



Daniel Pankofer, Manager des VfL Lübeck-Schwartau

Handball als Business

VfL Lübeck-Schwartau ◀ Der Zweitligaclub VfL Lübeck-Schwartau hat sich auf mehreren Ebenen professionalisiert. Wie funktioniert ein Handballverein, der gleichzeitig eine GmbH ist? Wie finanziert er sich und wie verändert das seine Strukturen?

Eine einsame Basstrommel, ein verzerrtes Gitarrenriff und der Chor: „VfL! Endlich, es ist wieder soweit, die Hansehölle schreit.“ Mit „Hansehölle“ ist die Hansehalle gemeint, die Heimat des VfL Lübeck-Schwartau. Das Lied ist die Hymne des 1886 gegründeten Handballvereins.

Die VfL-Handballer, sagt Daniel Pankofer stolz, seien „die sportlichen Aushängeschilder der Stadt“. Pankofer ist seit Januar VfL-Manager. Er sieht durchtrainiert aus, als sei er selbst noch aktiver Profihandballer, und in seinen druckreifen Formulierungen schimmert der BWLer durch, der seinen Verein perfekt repräsentiert.

Pankofer arbeitet hauptamtlich – wie auch die 20 Spieler, die fünf Trainer und die sechs weiteren Geschäftsstellenmitarbeiter. Seit 2002 trägt eine GmbH, deren Geschäftsführer Pankofer ist, die wirtschaftliche Verantwortung der Profimannschaft des mit 2.700 Mitgliedern zweitgrößten Sportvereins Ostholsteins.

Der Handballsport hat sich in den vergangenen Jahrzehnten professionalisiert und dadurch kommerzialisiert – das zeigt eine Bachelorarbeit von Hannah Eilers aus dem Jahr 2013. Diese Entwicklung habe die Vereine stark geprägt. Während sein Vorgänger noch ehrenamtlich arbeitete, nennt Pankofer seinen Verein selbstverständlich ein „Wirtschaftsunternehmen“. Das „Kapital“ dieses Marktes seien die Sportler, deren Situation, so Pankofer, sich dadurch verbessert habe: „Wir haben jetzt Ärzte und Physiotherapeuten, und die Spieler müssen nicht mehr nebenbei arbeiten.“ Im Ehrenamt ließe sich ihr Arbeitspensum auch kaum bewältigen: Sie haben acht Trainingseinheiten pro Woche und fast jedes Wochenende Spiele – elf Monate im Jahr.

Sponsoring ◀ Die Professionalisierung kostet. Größter Posten sind die Löhne der Angestellten. Auch die Spielerversicherungen sowie Fahrt- und Hotelkosten bei Auswärtsspielen schlagen zu Buche. Bei den Heimspielen fallen Hallenmiete, Catering und Kosten für zusätzliches Personal an.

Dass der VfL dafür über ein Budget von 1,8 Millionen Euro verfügt, verdankt er hauptsächlich den Sponsoren. Sie zu überzeugen, ist kein Selbstläufer: „Das läuft meist über Kontakte oder Empfehlungen“, sagt Pankofer. Wichtig sei, dass die Entscheider die legendäre Stimmung im Spiel erleben. „Sie haben ja einen Grund für ihr Sponsoring, wollen was erreichen.“ Sprich: Die Sponsoren wünschen sich, dass die Dynamik des Sports auf das Image ihres Unternehmens abfärbt.

Auch Lübeck's Bürgermeister Jan Lindenau komme regelmäßig in die Hansehölle, erzählt Pankofer. Die Unterstützung der Stadt brauche der Verein etwa für den geplanten Hallenumbau, der rund zwei Millionen Euro koste. Davon trägt die Stadt 450.000 Euro, der Verein 300.000, den Großteil übernimmt das Land. Der Umbau ist Teil der strategischen Planung des Wirtschaftsunternehmens VfL Lübeck-Schwartau.

Auch wenn der VfL derzeit nur auf Platz 13 steht – ein weiteres Planungsziel ist ein Wechsel in die erste Liga. Damit wären die Anforderungen an die Halle zwar noch höher, aber es würden üppige Einnahmen aus der Fernsehübertragung sprudeln. ◀◀

Autorin: Friederike Grabitz
Freie Journalistin
redaktion@ihk-sh.de

Mehr unter
www.vfl-luebeck-schwartau.de