

ADAC Westfalen e.V. (ADAC) und Westdeutscher Fußball- und Leichtathletikverband e.V. (WFLV) haben in den letzten zwei Jahren eine erfolgreiche Kooperation innerhalb des Projektes „Deutsche Fußball Route NRW“ realisiert und planen konkret die Intensivierung und Ausweitung der projektbezogenen Zusammenarbeit. Eine Fallstudie.

# Zwischen projektbezogener Zusammenarbeit und strategischer Kooperation

Erfolgreiche Kooperation zwischen ADAC und dem Westdeutschen Fußball- und Leichtathletikverband

AUTOREN > DR. GREGOR GDAWIETZ UND DR. WOLFGANG POHL

„Die Kooperation mit strategischen Partnern gehört heute zu den wichtigsten Strategien innovativer Unternehmen“, so lautete Mitte 2006 das Fazit eines renommierten Unternehmensberaters in der Zeitschrift „Wirtschaftswoche“. Die Aussage hat an Aktualität nichts verloren und gilt für Verbände, so unsere Behauptung, gleichermaßen. Kooperationen in diesem Sinne sind zeitlich begrenzte Zweckbündnisse mit dem Ziel, beispielsweise Produktentwicklungsaktivitäten zu intensivieren, neue Finanzierungsquellen zu erschließen, neue Marktsegmente und Kunden anzusteuern, Synergien zu nutzen, Kosten zu reduzieren, fehlende Ressourcen auszugleichen und vom jeweiligen Image des Partners zu profitieren.

Im konkreten Fall der Kooperation zwischen ADAC und WFLV standen zunächst die wechselseitige Ergänzung von Kompetenzen und die Erschließung der stark unterschiedlichen Stammkunden als bedeutsame Motivatoren im Vordergrund. Da es immer schwieriger wird, in sämtlichen Kompetenzfeldern nachhaltige Wettbewerbsvorteile zu erlangen, erschien die Zusammenarbeit in einem konkreten Pilotprojekt „Deutsche Fußball Route NRW“ viel verheißend. Nicht zuletzt versprachen sich die Partner eine Erweiterung der Sichtweise auf den ge-

meinsamen Markt, um gleich mehrfach zu profitieren.

1. Die Innovationskultur sollte sich durch Öffnung gegenüber neuen Ideen aus dem externen Umfeld spürbar verbessern,
2. das vorhandene Marktwissen sollte durch Perspektivwechsel konkret ergänzt werden, um wertvolle Impulse für das eigene Geschäft zu erhalten, und
3. das eigene positive Image sollte durch die spezifische Strahlkraft und Ausrichtung des Partners verstärkt werden.

Für den Westdeutschen Fußball- und Leichtathletikverband war die Suche nach geeigneten Kooperationspartnern Voraussetzung für das Gelingen eines landesweiten Projektes mit dem Namen „Deutsche Fußball Route NRW“.

### DAS PROJEKT „DEUTSCHE FUSSBALL ROUTE NRW“

Die Grundidee war denkbar einfach: Die Fußballroute lädt ein, Orte und Stätten zu besuchen, die Fußballgeschichte geschrieben oder Fußballgeschichten erlebt haben. 165 beschilderte Stationen in Edelstahl und Acryl erwarten seit der Eröffnung zur Fußballweltmeisterschaft den Besucher in 15 Städten Nordrhein-Westfalens, deren prominenteste Vereine

in der Bundesliga spielen oder gespielt haben. Nicht weniger als 550 km lang ist die touristisch orientierte Route, die von Aachen bis Bielefeld führt. Sie gibt Antworten auf Fragen wie diese: Was haben Spielerlegenden wie Bernard Dietz, Rudi Völler und Helmut Rahn mit dem Kölner Dom, dem Münsteraner Rathaus und der Villa Hügel in Essen zu tun, und was hat sich an Orten wie diesen für Arminia Bielefeld, Borussia Mönchengladbach und Schalke 04 abgespielt?

In jeder einzelnen Stadt werden elf attraktive Sehenswürdigkeiten, kulturelle Highlights oder Fußballkultstätten mit Vereinsgeschichte und Geschichten bekannter Spieler, Trainer und Funktionäre verknüpft. Die Route führt gleichzeitig zu Baudenkmälern, die eine sympathische, auf den ersten Blick nicht immer erkennbare Beziehung zum Fußball haben. Oft stecken Ereignisse, Episoden und Anekdoten dahinter, die auch ausgewiesenen Kennern des Vereins unbekannt sein dürften.

