

Borussia Dortmund: Vodafone wird neuer Hauptsponsor für fünf Jahre!

Borussia Dortmund präsentiert Vodafone als neuen Hauptsponsor ab der Saison 2025/26 – ein Deal im Wert von bis zu 180 Millionen Euro.



Dortmund, Deutschland - Borussia Dortmund hat einen neuen Hauptsponsor: Vodafone. Diese Zusammenarbeit, die ab der kommenden Saison 2025/26 beginnt, soll mindestens fünf Jahre andauern und wird dem Verein zwischen 150 Millionen und 180 Millionen Euro einbringen. Vodafone löst die bisherigen Hauptsponsoren Evonik und 1&1 ab, deren Verträge zum Saisonende auslaufen. Das neue Logo von Vodafone wird in Schwarz auf den ikonischen gelben Trikots der Borussia abgebildet, um „Respekt vor dem BVB und seinen Millionen Fans“ zu zeigen, wie es in den Erläuterungen zur Partnerschaft heißt. **Laola1 berichtet** über die Details der Vereinbarung.

Marcel de Groot, CEO von Vodafone Deutschland, betont die

strategische Verbindung zwischen Vodafone und Borussia Dortmund. Beide Marken verfolgen gemeinsam Wachstumsziele und streben eine enge Zusammenarbeit an. Hans-Joachim Watzke, Vorsitzender des BVB-Vorstands, zeigt sich erfreut über die neue Partnerschaft, besonders in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten. Carsten Cramer, Geschäftsführer des BVB, hebt die Innovationskraft und soziale Verantwortung von Vodafone hervor, die in die Kooperation einfließen wird. In der neuen Partnerschaft liegt der Fokus nicht nur auf dem Trikotsponsoring, sondern auch auf einer Innovations- und Technologieoffensive.

Innovationen für die Fans

Ziel dieser Partnerschaft ist es, neue digitale Erlebnisse für die Fans zu schaffen. Diese sollen sowohl im Stadion als auch in der App und im Alltag zugänglich sein. Matthias Lorenz, Leiter der Vodafone Privatkunden, betont die gemeinsame Leidenschaft und geteilte Innovationskraft der beiden Marken, was die Basis ihrer Zusammenarbeit stärkt. Die Verbindung zwischen Sponsoring und emotionaler Bindung der Fans wird durch diesen Ansatz weiter vertieft, da Fußball für viele eine Art Ritual darstellt und die Werbewirkung auf diese Weise verstärkt wird.

Sponsoring im Profifußball spielt eine zentrale Rolle, wie auch **Leader Magazin erläutert**. Millionen fließen in die Clubs, sichtbar auf Trikots, Banden und digitalen Medien. Die Sichtbarkeit und die emotionale Bindung, die durch Sponsoring entstehen, sind entscheidende Faktoren für den Erfolg der Marken. Zukünftige Trends im Sponsoring, wie Digitalisierung und personalisierte Werbung, deuten darauf hin, dass Unternehmen verstärkt auf interaktive Erlebnisse setzen werden.

Wirtschaftlicher Kontext und Herausforderungen

In einem wettbewerbsintensiven Umfeld müssen Sponsoren wie Vodafone die Risiken des Sponsorings im Blick behalten. Skandale oder sportliche Misserfolge können die Wahrnehmung ihrer Marke schwächen. Dennoch bleibt die emotionale Kraft des Fußballs einzigartig, was Sponsoring eine besondere Dimension verleiht, die andere Werbeformen nicht erreichen können. Die Maßnahmen zur Markenwahrnehmung und der messbare Return on Investment (ROI) sind dabei wichtige Kenngrößen für die Unternehmen.

Die Zusammenarbeit von Borussia Dortmund und Vodafone zeigt, wie Fußballvereine und Unternehmen ihre Strategien optimieren können, um von den Möglichkeiten des Sponsorings zu profitieren und gleichzeitig den Fans innovative Erlebnisse zu bieten. Der neue Hauptsponsor bringt frischen Wind in die kommenden Jahre und zeigt, wie wichtig leistungsstarke Partnerschaften im modernen Profifußball sind.

Details	
Vorfall	Unternehmensfusion
Ort	Dortmund, Deutschland
Quellen	• www.laola1.at • sports.yahoo.com • www.leadermagazin.de

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at