

# VERTRIEB 2.0: DIE FANSHOP- TRENDSTUDIE

## Daten, Trends, Analysen und Bewertungen im Fokus des deutschen Fußball-Merchandising

Der Vertrieb von Merchandise-Produkten ist längst mehr als nur der Verkauf von Fanartikeln – er ist ein strategischer Erfolgsfaktor für Klubs, Marken und Partner. Dabei stehen Vereine vor der Herausforderung, ihre Vertriebsstrukturen fortlaufend an die eigenen Ressourcen, veränderte Konsumgewohnheiten, neue Erwartungshaltungen der Fans und technologische Entwicklungen anzupassen.

Der neue Trendreport zeigt, wie stark sich der Vertrieb im Fußball-Merchandising innerhalb der letzten Jahre verändert hat. Insbesondere digitale Vertriebskanäle, Omnichannel-Ansätze und innovative Store-Konzepte prägen die aktuelle Phase. Die Corona-Pandemie hat den E-Commerce nachhaltig befeuert, während gleichzeitig moderne Fanshops als Erlebniswelten neu gedacht werden.

Dabei geht es nicht mehr nur um die Wahl zwischen stationärem oder digitalem Verkauf – sondern um die optimale Kombination beider Kanäle. Erfolgreiche Klubs wie der FC Bayern, Borussia Dortmund oder Eintracht Frankfurt zeigen mit interaktiven Stores, Pop-up-Konzepten oder personalisierten Online-Angeboten, wie Vertrieb heute funktioniert. Neue Formate wie Social Commerce, Voting-Tools, Influencer-Kampagnen und Live-Shopping erschließen zusätzliche Zielgruppen und stärken die Fanbindung.

In der neusten Untersuchung **„Vertrieb 2.0: Die Fanshop-Trendstudie“** analysiert **Dr. Peter Rohlmann** die Fanshop-Landschaft im deutschen Fußball. Der neue Trendreport bietet:

- eine fundierte Analyse aktueller Vertriebsstrukturen,
- eine exklusive Datenanalyse zur Fanshop-Infrastruktur,
- Best-Practice-Beispiele deutscher Klubs,
- Bewertungen innovativer Technologien wie Self-Service-Stores, AR-Anwendungen oder E-Commerce-Integrationen sowie
- praxisnahe Empfehlungen zur Zukunftssicherung des Merchandising-Vertriebs.

Ob interne Merchandising-Abteilung, Vertriebspartner oder Club-Management – dieser Report liefert wertvolle Entscheidungsgrundlagen für alle, die sich strategisch mit dem Thema Sportmerchandising auseinandersetzen wollen.

## Inhalt

1. Problemstellung
2. Vertriebsstrukturen
  - 2.1 Grundsätzliche Vertriebsoptionen
  - 2.2 Voraussetzungen
  - 2.3 Nutzung der Vertriebsstrukturen
3. Datengrundlage
  - 3.1 Merchandising im deutschen Fußball
  - 3.2 Die Fanshops der deutschen Fußballklubs
4. Neue Trends
  - 4.1 Vom Fanshop zum Fantempel
  - 4.2 Erweiterung im E-Commerce
  - 4.3 Innovative Instrumente
5. Fazit

Quellen

Ergänzende Informationen

## Schutzgebühr

PDF-Version 249,00 € zzgl. MwSt

Printversion plus 20 € zzgl. MwSt

## PR MARKETING

**Dr. Peter Rohlmann**

Huntestr. 19, 48431 Rheine

Tel. 05971-17908

Fax 05971-17909

Email: [info@pr-marketing.de](mailto:info@pr-marketing.de)

© Dr. Peter Rohlmann 2025

Rheine – St. Gallen

Weitere Studien aus unserm Hause unter:

<https://pr-marketing.de/content.php?content=publikationen&section=studien>