Die offiziellen Schilderenthüllungen ließen sich die Oberbürgermeister der 15 Städte nicht nehmen. Zusammen mit den jeweiligen Bundesligaclub-Präsidenten, dem Präsidenten und dem Geschäftsführer des Projektträgers sowie viel Fußballprominenz wurden die Städtetouren der



**Pressekonferenz zum landesweiten Heimatwettbewerb in Zusammenarbeit mit dem Innenministerium des Landes NRW und Nordrhein-Westfalen Tourismus e.V. am 19. März 2007 in Düsseldorf mit Gerhard Brinker, Prof. Dr. Ute Dallmeier, Dr. Ingo Wolf, Thomas Allofs, Hermann Korfmacher**

Öffentlichkeit vorgestellt. Vier Monate lang sendete der WDR jeweils sonntags einen Beitrag zur Deutschen Fußball Route zur Einstimmung auf eine touristisch einmalige NRW-Attraktion, die von Gästen aus aller Welt besucht wird.

Viele Bundesligavereine berichteten vor großer Zuschauerkulisse im Stadion-TV über den DFR-Städteguide der Heimatstadt. Um es den Besuchern möglichst einfach zu machen, den Spuren großer Spielerpersönlichkeiten zu folgen, liegen kostenlose Folder mit Stadtplan und Infos zum lokalen Teil der Deutschen Fußball Route bei den Touristen-Informationen aus. Die örtlichen Buchhandlungen haben meist alle 15 DFR-Städteguides im Reiseführerformat vorrätig, die viele alte Geschichten und Fotodokumente rund um den Bundesligafußball der Stadt aufbereitet haben. Für Gäste und Fans, die sich nur kurz für die Städte, Stadien und Stars der Fußball Route interessieren, gibt es einen 240 Seiten starken Übersichtsband.

#### **DIE PROJEKTPARTNER**

Lange vor der Realisation der Fußballroute ging der WFLV auf zweckmäßige Kooperationspartner zu. Die positiven Reaktionen aller Wunschpartner zeigten deutlich, dass sich schnell Win-win-Situationen für alle Beteiligten abzeichnen

würden. Folgende Partner konnten in der Anfangsphase überzeugt werden:

1. Das NRW-Sportministerium als maßgeblicher Finanzier der infrastrukturellen Maßnahmen.
2. NRW-Tourismus, der nordrhein-westfälische Dachverband für alle Tourismusorganisationen und touristischen Leistungsträger, sorgte für Akzeptanz des Themas Fußball in seinen Mitgliedsorganisationen und machte die überregionale Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.
3. Das Goethe-Institut kontrollierte die Richtigkeit der inhaltlichen Beschreibung von über 300 auf Tafeln und in Büchern empfohlenen Kulturdenkmälern.
4. Das Willibald Gebhard Institut der Universität Duisburg/Essen, eine international anerkannte, sporthistorisch orientierte Organisation, kümmerte sich um die sporthistorisch-fachliche Aufbereitung der Fußballgeschichte(n).
5. Die Fachhochschule Gelsenkirchen steuerte Analysen zur inhaltlichen Weiterentwicklung in Richtung Programme für Schul- und Klassenfahrten sowie eine Prognose des Wertschöpfungspotenzials der DFR bei.
6. Die Cologne Business School, die Konzepte zur geeigneten Organisations-



## Sonntag oder Influenza-Pandemie?

**Einer Pandemie vorsorgen. Weil es sonst kein Nachher mehr geben könnte.**

Haben Sie schon einen Notfall-Plan? Die Experten sind sich einig: Die Influenza-Pandemie kommt – nur der Zeitpunkt ist nicht vorhersehbar. Warten Sie deshalb nicht länger, sondern sorgen Sie vor. Unterstützung bei der Pandemieplanung und zur medikamentösen Vorsorge erhalten Sie unter **[www.unternehmen-pandemie.de](http://www.unternehmen-pandemie.de)** oder rufen Sie uns an:

☎ **07624 / 14-2493**



**[www.unternehmen-pandemie.de](http://www.unternehmen-pandemie.de)**  
aktiv gegen Influenza

## VERBAND & MANAGEMENT

form und zu einer Marketingstrategie erarbeitete.

7. Der Meyer & Meyer Verlag fungierte als Herausgeber von 16 Büchern zur DFR.

### DIE REALISIERTE KOOPERATION ZWISCHEN ADAC UND WFLV

Die Weiterentwicklung der Infrastruktur hin zu touristisch vermarktungsfähigen Produkten und Leistungen bildete den Schwerpunkt der zweiten Projektphase. Sie ließ sich ebenfalls nur durch Kooperationen mit den bestehenden und zusätzlichen Partnern aus Politik und Wirtschaft realisieren. Einer der wichtigsten Partner dieser Phase wurde der ADAC, der die Zusammenarbeit in seiner Zeitschrift ADAC-Kurier wie folgt beschrieb:

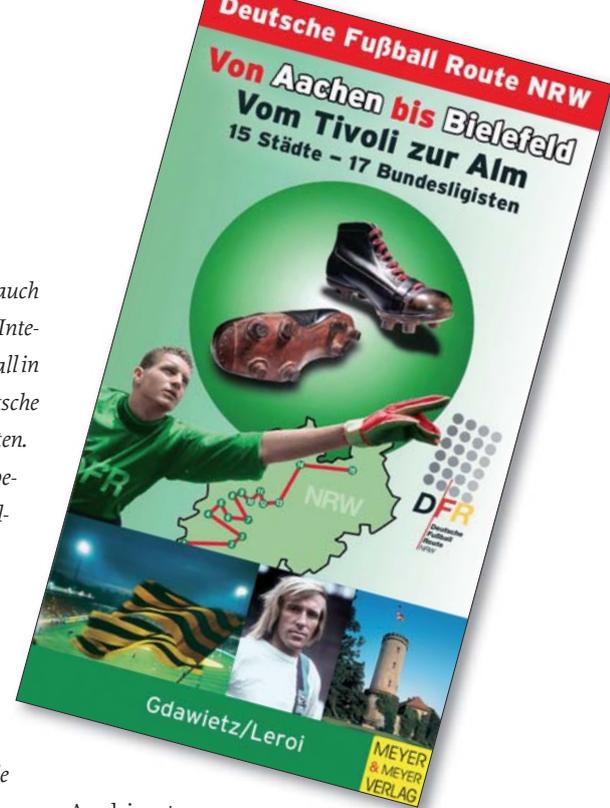
*„167 m hoch über der Landeshauptstadt Düsseldorf, im Rheinturm, mit Blick weit über die Fußballlandschaften von Düsseldorf, Mönchengladbach, Krefeld und bei genauer Ortskenntnis auch Leverkusen und Köln, präsentierte der ADAC in NRW seinen diesjährigen, überregionalen Heimatwettbewerb den Vertretern der Presse und damit der Öffentlichkeit. In hervorragender Kooperation mit der Landesregierung NRW, dem Westdeutschen Fußball- und Leichtathletikverband und dem NRW Tourismus entstand eine informative und interessante Broschüre rund um das Thema Fußball.“*

*Wie wichtig und repräsentativ diese Vernetzung zwischen dem ADAC, dem Innenministerium mit seinem Ressort Sport und dem Westdeutschen Fußball- und Leichtathletikverband ist, zeigte die hochrangig besetzte Pressekonferenz am 19. März in Düsseldorf. Innenminister Dr. Ingo Wolf, der Präsident des WFLV, Hermann Korfmacher, Geschäftsführerin des NRW Tourismus, Frau Prof. Ute Dallmeier, und der Vorsitzende des ADAC Westfalen, Gerhard Brinker, stellvertretend für den ADAC in NRW, lobten in ihrer Rede die Synergieeffekte, die von dieser Broschüre ausgehen. Unterstützung fanden sie zudem bei dem Alt-Fußballprofi Thomas Allofs, der dieser Pressekonferenz beiwohnte.*

*Sowohl aktive Fußballbegeisterte als auch Laien erfahren anhand dieser Broschüre Interessantes und Kurioses zum Thema Fußball in NRW. Den „roten Faden“ bildete die Deutsche Fußball Route NRW mit ihren 15 Städten. Für jede Stadt wurden in diesem Wettbewerb zwei Ziele ausgesucht, ein fußballorientiertes Ziel und ein kulturelles. Sehenswürdigkeiten einer Stadtlandschaft und Fußball widersprechen hier nicht. Ganz im Gegenteil: Alt und Jung, alleine, mit Familie und mit Freunden kann hier jeder ohne Zeitdruck bis in den Spätherbst hinein Heimatkunde praktizieren.“*

Das Thema „Deutsche Fußball Route NRW“ war, für viele überraschend, ein voller Erfolg für die ADAC-Organisatoren. Die Teilnehmerzahlen, die Teilnehmerstruktur und das Medieninteresse konnten sich sehen lassen. Zudem konnten die PR-trächtigen Kontakte zur Landesregierung und zu prominenten Fußballern für den Partner augenfällig nutzbar gemacht werden.

Die Prämierung der Wettbewerb-Gewinner wurde im Rahmen der Kooperation mit dem WFLV im VIP-Bereich des Dortmunder Signal-Iduna-Parks (ehemals Westfalenstadion) vorgenommen. Sigi Held, einer der ganz prominenten Dortmunder Altstars, gratulierte den ADAC-Mitgliedern persönlich. Durch das fußballnostalgische



Ambiente der Nordtribüne und die hautnahe Begegnung mit Idolen der Deutschen Fußball Route wurde für die Teilnehmer eine emotionale Nähe zum Thema und zum Veranstalter geschaffen, die der Interessenvertreter in Sachen Auto allein nicht erzeugen könnte.

