



© APA/EPA/Reinhard Eisenbauer

Das „Premiumprodukt“ kickt bei der Euro

Ausblick
ÖFB Wirtschafts-
betriebe-
Geschäftsführer
Bernhard
Neuhöfer.

Am 17. Juni spielt Österreich in Deutschland das erste EM-Spiel. Das ist auch für Verband und Sponsoren eine große Sache.

... Von Georg Sohler

Die Europameisterschaft von 14. Juni bis 14. Juli in Deutschland findet wieder mit Österreichs Herrenfußball-Nationalteam statt; es trifft auf Frankreich, Polen und die Niederlande. Die EM ist ein

Großereignis der Sonderklasse. 2,7 Mio. Tickets stehen an den Austragungsorten Berlin, München, Köln, Dortmund, Düsseldorf, Frankfurt, Gelsenkirchen, Hamburg, Leipzig und Stuttgart zur Verfügung. Trotz der Bedeutung als Wirtschaftsfaktor erwartet die deutsche Wirtschaft eher keine großen Impulse auf

die Gesamtentwicklung, aber es wäre ein wichtiger Faktor für das Image des Landes.

Die etablierten weltweiten Sponsoren der Euro sind Adidas, Alipay, Booking, Coca-Cola, Hisense und Vivo, neu sind Atos, AliExpress, Alipay+, Atos, BYD, Betano, Engelbert Strauss, Lidl, Unilever und Visit Qatar/Qatar

Airways. Aber auch der Fußballbund hat seine eigenen Sponsoren und hofft mit ihnen auf viele rot-weiß-rote Tore und ein gutes Business.

Inflation neutralisiert Gewinn
Und was erwartet man sich von der österreichischen Teilnahme an der Euro? Diese bringt