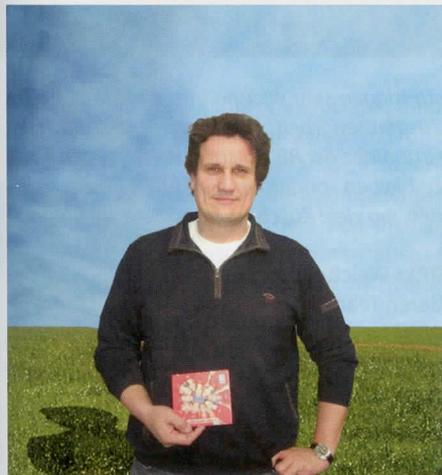




Interview mit Alexander Pischke – Geschäftsführer des Bessel-Ruder-Clubs

Alexander Pischke ist seit der Startsjaison der RBL 2009 durch seine Tätigkeit in der Geschäftsführung des Bessel-Ruder-Clubs für das Sponsoring des Mindener Frauenachters „Melitta-Achter Minden“ zuständig. Seitdem werden die Damen von der Unternehmensgruppe Melitta unterstützt. Wie wichtig diese Zusammenarbeit ist und was ein solches Sponsoring mit sich bringt, erklärt Pischke in einem persönlichen Gespräch...



RBL: Hallo Alexander, vielen Dank, dass Du Dir die Zeit genommen hast uns hier in der Geschäftsstelle in Hannover zu besuchen! Und einen „Blickfang“ hast Du uns mit der professionell gestalteten DVD mit Presse- und Informationsmaterial vom „Melitta-Achter Minden“ auch gleich mitgebracht. Was werden wir auf der DVD alles finden?

Pischke: Die DVD enthält neben diversen Presstexten zum Team und zu der flyeralarm Ruder-Bundesliga auch alle Daten zu unseren Mädels. Vom Steckbrief, über Fotos in Sport- als auch in Abendkleidung bis hin zu Actionaufnahmen auf dem Wasser haben wir versucht, das Ganze Spektrum der RBL ansprechend und informativ zu präsentieren.

RBL: Der erste Blick ist auf jeden Fall vielversprechend! Wir sind schon sehr gespannt... wie ist es denn überhaupt zum Sponsoring durch Melitta gekommen? Wie ist die Idee dazu entstanden?

Pischke: Die Verbindung zu dem Unternehmen Melitta ist schon fast „historisch“, Unser Verein ist jetzt 53 Jahre alt, die Zusammenarbeit besteht aber schon aus Rudertagen am Besseltgymnasium seit über 60 Jahren. Angefangen hat die Unterstützung des Vereins ganz stark in der Jugendarbeit, worin auch heute noch der Fokus liegt. Als dann die Idee der flyeralarm Ruder-Bundesliga aufkam, haben wir uns gedacht, dass „Kaffee“ in Ver-

bindung mit einem jungen Frauenachter aus Schülerinnen und Studentinnen gut passt... Nach dem Motto „Kaffeklatsch im Achter“ (lacht).

RBL: Wie sah Eure Anfrage an Melitta aus? Wer im Verein war der Verantwortliche und wie sind die „Verhandlungen“ abgelaufen?

Pischke: Letztendlich war der „Aufwand“ nur ein Gespräch mit der verantwortlichen Dame von der PR- und Öffentlichkeitsabteilung, mit der wir durch die Jugendarbeit schon in Kontakt standen. Wir, d.h. ich, da ich als Geschäftsführung des Bessel-R.C. dafür verantwortlich bin, haben dabei unsere Idee ganz schlicht vorgestellt. Nicht mal eine Bewerbungsmappe haben wir eingereicht. Mit einem Haufen großformatiger Fotos von den Damen und vom Achter habe ich angefangen von dem Konzept der Ruder-Bundesliga zu erzählen. Da ich selbst von Anfang an Feuer und Flamme für das neue Konzept war, viel es nicht schwer, das Ganze emotional zu vermitteln. Das Unternehmen hat sich dann überlegt, ob das Ganze zu Ihnen passt und jetzt sind sie unser Sponsor.

RBL: Hat Melitta Erwartungen an Euch gestellt oder Gegenleistungen verlangt?

Pischke: Wir haben einen schriftlich fixierten Sponsoringvertrag, da steht drin was wir als Verein bzw. Mannschaft anbieten. Darin sind unter anderem die Veröffentlichung von Vor- und Nachberichten, die Web-Präsentation, die Platzierung des Logos, generell das Branding sowie unsere monetäre Gegenleistung dafür geregelt.

RBL: Du erzählst gerade von Vor- und Nachberichten und Web-Präsentation. Mit wie viel Arbeit ist das alles verbunden? Und lohnt sich dieser Aufwand für Euch?

Pischke: Das ist schon relativ viel, wir versuchen als Verein immer mehr zu geben als wir müssten und alles möglichst nochmal zu „toppen“ - vom Umfang, von der Qualität, da steckt aber einfach auch Leidenschaft von unserer Seite dahinter.

