

PRESSEMITTEILUNG

Der 1. FC Union Berlin ist Mitglied im E-Commerce Verband – Merchandising boomt im Onlinehandel

Berlin, 14. Oktober 2016. Zum 9. Bundesligaspieltag begrüßt der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) mit dem 1. FC Union Berlin einen Traditionsverein der Bundesliga als neues Verbandsmitglied. Die Mitgliedschaft des Berliner Zweitligisten verdeutlicht die Bedeutung von Merchandising als stark wachsendem Marktsegment im E-Commerce und zeigt: Onlinehandel kann auch *Emotion Commerce*.

„Nicht ohne Liebe - Eisern Union!“ Der Berliner Fußballverein ist bekannt für die enge Beziehung zu seinen Fans. Diese hat schon Nina Hagen besungen. Nun verlagert der 1. FC Union Berlin sein Merchandising auch ins Netz und befriedigt so die Leidenschaft seiner Fans über einen weiteren Kanal. Lizenzprodukte boomen im Internet. Fanschal und Trikot, aber auch Festival-Hoodies oder Repliken von Jon Snows „Longclaw“-Schwert aus der epochalen Serie „Game of Thrones“ verkaufen sich hunderttausendfach im Handel – vor allem auch über Katalog und Internet. Denn die Liebe zum Verein, die Verehrung für einen Star oder die Begeisterung für eine Band kennt keine Grenzen. Merchandising-Produkte eignen sich ideal für den Verkauf im Onlineshop und die Bewerbung über Suchmaschinen und Social Media.

Ernst Trapp, CEO der E.M.P. Merchandising Handelsgesellschaft mbH und Mitglied im bevh, beobachtet darüber hinaus: *„Merchandising Artikel erfreuen sich nicht mehr nur bei eingefleischten Fans, sondern in zunehmendem Maße auch bei einer breiten Masse großer Beliebtheit. Dort werden Fan-Artikel häufig als Lifestyle-Produkte verstanden, mit deren Hilfe modische Akzente gesetzt werden. Der E-Commerce ist und bleibt auch bei uns der wichtigste Absatzkanal, wobei die Bedeutung der mobilen Nutzung immer mehr zunimmt.“*

Das Geschäft mit Merchandising-Lizenzen in Deutschland beträgt nach Schätzung der International Licensing Industry Merchandisers' Association (LIMA) etwa 10 Mrd. Euro. Allein die Bundesliga-Vereine nehmen in jeder Saison weit mehr als 200 Mio. Euro durch den Verkauf von Fan-Artikeln ein.

Jörg Taubitz, Marketing-Geschäftsführer des 1. FC Union Berlin, will im E-Commerce an der Spitze mitspielen: *„Für uns ist die Weiterentwicklung unseres Onlineshops ein wichtiger Meilenstein im Ausbau der Serviceleistung für unsere Fans. Wir haben sehr viele Anhänger, die noch nicht oder nicht mehr in Berlin wohnen. Für die Exil-Unioner ist die Möglichkeit des Onlineshoppings von großer Bedeutung. Aber auch für unsere Berliner Anhänger ist es eine große Erleichterung, nicht für alles zum Stadion oder ins UNION ZEUGHAUS nach Köpenick kommen zu müssen. Ob Eintrittskarte, das aktuelle Saisontrikot oder der Mitgliedsausweis, alles kann ab sofort auch online bestellt werden.“*

Die Berliner Kicker befinden sich im bevh in guter Gesellschaft. Auch Rekord-Meister FC Bayern München engagiert sich dort für E(motion)-Commerce. Und mit E.M.P. zählt einer der größten europäischen Merchandising-Onlineshops zum Vorstand des E-Commerce-Verbands.

„Wir freuen uns, einem so profilierten Verein wie dem 1. FC Union Berlin im E-Commerce als starker Partner zur Seite zu stehen. Der Eintritt des Kultvereins in unseren Verband ist einmal mehr ein Zeichen dafür, dass emotionale Käuferlebnisse über viele Kanäle initiiert werden können. Auch Digital.“, so Christoph Wenk-Fischer, bevh-Hauptgeschäftsführer über die neue Mitgliedschaft.

Kontakt:

Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)

Friedrichstraße 60 (Atrium Friedrichstraße), 10117 Berlin

Josephine Schmitt, Presseabteilung

Tel. 030 20 61 385 16, 0162 252 52 68

josephine.schmitt@bevh.org, www.bevh.org, www.katalog.de

Über den bevh

Dank E-Commerce und Internet ist der Versandhandel so vital wie nie. Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) ist die Branchenvereinigung der Interaktiven Händler (d.h. der Online- und Versandhändler). Die Branche setzt aktuell jährlich im Privatkundengeschäft allein mit Waren rund 52,4 Mrd. Euro um, mehrheitlich durch Mitglieder des bevh. Der Online-Handel mit Waren hat daran aktuell einen Anteil von über 90 Prozent. Der jährliche Gesamtumsatz im Geschäft mit gewerblichen Kunden wird auf mindestens 8,1 Mrd. Euro geschätzt. Neben den Versendern sind dem bevh auch namhafte Dienstleister angeschlossen. Nach Fusionen mit dem Bundesverband Lebensmittel-Onlinehandel und dem Bundesverband der Deutschen Versandbuchhändler, repräsentiert der bevh die kleinen und großen Player der Branche. Der bevh vertritt die Brancheninteressen aller Mitglieder gegenüber dem

Gesetzgeber sowie Institutionen aus Politik und Wirtschaft. Darüber hinaus gehören die Information der Mitglieder über aktuelle Entwicklungen und Trends, die Organisation des gegenseitigen Erfahrungsaustausches sowie fachliche Beratung zu den Aufgaben des Verbands.