

## **BERICHT ZUM BUNDESTAG 2019**

- **VERANSTALTUNGEN**
- **MARKETING**
- **KOMMUNIKATION**

### **VERANSTALTUNGEN**

Die Endrunden der Deutschen Meisterschaften wurden entsprechend der Praxis im Berichtszeitraum 2017 und 2018 an örtliche Ausrichter vergeben.

- Die Veranstaltung der FinalFour in den Wintern wurde von 2017 vom HTC Uhlenhorst Mülheim in der Innogy-Arena organisiert und 2018 vom HTC Stuttgarter Kickers. Beide Veranstaltungen waren gut besucht und wurden von den anwesenden Besuchern überwiegend positiv bewertet.
- Die beiden Feldendrunden fanden 2017 beim Mannheimer HC statt und 2018 beim Crefelder HTC. Beide Veranstaltungen wurden begeistert aufgenommen und haben das Niveau des Formates maßgeblich zum Positiven und zu einer weiteren Professionalisierung verändert. Das gilt namentlich aktuell für die FinalFour in Krefeld 2019.
- Die Endrunde der Hallen-FinalFour 2019 wurde vom DHB durch seine Geschäftsstelle und die beauftragte Agentur LLR msc GmbH organisiert in der Innogy-Arena in Mülheim und wurde Dank des allseitigen überobligatorischen Einsatzes auch wirtschaftlich für den DHB zu einem unerwartet guten Erfolg.

Das real FourNations-Turnier 2018 fand auf der Anlage des Düsseldorfer HC in Zusammenarbeit mit der Stadt Düsseldorf statt, wurde gut angenommen und diente für beide AS-Kader der sportlichen Vorbereitung für die bevorstehenden Weltmeisterschaften.

Im Übrigen stand das Jahr 2017 und insbesondere das Jahr 2018 unter dem Eindruck der bevorstehenden Hockey Pro League, der Nationalmannschaftliga der acht beziehungsweise neun besten Teams der Welt. Die Vorbereitung wurde erschwert durch katastrophale Vorgaben und Führung des Weltverbandes. Gleichwohl wird Deutschland und damit der DHB, der sich zur Umsetzung der Hilfe zweier Agenturen bedient hat, die erste Ausgabe der FIH Pro League vermutlich mit einem ausgeglichenen Haushalt, das heißt vor allem ohne Defizite beenden. Wäre durchgesetzt worden, dass nur in Mönchengladbach gespielt werden würde, wäre das Ergebnis deutlich positiv ausgefallen. Das ist insbesondere beachtlich vor dem Hintergrund, dass nahezu alle anderen Nationen – dem Vernehmen nach – zum Teil erhebliche Defizite (bis zu 500.000.-€) zu verzeichnen hatten. Perspektivisch lässt sich das Format mit den Erfahrungen des ersten Jahres ausbauen und durchaus mit positiven Ergebnissen abschließen, wobei berücksichtigt werden muss, dass die staatliche Unterstützung stets eine Fehlbedarfsfinanzierung ist.

Deutscher Hockey-Bund e.V. Am Hockeypark 1 41179 Mönchengladbach

## MARKETING

Der geschäftsführende Vorstand ist Ende 2017/ Anfang 2018 an das Präsidium herangetreten mit dem Hinweis, dass die Kosten für das Direktorium Marketing & Veranstaltungen nicht im Verhältnis zur erbrachten Leistung stehen. Auch aufgrund der Tatsache, dass die Anbahnung von Sponsoringabschlüssen teilweise von außen und gegen eine zusätzliche Provision erfolgt ist, erklärt sich der Kostenrahmen nicht. Der geschäftsführende Vorstand hat daher um Überprüfung der momentanen und Festlegung der zukünftigen, strategischen Ausrichtung für diesen Bereich gebeten. Gemeinsam wurde zwischen geschäftsführendem Vorstand und Präsidium entschieden, das bisherige Modell eines für den Bereich hauptamtlich Beschäftigten aufzugeben und die Tätigkeiten für eine Pilotphase einer Agentur zu übertragen. Nach der zeitlich befristeten Probephase ist zu entscheiden, ob dieses Modell weitergetragen oder modifiziert werden soll.

Als Agentur wurde die LLR msc GmbH, Köln, beauftragt, deren Geschäftsführer Jörg Neuß über rund zehn Jahre in verantwortlicher Position und Geschäftsführung bei der IMG Deutschland GmbH tätig war, einer der größten Sport-Vermarktungsgesellschaften der Welt. Die Agentur übernahm in dem Vertrag die Verpflichtung, einen Mitarbeiter für Belange des DHB einzustellen, was auch geschah. Die Entscheidung im geschäftsführenden Vorstand fiel einstimmig, im Präsidium mit einer Gegenstimme aus. Beiden Gremien lagen sämtliche Verträge im Wortlaut vor. Die Bezahlung erfolgt erfolgsabhängig. Wegen der Besorgnis der Befangenheit nahm ein Präsidiumsmitglied an den Beratungen nicht teil und stimmt nicht mit, da es örtliche Gemeinsamkeiten der beauftragten Agentur und dessen Rechtsanwaltsbüro gab und Jörg Neuß zugleich als Rechtsanwalt im Büro tätig ist.

Die Tätigkeit der Agentur begann operativ am 1. August 2018, nachdem das Arbeitsverhältnis mit dem entsprechenden Mitarbeiter Ende Juli 2018 geendet hatte. Im Sommer 2018 endet auch die kommissarische Verantwortung für den Bereich durch den VP Finanzen.

Die Vertragslage mit Werbepartnern entwickelte sich insbesondere ab Spätsommer 2018 erfreulich. Seit 2012 gibt es seit Anfang 2018 mit real wieder einen Hauptsponsor. Das Gesamtengagement konnte Ende 2018 verlängert und ausgeweitet werden in viele Teilbereiche. Andere Sponsorentools konnten neu entwickelt, wiederbelebt und akquiriert werden.

## KOMMUNIKATION

Der DHB präsentiert sich über die Webseite „hockey.de“. Die dahinter stehende Technik ist erheblich überaltet. Sie bedarf der schnelleren Umsetzung des seit mehreren Jahren bereits von der Deutschen Hockey-Agentur DHA betriebenen Relaunch. Hier ist kurzfristig Handlungsbedarf.

Der visuelle Eindruck der Web-Seite ist nicht mehr zeitgemäß. Sozialmedia-Aktivitäten werden mit großem Einsatz und Bemühen, aber letztlich nicht state of art betrieben. Das ist ausdrücklich keine Kritik an den in diesem Bereich Aktiven, im Gegenteil, sie leisten überobligatorisch viel mit wenig bis gar keinen Mitteln. Die Feststellung ist Aufruf, in diesen und den Technikbereich mit den gestiegenen finanziellen Mittel zukünftig kräftig zu investieren.

rl., 5/ 2019