Auch für den Fußballverband hatte die Kooperation ihren Charme. Eine besonders sympathische Seite des Fußballsportes, die großen nostalgischen Erfolge westdeutscher Spitzenmannschaften und ihrer Idole, bei aktiven ADAC-Mitgliedern präsentieren zu können, gab Aufschluss über die Akzeptanz des Themas bei fußballfernen Adressaten. Zudem konnten die professionell

### Eröffnung der 11 Stationen am 8. Juni 2008 in Aachen durch Oberbürgermeister Dr. Jürgen Linden





**Station 1 der Deutschen Fußball Route NRW am Kölner Dom**

wirkende Zusammenarbeit und ihre augenfälligen Ergebnisse demonstrieren, dass der WFLV als kompetenter Kooperationspartner auch in anderen Bezügen eine vernünftige Visitenkarte abzugeben imstande ist.

Nicht zuletzt durch die Dokumentation einer hervorragenden Zusammenarbeit konnte das Wirtschaftsministerium in einem Wettbewerb um EU-Mittel davon überzeugt werden, Geld in den Ausbau der Infrastruktur zu investieren. Bis Ende 2010 werden über zwei Millionen Euro darauf verwendet, eine beschilderte Radroute, eine ausgeschilderte Autoroute und eine GPS-basierte Gästeorientierung in 15 DFR-Städten zu schaffen. Mit der gesicherten Finanzierung im Rücken war man sich schnell einig, die Zusammenarbeit zwischen WFLV und ADAC-Westfalen im Projekt zu vertiefen.

**INTENSIVIERUNG UND AUSWEITUNG DER PROJEKTBEZOGENEN ZUSAMMENARBEIT**

Die Verbandsspitzen vereinbarten – unter dem Vorbehalt richtlinienkonformer Ausschreibung – folgende gewünschte Maßnahmen der Zusammenarbeit:

1. Die Streckenführung und Ausschilderung der geplanten ca. 650 Kilometer langen Autoroute der Deutschen Fußball Route NRW von Aachen nach Bielefeld bis zum Jahr 2010.
2. Der offizielle Kooperationspartner ADAC sichert als anerkannt kompetenter Partner in Sachen Automobilität eine hochklassige und interessante Streckenführung einschließlich aller notwendigen Genehmigungsverfahren.
3. Aufnahme der Autoroute in den ADAC-Reiseatlas und in weitere zukünftige Karten und Publikationen.
4. Offizielle Eröffnung der gesamten Autostrecke durch eine dreitägige Oldtimer-Rallye. Der Kick-off soll mit einem Teilnehmerfeld von etwa 100 alten Liebhaberfahrzeugen gefeiert werden. Die Organisation der Veranstaltung liegt in den Händen des ADAC. Der WFLV sorgt für prominente Oldie-Fußballstars, die eine höhere mediale Aufmerksamkeit garantieren, für die Teilnahme wichtiger Repräsentanten der Landes- und Kommunalpolitik sowie für eine professionelle Dokumentation der Rallye, die in eine Veröffent-

lichung im Meyer & Meyer Verlag als Reiseführer im Buchformat mündet.

**FAZIT:**

Das bereits realisierte Kooperationsprojekt zwischen ADAC und WFLV hat beiden Partnern so viele Vorteile gebracht, dass eine Intensivierung der Zusammenarbeit als erstrebenswert angesehen wurde. Wenn auch die drei weiteren geplanten Maßnahmen in Angriff genommen sind und auf dem bisherigen Niveau weitergeführt werden, dann erscheint eine strategische Kooperation, die sich auf Teile der jeweiligen Kerngeschäftsfelder bezieht, nicht ausgeschlossen. ■

**WEITERE INFOS**

→ [www.dfr-nrw.de](http://www.dfr-nrw.de)

→ [www.wflv.de](http://www.wflv.de)

→ [www.adac.de](http://www.adac.de)

**AUTOREN**

**DR. OEC. HSG GREGOR GDAWIETZ** ist Geschäftsführer des Westdeutschen Fußball- und Leichtathletikverbandes. Aufgrund seiner an der Hochschule für Wirtschaft in St. Gallen erworbenen Managementtechniken und seiner mehr als 25-jährigen Verbandstätigkeit ist er ein dynamischer Verfechter des unternehmerischen Denkens in Verbänden.

**DR. WOLFGANG POHL** ist im ADAC Westfalen e.V. verantwortlich für den Bereich Urlaub und Freizeit. Kontakt: ADAC Westfalen e.V., Freie-Vogel-Str. 393, 44269 Dortmund, Telefon: (02 31) 54 99 150, [wolfgang.pohl@wfa.adac.de](mailto:wolfgang.pohl@wfa.adac.de)