

Mönchengladbach

Gladbacher sponsort holländischen Erstligisten

VON ANDREAS GRUHN - zuletzt aktualisiert: 08.04.2010

Mönchengladbach (RPO). Das Interesse von Zuschauern und Sponsoren am niederländischen Fußball ist größer als bisher angenommen. Das fand jüngst eine Studie der Universität Düsseldorf heraus. Und prompt gibt es auch das erste Mönchengladbacher Unternehmen, dass sich beim Ehrendivisionär VVV Venlo engagiert.

Die Troost GmbH, eine Großwäscherei mit 200 Mitarbeitern im Gewerbegebiet Güdderath, stieg zum Beginn der Rückrunde als Sponsor bei dem Fußball-Erstligisten ein. "Wir sind nicht an Ländergrenzen gebunden", sagt der Geschäftsführer von Troost, Philipp Wenzelburger. "Die Niederlande sind als Wäschemarkt für uns sehr interessant. Und wir sind sehr freundlich aufgenommen worden. Jetzt wollen wir schauen, was es für ein wirtschaftliches Feedback gibt."

Das Besondere: Troost ist nun Unterstützer von Borussia und von VVV Venlo – den beiden Fußball-Erstligisten aus der Region. Vor vier Jahren gab es Freundschaftsspiel zwischen beiden Mannschaften. Und noch etwas verbindet beide Vereine: Ex-Borusse Patrick Paauwe ist Kapitän des Tabellendreizehnten der Niederlande.

500 deutsche Zuschauer

Der niederländische Fußball wird für Deutschland offenbar immer interessanter. Und zwar nicht nur für deutsche Unternehmen. "Das große Interesse hat uns selbst ein wenig überrascht", sagt Marcel Abrahams, Kommunikationsmanager der Venloer Stadiongesellschaft MFC Kazerne. Pro Heimspiel sind rund 500 deutsche Zuschauer unter den im Schnitt 7500 Fans. Und im neuen Stadion mit einem Fassungsvermögen von 15 000 Zuschauern rechnet Abrahams mit einem Besucher-Potenzial aus Deutschland von rund 2000 Menschen pro Spiel. Abrahams findet zudem die "Idee sehr gut", wonach Ehrendivisionsspiele in Deutschland ausgetragen werden könnten. VVV-Präsident Hai Berden äußerte diesen Wunsch schon vor Jahren.

Troost kam zu dem Sponsoring in Holland durch den Autor der Studie, Robert Pinior. Der befragte Unternehmen in Deutschland nach ihrem Interesse am niederländischen Fußball, und Philipp Wenzelburger war einer der ersten, die antworteten. Im Dezember wurde er nach Venlo zu einem Spiel eingeladen. Kurz darauf fiel die Entscheidung, Sponsor im niederländischen Fußball zu werden. "Es ist wichtig, sich in der Grenzregion zu öffnen statt irgendwelche Pseudo-Animositäten zu schüren", sagt Wenzelburger, der zudem eine "klasse-Stimmung im Stadion" bemerkte. Daran alleine wird es aber nicht gelegen haben. Denn unter den weiteren VVV-Partnern befinden sich auch Hotels – potenzielle Kunden für die Troost GmbH.