Wir geben, wie gesagt, immer einen Vor- und einen Nachbericht heraus. Da haben wir ver-

schiedene Pressepartner an der Hand, denen wir unsere Berichte zusenden. So z.B. das Mindener Tagesblatt – das ist eine inhabergeführte Tageszeitung, zu der wir einen engen Kontakt pflegen. Ansonsten veröffentlichen wir auf verschiedenen Online-Portalen und wenn möglich im Westfalenblatt. Auch diese Redaktion ist uns sehr wohlgesonnen, letztes Jahr hat uns ein Sportjournalist eine komplette Trainingseinheit über in Minden begleitet. Wir haben ihn mit ins Motorboot genommen und alles erklärt und vorgestellt - so sind wir doch tatsächlich auf einer Seite mit der Tour de France erschienen. (lacht). Es lohnt sich also enorm, für die Mädels und natürlich auch für den ganzen Verein.

RBL: Und wie seid Ihr zu Beginn an die Medien heran getreten? Welche Tricks habt Ihr, um den Sponsor in der Presse zu platzieren?

Pischke: Regional klappte das schon von alleine super, das war gar kein Problem. Um das Ganze zu erweitern haben wir an sehr viele Redaktionen unsere Berichte gesandt, von vielen kam darauf keine Reaktion, von einigen aber doch. Und nun haben wir einen Presseverteiler von etwa zehn Stellen. Die Platzierung des Sponsors ist bei uns relativ einfach, da im Mannschaftsnamen der Unternehmensname „Melitta“ vorkommt. Das sieht Melitta natürlich gerne, auch auf Fotos des Achters oder der Mannschaft kommt das Logo auf der Ausrüstung gut zur Geltung.

Fotos sind meiner Meinung nach auch das Wichtigste bei Presse-Mitteilungen. Außerdem verweisen wir in jedem Artikel und Bild nochmal auf die Homepage des Melitta-Achters, somit wird die Erwähnung des Sponsornames immer gewährleistet.

RBL: Du sagst Fotos sind sehr wichtig bei der Medienpräsenz. Kannst Du uns und den anderen Mannschaften erklären, weshalb das so besonders wichtig ist?

Pischke: Fotos sind sehr, sehr wichtig! Ein Artikel ohne Foto ist für mich eigentlich nichts wert, weil er die vielen Emotionen im Rudersport einfach nicht alleine rüberbringen kann. Beim Rudern wird über das Foto transpor-

tiert und läuft über diese emotionale Schiene. Man kann noch versuchen einen guten Text zu schreiben oder versuchen Gefühle zu retten, aber letztendlich ist der Titel oder das Bild das Wichtigste und unabdingbar. Für die Sportredaktionen sind Ruderfotos auch mal eine willkommene Abwechslung im täglichen Fußball- und Handballmeer.

Die Achter werden von der RBL dabei super unterstützt, da das Bildmaterial nach jeder Veranstaltung den Teams zur Verfügung gestellt wird.

RBL: Hast Du einen Tipp für die Teams, die ganz frisch an die Presse herantreten? Würdest Du raten dort persönlich hinzugehen oder wie würdest Du es in deren Situation machen?

Pischke: Ich würde immer den persönlichen Kontakt empfehlen, bei der kleinsten örtlichen Presse anfangen und diese Personen mal zu einer Veranstaltung von der RBL oder dem Verein locken. Bis jetzt habe ich erlebt, dass alle Personen, die Rudern zum ersten Mal live erlebt haben, schwer begeistert waren. Es ist schwer, das Erlebnis RBL zu erklären, da die Interessierten - wenn überhaupt - nur den klassischen Ablauf von Regatten kennen, der nicht unbedingt jeden umhaut, wenn es nicht gerade um Topevents geht. Die Pressemitteilungen sollten überzeugendes Bildmaterial, z.B. vom Endspurt oder Startschuss beinhalten und die Athleten in einheitlicher Kleidung zeigen. Wie schon gesagt, Sport lebt von Emotionen. Und Emotionen können ohne Fotos nun mal nicht optimal übermittelt werden.

RBL: Klingt alles nach sehr viel Arbeit. Das schreckt einige Teams vielleicht sogar ab, warum würdest Du diesen dennoch raten Medienarbeit zu betreiben? Welchen Mehrwert hat der ganze Aufwand für Euch?

Pischke: Ich bin ganz ehrlich, um es betriebswirtschaftlich auszudrücken generieren wir dadurch natürlich ganz einfach Einnahmen. Aber die Mannschaft fühlt sich mittlerweile auch verbunden mit dem Unternehmen „Melitta“. Wir versuchen jedes Jahr mindestens einmal mit der Marketingabteilung zusammen zu kommen. Einmal haben wir eine Tour mit Großkanadiern mit anschließendem Grillen bei uns gemacht und für dieses Jahr ist ein schickes Essen bei uns im Bootshaus geplant. Wir versuchen das Rudern natürlich immer irgendwie einzugliedern und Melitta einzuladen, auch zum RBL-Finale waren Mitarbeiter vor Ort.

