



## Marketing 3.0: Der DFB macht in Puppen, die FIFA in Marionetten

...

Es war still geworden um die back view-Glosse, nun ist sie pünktlich zum Finale vor der Winterpause wieder zurück. Benjamin Hofmann nimmt in anjedemverdammtenmonatg wie immer Kuriositäten rund um den Fußball aufs Korn.

Und wieder beweisen Marketingstrategen, dass sie mittlerweile auch im Sport unverzichtbar sind: Kurz vor Weihnachten bringt der Deutsche Fußball-Bund Plüschtieren auf den Markt, die den Kickern der Nationalmannschaft nachempfunden sind. Für 19,95 Euro kann man sich jetzt Schweini oder Poldi ins Bett legen – gut, dass der Fußball-Kommerz auch vor Spielsachen nicht mehr halt macht. Wie sonst soll der DFB die Abstellungen an die Vereine für die teuren Spieler bezahlen?

Dabei sind der Phantasie keine Grenzen gesetzt. Für die Älteren ist dem Vernehmen nach eine Funktionärs-Auflage geplant. Mit Ex-Präsident Gerhard Mayer-Vorfelder in authentischer Wildleder-Optik und einem Extra-Set „Weinprobe mit MV“ – ein Sechser-Träger Trollinger und ein Daunenkissen, so dass MV jederzeit nächtigen kann, wenn ihn der Weingeist übermannt.

Derlei Vermarktungsideen rufen freilich auch die FIFA auf den Plan. Die überlegt, eine eigene Edition auf den Markt zu bringen: Eine Sepp-Blatter-Puppe mitsamt Geldkoffer soll schon in der Mache sein, zudem eine Special Edition: Die komplette Exekutive des Weltverbandes nicht als Puppen, sondern stilecht als Marionetten.

Allerdings wird selbst die mächtige FIFA nicht umhin kommen, dem Erfinder dieser Vermarktungsidee zunächst einen ordentlichen Batzen Kohle für die Lizenz zu überweisen. Der sitzt übrigens beim DFB: Nationalmannschafts-Manager Oliver Bierhoff. Auf den Gedanken, Puppen zu produzieren und zu verkaufen, soll er beim Sinnieren über seinen Posten gekommen sein: Sitzt nur rum, grinst sinnfrei, macht nix und kostet viel Geld ...

(Text: Benjamin Hofmann / Zeichnung: Christina Koormann)