

Premium-Events als Erfolgsgaranten

Kentaro baut Wachstum aus



AMERIKA -TOUR SCHWEDEN

JANUAR



VALUEV VS. LIAKHOVICH

FEBRUAR



BRASILIEN VS. SCHWEDEN

MÄRZ



MEDIENRECHTE ÖFB

APRIL



MEDIENRECHTE UKRAINE

MAI



USA VS. ARGENTINIEN

JUNI



CHELSEA PRESEASON TOUR

JULI



EMIRATES CUP

AUGUST



BELLINZONA VS. GALATASARAY

SEPTEMBER



WEISSRUSSLAND VS. ENGLAND

OKTOBER



ABRAHAM VS. MARQUEZ

NOVEMBER



MANCITY VS. PSG

DEZEMBER

FORTSETZUNG FOLGT...

In zahlreichen internationalen Medien war es zu lesen: Nur die großen Live-Events werden Sponsoren und TV-Stationen auch in schlechten Zeiten attraktive Einschaltquoten beschern. Kentaro hat diese Entwicklung vorhergesehen – und setzt daher konsequent auf hochklassige Fußball- und Boxveranstaltungen.

Über die Folgen der Finanzkrise für die Sportwelt ist in den vergangenen Tagen viel diskutiert worden. Auch CNN, NBC und die USA Today haben sich ausführlich mit dem Thema beschäftigt. Der Tenor: Wenn eine Sportart der Krise trotzen kann, dann der Fußball. Als Experten zitierten die drei Publikationen unter anderem Philipp Grothe. Der 41-Jährige muss es wissen. Schließlich veranstaltet die Kentaro Group seit Jahren Top-Events in den größten Stadien dieser Welt. „Ob Kaka, Messi, Rooney oder Robinho – große Namen und große Teams werden die Zuschauer immer magisch anlocken“, ist der CEO überzeugt. „Das gilt für Nationalmannschaften wie für den Klubfußball.“

EXKLUSIVES PORTFOLIO MIT MEHR ALS 20 FEDERATIONS

Die Ausrichtung von Freundschaftsspielen auf neutralem Boden hat sich bewährt. Wo immer die „Brazil World Tour“ oder „Argentina World Tour“ dieses Jahr auch Halt gemacht haben – ausverkaufte Arenen mit begeisterten Fans waren die Regel. So schlug die Seleccion unter anderem Schweden im voll besetzten Emirates Stadium, während Messi und Co. bei ihren Auftritten in Ägypten und Amerika alle Rekorde brachen. Ein großer Erfolg war auch der Emirates Cup, Arsenal Londons zweitägiges Preseason-Tournament, das exklusiv von Kentaro vermarktet wird. Das Mini-Turnier zwischen den Gunners, Juventus Turin, Real Madrid und dem Hamburger SV erfreute Fans,

TV-Sender und Sponsoring-Partner in gleichen Maßen. Neben Arsenal vertrauen im Mutterland des Fußballs noch zahlreiche andere Top-Teams der Schweizer Sportrechte-



Ausverkauftes Giants Stadium: Im Juni begeisterten die USA und Argentinien die Fans in New York.

agentur. So hat der FC Chelsea das erst 2003 gegründete Unternehmen mit der Vermarktung sämtlicher Freundschaftsspiele beauftragt. Für Manchester City vermarktet man nicht nur die TV-Rechte im UEFA Cup, sondern produziert darüber hinaus auch MCFCTV, den clubeigenen TV-Channel – genau wie für Everton (Everton TV). Auch der FA Cup gehört zum exklusiven Portfolio. Mehr als 20 Verbände haben Kentaro ihre globalen Medienrechte übertragen. In der WM-Qualifikation vermarktet die Agentur über 250 Begegnungen, unter ihnen die Spiele von England, Irland, Schweden, Österreich, Norwegen, Montenegro und der Ukraine. Erst im September wurde ein langjähriger Vertrag mit der US Soccer Federation geschlossen. „Kentaro wird uns helfen, unsere globale Bekanntheit weiter zu steigern“, sagt USSF-Präsident Sunil Gulati.

DERBY-FIEBER IM RUHRGEBIET

In Deutschland steht das nächste Highlight ebenfalls schon bevor. Am 4. Januar brennt beim „Derby-Fieber – Hyundai Cup 2009“ in der Dortmunder Westfalenhalle die Luft. Auf extra verlegtem Naturrasen werden Borussia Dortmund, Bayer Leverkusen, Borussia Mönchengladbach, der 1. FC Köln, der VfL Bochum und Preußen Münster um die Vorherrschaft im Revier kämpfen. „Jedes Spiel hat

Derby-Charakter – da ist Höchstspannung garantiert“, sagt Olaf Jochmann, Geschäftsführer der Kentaro GmbH. „In den kommenden Jahren wollen wir Derby-Fieber als das führende Hallenturnier in Deutschland etablieren.“

Auch der Sauerland-Boxstall, der exklusiv von Kentaro vermark-

tet wird, lockt die Fans in Scharen. Namen wie Abraham, Valuev oder Povetkin kennt man auf der ganzen Welt. Wenn die Weltmeister zur Prime Time am Samstagabend in den Ring steigen, sehen in der ARD bis zu acht Millionen TV-Zuschauer zu. Das amerikanische Pay-TV ist ebenfalls live dabei. Für 2009 hat Kentaro ehrgeizige Ziele. „Wir werden unsere Präsenz im deutschsprachigen Raum weiter ausbauen“, so Jochmann.

KENTARO

Ansprechpartner in Deutschland

Olaf Jochmann • ojochmann@kentarogroup.com

Kalle Sauerland • ksauerland@kentarogroup.com

Telefon: 040-897 26 29 0

Telefax: 040-897 26 29 29

www.kentarogroup.com

Kentaro GmbH

Gasstraße 12 · 22761 Hamburg

KENTARO

www.kentarogroup.com