Doch nicht nur für unser Team lohnt sich diese Arbeit, auch für den Verein und die gesamte Ruder-Bundesliga. Wenn alle Teams den Schritt gehen und sich mehr und mehr auf die Medienarbeit konzentrieren, erlangt unsere Bundesliga mehr Medienpräsenz, wovon wiederum jedes einzelne Team profitiert, da das Interesse der Sponsoren enorm gesteigert wird.

RBL: Hast Du Tipps für andere Bundesligisten, die auf der Suche nach einem Sponsor

sind? Welche Herangehensweise würdest Du empfehlen?

Pischke: Ich würde immer versuchen ein Unternehmen zu finden, das vielleicht auch thematisch ganz gut reinpasst in den Rudersport bzw. in die Ruder-Bundesliga, also in eine jüngere, innovative Wettkampfform mit durchschnittlich relativ jungen Athleten.

Außerdem würde ich, wenn es möglich ist, auch hier über einen persönlichen Kontakt gehen. Denn das Problem ist, dass die Unternehmen jeden Tag unendliche Sponsoringanfragen bekommen.

Wenn es keine persönlichen Kontakte gibt, hilft nur noch eine überzeugende, emotionsgeladene Sponsoringmappe, mit der man sich von allen anderen Anfragen differenziert.

RBL: Ja, da sprichst Du sicherlich ein Problem an, das viele Teams direkt abschreckt. Wie würdest Du versuchen Dich von allen abzuheben?

Pischke: Wenn kein persönlicher Kontakt besteht würde ich es mit einer kurzen, knappen Mappe machen und das Ganze mit drei bis vier schicken großen Fotos aufziehen. Für wichtig halte ich noch dazu, den Teamgedanken im Achter deutlich zu machen. Team- und Leistungsfähigkeit sind hier große Schlagworte mit denen sich auch fast jedes Unternehmen identifizieren kann. Hier auch wie bei den Pressemitteilungen sind aussagekräftige Bilder ganz wichtig, nur Text geht direkt in den Müll-eimer! Was sicherlich auch gut aussieht, wenn man sich vorher die Firmenleitlinien durchliest und versucht alles ein wenig darauf abzustimmen. Es ist wichtig dem Unternehmen klar zu machen, dass Rudersport das Richtige für sie ist. Ein Vorteil gegenüber anderen Anfragen ist natürlich auch, dass die Sponsorenpakete im Ruder-Sport (noch) sehr günstig sind.

RBL: Was für einen Bezug würdest Du zu Melitta herstellen und in der Mappe formulieren, wenn Du jetzt neu an Melitta herantreten würdest?

Pischke: Für Melitta ist unter anderem der

© Oliver-Haja/PIXELIO



Leistungsgedanke von großer Bedeutung, sie würden niemals nur Breitensport fördern. Außerdem ist ihnen die Präsenz in den Innen-



stadtlagen sehr wichtig und ein Grund für die Zusammenarbeit. Das entspricht ja auch der Grundidee der RBL, nicht auf der grünen Wiese zu bleiben sondern in die Städte hinein zu gehen, wo viele Zuschauer und Passanten sind.

RBL: Welche Motivation kannst Du den anderen Teams noch mit auf den Weg geben?

Pischke: Die Medienarbeit macht einfach Spaß! Man kommt mit vielen netten Menschen einfach in Kontakt und kann diese Verbindung schließlich auch für den Rest des Vereins sehr effektiv nutzen.

Außerdem denke ich, dass es unseren Sport allgemein weiter nach vorne bringt. Vielleicht kommt der Rudersport endlich ein bisschen aus der Nische raus. Was jede einzelne Mannschaft vor Augen haben sollte ist, dass wir unsere Arbeit für alle machen. Gemeinsam! Ich sehe das alles nicht immer nur auf den Melitta-Achter alleine begrenzt. Die Öffentlichkeitsarbeit der einzelnen Teams vor Ort hilft auch, die RBL insgesamt zu pushen. Damit wir hoffentlich irgendwann ein stabiles System haben, das durchläuft, sich trägt und auch für das nächste Jahrzehnt noch Bestand hat. Ich persönlich bin zu 100 Prozent davon überzeugt, dass die Kombination von Großbooten und der Sprintdistanz eine hervorragende Sportplattform ist.

RBL: Das ist sehr schön etwas so Positives über die RBL zu hören. Herzlichen Dank Alexander! Auch vielen Dank für das aufschlussreiche Gespräch mit Dir. Du hast mit deinen offenen Antworten und Anregungen sicherlich auch die Aufmerksamkeit der anderen Teams gewonnen und es werden hoffentlich bald alle mit der Sponsoren-Suche durchstarten! Das wäre eine sehr schöne Entwicklung in der RBL.

Wir wünschen dir und deinem Team einen guten Start in die neue Saison!

Autor/Innen: Melanie Maleike, Tatjana Podesky und Alex Pischke