

RB Leipzig auf Übersee-Tour: Testspiele und neue Fans in den USA

RB Leipzig startet in New York mit PR-Aktionen und Testspielen, um in den USA neue Fans zu gewinnen und den Klub weiterzuentwickeln.

RB Leipzig auf USA-Tour: Ein strategischer Schritt zur globalen Fanbasis

Innovative Expansion in Nordamerika

Ein aufregendes Kapitel beginnt für RB Leipzig, das mit einer Chartermaschine in die USA gestartet ist, um das Konzept der „Internationalisierung“ weiter voranzutreiben. Die Mannschaft unter Cheftrainer Marco Rose hat als Ziel, nicht nur auf dem Spielfeld zu glänzen, sondern auch die Marke RB Leipzig intensiv international zu etablieren.

Eine bedeutende PR-Initiative

Die Reise des Klubs umfasst neben Spielen auch verschiedene Public Relations Aktivitäten. Dazu gehört die Vorstellung des neuen Puma-Trikots am traditionsreichen Times Square in New York. Diese Aktionen sind darauf ausgerichtet, die Wahrnehmung des Vereins zu steigern und neue Fans zu gewinnen, wie es Klub-Boss Johann Plenge beschreibt. Er betont die Bedeutung dieser Reise als „Basis für die Weiterentwicklung des Klubs“ und sieht die USA als Schlüsselmarkt.

Testspiele und Trainings im Fokus

Die Mannschaft steht vor der Herausforderung, sich in zwei Testspielen gegen Teams wie Aston Villa und Wolverhampton zu beweisen, während gleichzeitig öffentliche Trainingseinheiten angeboten werden. Die Spiele finden zu Zeiten statt, die für europäische Zuschauer zugänglich sind, und werden in Europa auf verschiedenen Plattformen wie Sky und DAZN übertragen. Solche Übertragungen sind entscheidend, um die internationale Sichtbarkeit von RB Leipzig zu erhöhen.

Verkaufszahlen und Fan-Interesse

Mit rund 20.000 verkauften Tickets für jedes Testspiel zeigt sich das Interesse des amerikanischen Publikums trotz der Vielzahl an Sportereignissen, die in den USA stattfinden. Solche Verkaufszahlen sind ein positives Zeichen und unterstreichen das Potenzial, das in diesem Markt steckt. Die Reise wird von der DFL mit 450.000 Euro unterstützt und könnte langfristig auf einen bedeutenden wirtschaftlichen Nutzen abzielen.

Nachhaltiger Fokus auf Nordamerika und Asien

Die Reise ist Teil einer langfristigen Strategie von RB Leipzig, die es dem Verein ermöglichen soll, jährlich auf große Übersee-Touren zu gehen. Der asiatische Markt wird ebenfalls als zukünftige Gelegenheit betrachtet, um die globale Präsenz zu erhöhen. Positive Begegnungen mit lokalen Fans und potenziellen Sponsoren sind für den Klub von hoher Wichtigkeit.

Ein Blick auf die Spielerentwicklung

Zu den besonderen Aspekten gehört auch die Einbindung von Nachwuchsspielern in diese internationalen Aktivitäten. Zehn junge Talente begleiten die Mannschaft auf dieser Reise, was die Philosophie des Vereins unterstreicht, Talente zu fördern und gleichzeitig internationale Erfahrungen zu sammeln. Während Yussuf Poulsen bereits in New York ist, erwartet das Team auch

die Rückkehr anderer Spieler, die nach der EM noch fehlen.

RB Leipzig wird also nicht nur als Team, sondern auch als Marke auf Tour gehen. Die Reise nach Nordamerika stellt einen innovativen Schritt dar, um sich in einem der größten Sportmärkte der Welt zu positionieren und mögliche synergetische Beziehungen auszubauen. Das langfristige Ziel mag futuristisch erscheinen, doch der erste Schritt ist bereits gemacht.

- **NAG**

Details

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de