

London liegt im Plan

Natürlich spricht man 2012 Englisch, aber mit bayerischem Akzent: Nach Adidas hat das London Organising Committee of the Olympic and Paralympic Games (LOCOG) kürzlich BMW in den Sponsorenkreis für die nächsten Sommerspiele aufgenommen. Wie der Sportausrüster aus Herzogenaurach tritt der Münchner Automobilhersteller 2012 als Official Partner auf. So nennt sich die oberste Förderkategorie des LOCOG.

In dieser Förderkategorie versammeln sich nun sieben Konzerne, die als Gegenwert für ihre Finanz- und Sachleistungen umfangreiche Marketingrechte im Ausrichterland der Spiele ausüben dürfen. Neben dem deutschen Duo stehen EDF Energy, britische Tochter der französischen EDF-Gruppe, sowie vier einheimische Big Player: BP, British Airways, British Telecom und Lloyds TSB.

Durch den Abschluss mit BMW, das neben rund 4000 CO₂-armen Autos auch Motor- und Fahrräder zur Verfügung stellt, hat das LOCOG die Vermarktung entscheidend vorangebracht. Das gilt zum Einen operativ: Die Fahrzeuge der Marken BMW, Mini und Rolls Royce gewährleisten den Transport von Sportlern, Trainern, Offiziellen und Gästen der Spiele. Zum Anderen unterstützt der

neue Partner den Nachhaltigkeitsanspruch des LOCOG und gibt darüber hinaus seinem Sponsoring-Umsatz einen wichtigen Schub. Geschäftsführer Paul Deigthon sagt: »Unser Ziel war es, 600 bis 700 Millionen Pfund zu erreichen, und mit dieser neuerlichen Sponsorship auf höchster Ebene visieren wir die Obergrenze dieses Ziels an.«

24 UNTERNEHMEN UNTERSTÜTZEN LONDON

Die Untergrenze dürfte nach dem Akquise-Coup in schwierigem Marktumfeld (fast) erreicht sein. BMW ist das 24. Unternehmen, das die Spiele 2012 unterstützt. Weitere Förderer werden noch für die zweite (Official Supporters) und dritte Stufe (Official Providers and Suppliers) gesucht. Dort sind bislang sechs beziehungsweise elf Partner vertreten. Das ausschließlich private finanzierte Budget des LOCOG umfasst rund 2 Milliarden Pfund respektive etwa 2,2 Milliarden Euro.

Die Einnahmen speisen sich aus zwei Quellen: Erstens überweist das IOC je einen Anteil an seinen TV-Erlösen sowie an jener Summe, die es mit seinem globalen Sponsorenprogramm TOP erwirtschaftet. Zweitens sind da Resultate eigener Aktivitäten. Das LOCOG vermarktet nicht nur die Werberechte in Großbritannien, sondern steuert auch den Kartenverkauf für die Olympischen und Paralympischen Spiele (der etwa 400 Millionen Pfund einbringen soll) sowie das Merchandising.

Die offizielle Seite der Olympischen Spiele in London:

www.london2012.com

