
DFL Sports Enterprises GmbH
z.Hd. Herrn Jörg Daubitzer pers.
Ulmenstraße 23-25
60325 Frankfurt/Main

Ausschreibung – Sticker und Trading Cards

Sehr geehrter Herr Daubitzer,

mit Interesse habe ich vor wenigen Tagen gelesen, dass Ihr Unternehmen derzeit die Lizenz für Verkauf und Vermarktung von Stickern und Tradingcards ab der Saison 2015/2016 neu ausschreibt. Selbstverständlich haben Sie als Geschäftsführer allein die Gewinnmaximierung im Auftrag der Gesellschafter vor den Augen, dennoch möchte ich Sie bitten, zumindest für einen Moment die Belange der Käufer und Sammler dieser Sticker und Trading Cards zur Kenntnis zu nehmen.

Nach der Vergabe der Lizenz an das Unternehmen Topps hat sich innerhalb von wenigen Jahren auf dem deutschen Markt eine gewollte und signifikante Verschiebung des Marktes ergeben, die das seit Jahrzehnten beliebte Sammelgebiet der Fußballbilder im wahrsten Sinne des Wortes an den Rand der Niederlage, zumindest aber ins Abseits gedrängt hat.

Warum? Ich will an dieser Stelle die optische wie inhaltliche Qualität der Produkte des Unternehmens Topps außen vor lassen, darum soll es hier nicht gehen. Fakt ist jedoch, dass der Vermarktungsfokus des bisherigen Lizenznehmers Topps von Anfang an allein auf Trading Cards ausgerichtet war und ist, mehr denn je.

Nachdem zunächst der seit Jahrzehnten etablierte und attraktive Erscheinungstermin des Sticker-Albums der jeweiligen Bundesligasaison von Ende September auf Anfang Januar verschoben wurde, war klar, dass das Produkt "Sticker" dem Produkt "Trading Cards" nicht mehr in der Vermarktung im Wege stehen und dementsprechend so unattraktiv wie möglich platziert werden sollte.

Im Laufe der Jahre wurden des Weiteren die Zahl der Sticker im Album reduziert, eine inhaltliche Überarbeitung ausgelassen, und, jüngster Schritt, der Vertriebskanal deutlich eingeschränkt. Dass die Sticker zur aktuellen Bundesliga-Saison genau zwei Monate lang exklusiv als Beigabe/Kaufartikel bei einem Vollsortimenter erhältlich waren, wissen Sie sicherlich. Dito von den wütenden Protesten des Pressegrasso dagegen.

De facto wurde mit all diesen bewussten Entscheidungen in den Sarg des Sammelgebiets Fußball-Bilder (über das ganze Dokumentationen, Reportagen, Bücher und Kataloge erschienen sind!) ein weiterer Nagel eingeschlagen. Wer nicht vor Augen hat, was er kaufen soll, kauft das Produkt nicht

und dass ein achtjähriger Sammler im Winter zehn Kilometer radeln oder laufen soll, um seine Sticker-Päckchen kaufen zu können, entspricht eher Schilderungen aus der Nachkriegszeit als denen der modernen Gesellschaft. Die Verkaufs- und Vermarktungsphase der Sticker war übrigens – nennen Sie es Zufall? – beendet, bevor das Trading-Cards-Produkt “Match Attax Extra” in die Regale kam (die Verlängerung durch Penny in den Mai hinein änderte daran nichts, da sie erst mittendrin kommuniziert wurde).

Lange Rede, kurzer Sinn, ich würde mich freuen, wenn Sie in den Ausschreibungsunterlagen der Lizenz nicht nur die Höhe des Geldbetrags für die DFL unterstreichen, sondern auch das Vermarktungskonzept abfragen bzw. bestimmte Mindeststandards festlegen, die den Fortgang des Sammelgebiete Fussballsticker sicher stellen. Falls Sie hierfür inhaltlichen Input von fundierter Seite benötigen – hinter der Aktion stehen einige der engagiertesten und kompetentesten Sammler Deutschlands – ist ein neutraler Dialog jederzeit möglich, Details zum Prozedere gerne nach Ihren Vorstellungen, es besteht Gesprächsbereitschaft in jeglicher Hinsicht.

Andernfalls wird das Sammelgebiet Fussballbilder innerhalb von wenigen Jahren sterben – und das bizarrerweise nicht, weil keine Nachfrage auf dem Markt vorhanden ist, sondern weil ein einzelnes Unternehmen seinen Schwerpunkt auf ein anderes, vermutlich noch margenstärkeres Produkt legt. Wollen Sie, die DFL und der DFB sich wirklich diesen Schuh anziehen?

Ich denke nicht, dass das in Ihrem Sinne ist und verbleibe in gespannter Erwartung Ihrer Antwort.

Mit freundlichen Grüßen
