

Mut zum Investment ...

... abseits der Masse ist das Credo von willhaben.at. Daher setzt sich das Unternehmen für Randsportarten ein und unterstützt beispielsweise die Motocross-Nachwuchs-Serie MX Masters sowie das „Masters of Dirt“ des Greenergy-Teams.

VON JULIA EMMA WENINGER

colorofsports.at

WIEN. Bereits seit mehreren Jahren sponsert willhaben.at junge Idealisten der heimischen Motocross-Szene und ist namensgebender Sponsor für die österreichische Motocross-Nachwuchs-Serie MX Masters Austria powered by willhaben.at.

Ein herausragend professionell agierendes Team – was Präsentation, PR, Training und Erfolg betrifft – trägt ebenfalls Hauptsponsor willhaben.at stolz auf der Brust: das Greenergy-Team des „Masters of Dirt“, das natürlich neben Staatsmeisterschaft und Auner Cup im Rahmen der MX Masters Austria willhaben.at noch mehr Präsenz verleiht.

„Bindeglied“ Sport

„In beiden Fällen decken wir sicher nur deutlich unter 10% des Aufwandes ab. Diese Unterstützung versteht sich also quasi als Unkostenbeitrag und wiegt

nur zum Teil den idealistisch begründeten Einsatz aus der eigenen Geldbörse der Sportler auf. Aber bereits dafür wird willhaben.at von den Fahrern und deren Fans geschätzt, geliebt und als Marktplatz im Internet intensiv genutzt“, erzählt **Markus Auferbauer**, Geschäftsführer im willhaben.at-Motornetzwerk.

Der Mut zum Investment abseits der Masse rechnet sich also auch für den Sponsor. Konkret tauschen Rennfahrer auf den verschiedenen Leistungsniveaus relativ häufig ihr Motorrad. „Die Plattform mit den meisten Bikes aus privater Quelle ist willhaben.at“, so Auferbauer weiter. Genauso verhalte es sich auch mit Zubehör- und Teilehandel sowie Dressen und Sicherheitsausrüstung und sogar mit Wohnmobilen, in denen die Rennfahrer an Rennwochenenden wohnen.

Treue, Loyalität, Dankbarkeit

„Massen-Beweger“ wie in Österreich Fußball und Skisport kann jede Firma nutzen. Diese

steigern die Bekanntheit – auch für völlig neue und unbekannte Marken.“ Sie bringen aber wenig Bindung“, führt Auferbauer weiter aus. Zu dicht sei die Fülle der Botschaften.

Sponsoren zahlen in Summe meist mehr als den gesamten Aufwand einer Veranstaltung. Nicht so in einer Randsportart: „Hier erreiche ich zwar weniger Menschen. Diese mit dem Sponsoring anvisierten Gruppen bestehen aber zumeist aus den Sportausübenden und deren Umfeld plus mehr oder weniger Publikum und Interessenten wie Ex-Sportausübende und zukünftige Sportler.“ Klar, dass damit eine Bindung hergestellt werden kann – wenn auch mit weniger Menschen als im Fußball. Diese Verbindung kennt auf einmal „alte“ Werte wie Treue, Loyalität, Dankbarkeit, Wertschätzung für die besonderen Leistungen und dergleichen. „Idealismus heißt das Zauberwort“, so der Geschäftsführer abschließend.



Motocross und willhaben.at: Sportart und Marke inhaltlich verbunden.