutlich besser als Vereine ohne ein solches Markenprofil.

Stark, schnell, dynamisch so verstehen wir unseren Sport und unsere Marke Düsseldorf Panther. Im American Football bundesweit bereits seit Jahrzehnten legendär, gilt es jetzt die Marke wieder erstklassig zu führen und dies auf und abseits des Feldes hervorzuheben.

# 5. MARKENAUFBAU DÜSSELDORF PANTHER

PANTHER

WIR SIND

STOLZ

AUF EUCH



## 5. Markenaufbau Düsseldorf Panther



Die Marke Düsseldorf Panther steht für

- Tradition
- Teamgeist
- Erfolg
- Disziplin
- Dynamik
- Düsseldorf



Jeder Düsseldorf Panther trägt einen Teil zum Erfolg dieser Marke bei. Gemeinschaft ist was uns auszeichnet, ist was uns stolz und die Marke stark macht. Wir sind der ehrliche, offene Verein, der seit über drei Jahrzehnten zu Düsseldorf steht.

## 5.1. Standort Düsseldorf



Die schönste Stadt am Rhein wird sie oft genannt! Und dies nicht ohne Grund! Düsseldorf ist modern – anspruchsvoll – traditionsbewusst – pulsierend – offen und stolz! Neben den Big Five der Wirtschaft zeichnet sich Düsseldorf in vielen kulturellen Bereichen besonders aus! Sei es Theater, Kunst, Unterhaltung und Messen hier gibt es konstant ein breites Angebot, das viele Düsseldorfer sowie Einwohner des Rhein-Ruhr-Gebiets nutzen!

Die „Sportstadt Düsseldorf“ bietet mit Fußball, Eishockey, Handball oder Basketball den Bürger bereits ein große Vielfalt an sportlicher Unterhaltung! Warum darf American Football dabei nicht fehlen?

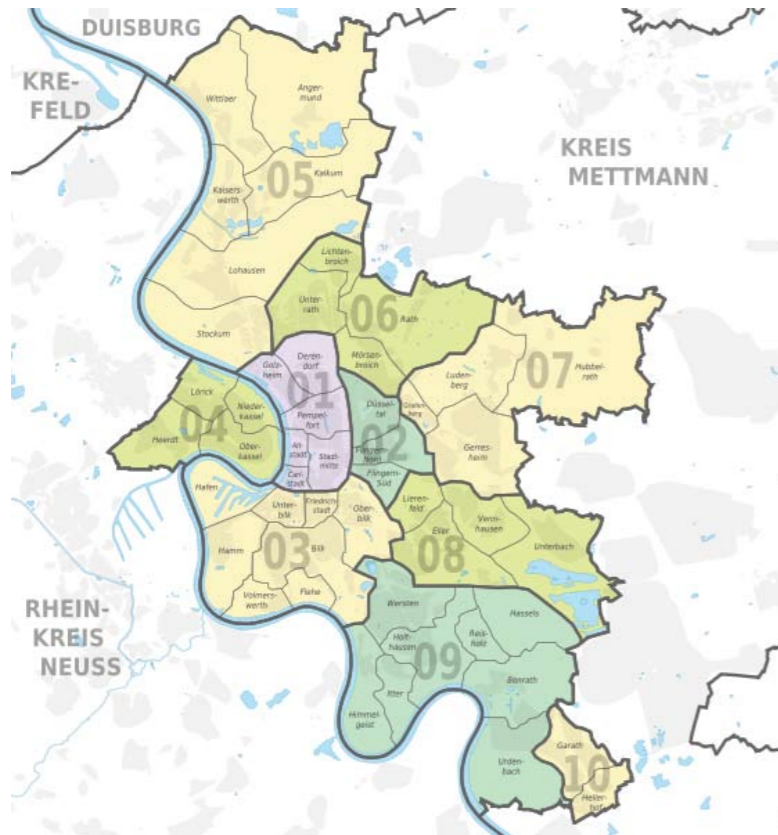


Bereits die letzten Jahre von Rhein Fire (1996 bis 2007 in Düsseldorf ansässig) haben gezeigt, das die Düsseldorfer sich nach mehr als „nur Sport“ sehnen! Bei all dem Angebot suchen sie ein Sporterlebnis voller Emotionen, voller Spannung, voller Dynamik- eben ein Sporterlebnis für die ganze Familie!

All dies bieten die Düsseldorf Panthers!

Und das wichtigste dabei: Sie sind erstklassig und nur dies soll und wird dem Anspruch der Bürger Düsseldorfs, gerecht!

## 5.1. Standort Düsseldorf



kurze Skizzierung Düsseldorfs:

- 586217 Einwohner (57 % Frauen, 43 % Männer)
- 41 % der Einwohner zwischen 18 und 45 Jahren
- Einzugsgebiet ca. 5 Millionen
- 48 % Familienhaushalte
- 112 000 aktive Breitensportler
- 369 Vereine
- 36 Vereine auf Leistungssportniveau

## 5.2. ( Name des potentiellen Sponsors)



Was macht die Düsseldorf Panther so interessant für Sie als potentiellen Sponsor?

Sport interessiert und fasziniert! American Football bietet jedoch mehr!

American Football weckt Emotionen auf und neben dem Feld!

- Fan-Party
- Cheerleader
- Musik und emotionalisierende Showelemente
- diverse Showacts
- friedliche, familienfreundliche Fangemeinde
- über drei Stunden Spielzeit (mehrfache Werbepausen möglich)



## 5.2. ( Name des potentiellen Sponsors)



Logo des potentiellen Sponsors

Gemeinsame Werte, Ausrichtungen und Ziele können hier kommuniziert werden!  
Sponsoring bei den Düsseldorf Panthers bietet Ihnen darüber hinaus:

- Hervorhebung Ihres Unternehmen zum Sponsoring von „gewöhnlichen“ Sportarten
- Emotionalisierung Ihrer Marke / Unternehmen
- Schnittstelle zwischen Moderne und Tradition  
(regional agieren mit internationalem Flair)
- Wahrnehmung Ihres gesellschaftlichen Engagements
- Steuervergünstigung
- Motivation Ihrer Mitarbeiter (Ticketkontingente)
- Sponsoring wird als positiv empfunden und erzeugt nie eine Reaktanz!

Was ist Ihr Ziel, was wollen Sie erreichen? Lassen Sie uns gemeinsam Ihr individuelles Sponsoring zusammenstellen. Ob Einzelleistungen oder Gesamtpakete, wir sind sicher auch für Sie ist etwas dabei!



Düsseldorf Panther e.V.  
Bilker Str.3, 40213 Düsseldorf

- Geschäftsführender Vorstand

Marcel Friedrich

+49 (0) 211 210 70 81

+49 (0) 163 544 99 33

[marcel.friedrich@duesseldorfpanther.de](mailto:marcel.friedrich@duesseldorfpanther.de)

- Referent der Geschäftsführung

Raphael Llanos-Farfan

+49 (0) 211 210 70 81

+49 (0) 176 100 44 323

[raphael.llanos@duesseldorfpanther.de](mailto:raphael.llanos@duesseldorfpanther.de)