

PRESSEMITTEILUNG

20.08.2010



1. FC Kleve und Hochschule Rhein-Waal:

Doppelpass zwischen Hörsaal und Haupttribüne

Novum in der NRW-Liga: Der 1. FC Kleve tritt mit zwei verschiedenen Trikotsponsoren auf. Während bei den Heimspielen das Logo der SIG Deutschland die Trikotbrust ziert, wirbt die erste Mannschaft bei den Auswärtsspielen für die Hochschule Rhein-Waal - Premiere am Sonntag in Homberg. Die Kooperation zwischen Verein und Hochschule aber geht weit über die reine Werbung hinaus.

Kontakte zwischen dem 1. FC Kleve und der Hochschule Rhein-Waal haben sich bereits auf den unterschiedlichsten Ebenen entwickelt. So zählt FC-Abwehrspieler Tobias Klemt zu den Studenten der Hochschule, während mehrere Studierende in der Sportsbar des Vereins aushelfen. Zudem hat sich eine studentische Fußballgruppe gebildet, die regelmäßig das Vereinsgelände nutzt und dort ein größeres Turnier plant. Eine Weihnachtsfeier für Studenten ist bereits in der Sportsbar organisiert worden, das Abschlussfest in der „Woche der Neuen“, zu dem 600 Gäste erwartet werden, ist in Planung.

Die Initiative zu der jetzt gestarteten Werbekooperation ging vom FC-Vorsitzenden Uwe Dönisch-Seidel und Lukas Verlage aus dem Verwaltungsrat des Vereins aus. Dabei steht der finanzielle Aspekt im Hintergrund. „Die Hochschule ist so wichtig für Kleve, dass wir sozusagen in Vorleistung treten“, so Dönisch-Seidel. „Ich möchte betonen, dass die beiden Fördervereine der Hochschule nicht für das Sponsoring bezahlen“, so Dönisch-Seidel. Es sei stattdessen geplant, neue Geldgeber zu finden, die gezielt diese Kooperation unterstützen. So sei vorstellbar, dass ein Sponsor die Fahrtkosten zu den Auswärtsspielen bestreitet, während ein anderer die Herstellung der Trikots übernimmt. Hierfür wollen Hochschule und Verein gemeinsam werben.

Weitere Möglichkeiten der Zusammenarbeit werden derzeit geprüft. Die Bandbreite reicht von einem gemeinsamen Projekt zum Themenkomplex „Ernährung/Gesundheit/Sport“ bis zur gegenseitigen Verlinkung der Webseiten, von der Betreuung des VIP-Bereichs im Stadion durch Studierende bis zur Entwicklung gemeinsamer Merchandising-Artikel.