



MLB: Von der „American Past Time“ zur „Global Prime Time“

Seit einem knappen Jahrhundert gehört Major League Baseball genauso zu Amerika wie „Apple Pie“. Saisonhöhepunkte wie die „World Series“ sind jedem US-Bürger ein Begriff und werden von Millionen von Menschen im Fernsehen und Radio mitverfolgt. Immer häufiger gesellen sich neuerdings auch Baseballfans aus aller Welt zu den amerikanischen Massen.



Internationale Homeruns sind mittlerweile auch im Homerun Derby keine Seltenheit mehr

Seit Anfang der 90er Jahre erreichen die Führer der US-Profiliga zahlreiche Länder in Europa, Asien und Südamerika. Ausgeklügelte Nachwuchsprogramme wie Play Ball! in Deutschland haben erreicht, das Baseball mittlerweile in über 230 Ländern weltweit gespielt wird. Nicht umsonst stam-

men heutzutage bereits 29% aller MLB Profis aus dem Ausland.

Reflektiert wird diese Entwicklung auch im Alltagsgeschehen der Liga. Das Homerun-Derby im Rahmen des All-Star-Weekendes in Detroit wurde erstmals im internationalen Format ausgetra-

gen und auch die 76. „Midsummer-Classic“ selbst war geprägt von den herausragenden Leistungen ausländischer Stars wie Miguel Tejada (Dominikanische Rep.) oder Andruw Jones (Niederlande).

Nicht umsonst haben sich in den vergangenen Monaten deshalb auch deutsche Unternehmen wie Adidas, DHL oder PUMA um eine Partnerschaft mit Major League Baseball bemüht.

Der Trend in der MLB zeigt eindeutig in Richtung Internationalisierung und findet bereits im März 2006 seinen nächsten Höhepunkt: In Japan, Puerto Rico und den USA wird dann zum ersten Mal die erste „World Baseball Classic“ mit allen Stars des internationalen Baseballs über die Bühne gehen.

Pitch, Hit & Run sprengt regionale Grenzen

Dass Pitch, Hit & Run, das offizielle Schulprogramm der Major League Baseball, mittlerweile überregionale Anziehungskraft besitzt, zeigte sich anlässlich des jüngsten Auftritts der MLB in Köln. Beim fünften Pitch, Hit & Run Regionalfinale in der Domstadt mischten sich nämlich auch die fünfte und sechste Klasse von Lehrer Stefan Sonnenberg aus dem pfälzischen Montabaur unter die baseballbegeisterten Teilnehmer.



Play Ball! - das bedeutet Spaß und Teamgeist für Jedermann!

„Baseball ist ein super Sport und eine willkommene Abwechslung zum normalen Sportunterricht in der Schule,“ erklärte Sonnenberg die „Klassenfahrt“ zur MLB nach Köln. „Wenn die Kinder erst mal auf den Geschmack gekommen sind, wollen sie immer mehr,“ so der selbst Baseball spielende Lehrer. „Leider fehlt mir aber die Zeit, ihrem Wunsch nach einem eigenen Verein nachzukommen, aber dafür gibt es ja jetzt die MLB.“

Richtig gesagt, Herr Sonnenberg. Mit dem Pitch, Hit & Run Schulprogramm ermöglicht Major League Baseball jedes Jahr 85.000 Kindern den Einstieg zum Baseball. Egal ob Nord, Süd, Ost oder West - mit Pitch, Hit & Run bleiben alle am Ball!

MLB ersetzt Dow Jones und NASDAQ bei Bloomberg TV

Zumindest temporär konnte Major League Baseball vor Kurzem die wichtigsten Wirtschaftszahlen aus den Programmen von Bloomberg

TELEVISION verdrängen. Im Rahmen vom „Horizont Sport Business Talk“ drehte sich während 25 Minuten alles um die erfolgreichste Baseball-Profiliga der Welt.

So verwundert es denn auch nicht, dass in den vergangenen Jahren auch einzelne deutsche Spieler an die Türe zur stärksten Baseball-Liga der Welt geklopft haben. Minor Leaguer wie Mitch Franke haben den Sprung in die Majors zwar knapp nicht geschafft, trotzdem kann sich Deutschland in absehbarer Zeit wohl auf seinen ersten MLB Profi freuen. Schließlich gehört die Jugendarbeit unter dem Patronat von Play Ball! zu den aktivsten Jugendförderungs-Konzepten in Europa.



George Pascal erklärt die internationale Strategie von MLB

Zusammen mit Horizont Sport Business Chefredakteur Oliver Zils erläuterte MLB Experte George Pascal die Strategie hinter den globalen Bemühungen der amerikanischen Traditionsmarke. So war zum Beispiel zu erfahren, dass alleine in Deutschland jährlich über 96.000 Kinder aktiv mit Baseball in Berührung kommen.

Red Sox, Yankees, Dodgers und Cubs zu Gast auf Hamburgs Baseballplätzen

Seit wenigen Wochen ist Hamburg Schauplatz einiger der spannendsten Baseball-Duelle überhaupt. Mit den Red Sox, Dodgers, Cubs und Yankees duellieren sich nämlich nicht weniger als vier MLB-Traditionsklubs um den Titel des Play Ball! Meisters in der nördlichen Hansestadt.

Trikotübergabe, Mannschaftsteilung und MLB Roadshow fan-

den sich über 200 Kinder in der Hamburger Innenstadt ein.



Ein stolzer „Dodger“ bei der Trikotübergabe

Seitdem streben die begeisterten Kids mit viel Eifer ihren großen Vorbildern aus der amerikanischen Profiliga nach. Homeruns und Strikes gehören im hohen Norden dabei ebenso zum Play Ball! Alltag wie schmutzige Trikots oder abgedunkelte Augenränder. Schließlich steht die Teilnahme an der Play Ball! World Series im August in Köln auf dem Spiel. Und die, wollen sich weder Cubs noch Yankees, Dodgers oder Red Sox entgehen lassen...

Fragen, Anregungen oder Kommentare zu den MLB Marketing News? Wir freuen uns auf Ihr Feedback!

Major League Baseball Deutschland
ITMS Sports
Frankfurter Landstraße 15
61231 Bad Nauheim

Patrick Fischer
Tel. 06032 / 345-918
Fax 06032 / 345-929
patrick.fischer@itmsports.de