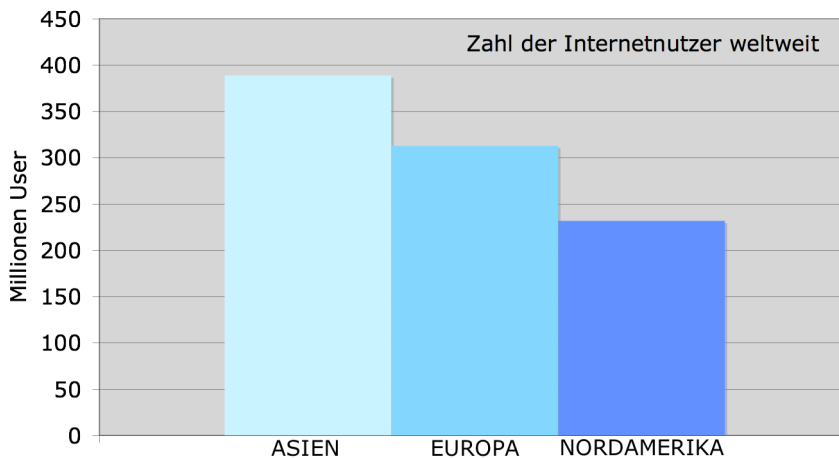


Sehr geehrte Damen und Herren,

viele Millionen Fußballfans in Fernost verfolgen die deutsche Bundesliga mit großer Leidenschaft. Das Internet ist das optimale Medium, um das Fortkommen des eigenen Lieblingsclubs in der Ferne mitzuverfolgen oder sich mit der aktuellen Fanartikelkollektion zu versorgen.

Doch oft suchen die asiatischen Internet-User vergeblich nach News über den Lieblingsverein in ihrer Muttersprache. Bisher **nutzen nur sehr wenige deutsche Clubs das enorme Potential**, das sie in diesen fernen Ländern besitzen. Dabei können nicht nur die großen Clubs von der Fußballbegeisterung und Kaufkraft in Asien profitieren. Auch die „Kleinen“ besitzen in Fernost unzählige Anhänger.

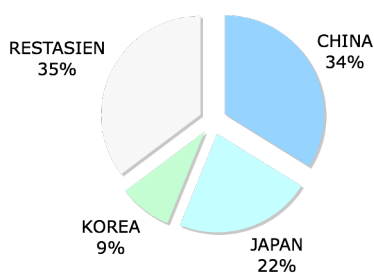


Das Internet ist in Asien bereits weit verbreitet, Tendenz steigend: Mit **389 Millionen Internetusern** ist Asien Spitzenreiter bei der Internetnutzung. Und der Markt wächst gewaltig: Allein in **China** stieg die Zahl der Internetnutzer in den letzten sechs Jahren um **fast fünfhundert Prozent**.

	Bevölkerung	Internetuser	Verbreitung des Internets	Anstieg der Internetuser (Jahr 2000-2007)
JAPAN	129 Mio.	86 Mio.	67,1 %	83,3 %
CHINA	1.317 Mio.	132 Mio.	10,0 %	486,7 %
SÜDKOREA	51 Mio.	34 Mio.	66,1 %	78,0 %

(Stand: Januar 2007 / Quelle: www.internetworldstats.com)

Verteilung der Internetnutzer auf die einzelnen asiatischen Länder



Aus der Ferne betrachtet wirkt der asiatische Markt oft unübersichtlich. Doch die Zahl der marktwirtschaftlich relevanten Länder ist sehr überschaubar:

Die **Schlüsselländer der Region** sind **Japan, China** und **Südkorea**. Allein diese drei Länder stellen **65 %** der asiatischen Internetnutzer.

Die wenigsten Bundesligisten nutzen bisher ihre Vermarktungsmöglichkeiten in den asiatischen Schlüsselmärkten. Allein der FC Bayern bietet eine **chinesische und eine japanische Version** seines Internetauftritts, Hertha BSC bietet chinesische, die Frankfurter Eintracht japanische Seiten an.

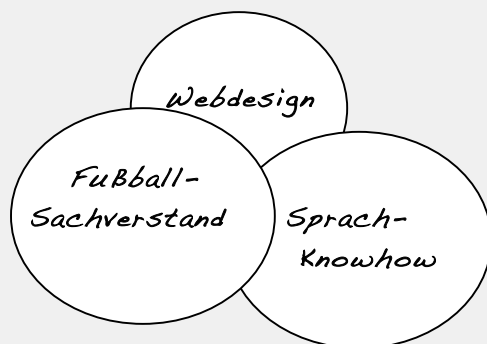
Ein Blick ins europäische Ausland zeigt, wer seine Hausaufgaben gemacht hat: In der **Premier League** verfügen ManU, Liverpool und Arsenal gar über eine thailändische Version ihrer Webpräsenz, der FC Chelsea bietet eine chinesische und Arsenal außerdem auch eine koreanische Version seiner Homepage an. In **Spanien** bieten der FC Barcelona (japanisch und chinesisch) und Real Madrid (japanisch) ihren asiatischen Fans aktuelle Clubnachrichten in deren Muttersprache. In **Italien** haben der AC Florenz, der AC Mailand und Messina

ihren Webauftritt ins Japanische übersetzen lassen; Inter Mailand, AS Rom, AC Mailand und Juventus Turin bieten den Service in chinesischer Sprache an.

In der **Bundesliga** finden wir folgendes Bild vor:

	Verein	Übersetzungen Internetauftritt:
1.	FC Bayern München	Englisch, Japanisch, Chinesisch, Spanisch
2.	FC Schalke 04	Englisch, Russisch
3.	VfB Stuttgart	Englisch, Spanisch
4.	Hertha BSC	Englisch, Chinesisch
5.	Eintracht Frankfurt	Englisch, Japanisch
6.	Bayer Leverkusen	Englisch
7.	Borussia Dortmund	Englisch
8.	1. FSV Mainz 05	Englisch
9.	Borussia Mönchengladbach	Englisch
10.	VfL Wolfsburg	Englisch
11.	Hamburger SV	Englisch
12.	SV Werder Bremen	Englisch
13.	1. FC Nürnberg	- keine -
14.	Hannover 96	- keine -
15.	Alemannia Aachen	- keine -
16.	VfL Bochum	- keine -
17.	Energie Cottbus	- keine -
18.	Arminia Bielefeld	- keine -

Unser Angebot an Sie:



Unsere Mitarbeiter bringen **Fußballsachverstand**, **Sprachkompetenz** und das notwendige Knowhow für die Möglichkeiten der **Neuen Medien** mit.

Besuchen Sie uns im Internet:

www.thomas-and-partners.com

Wie kein anderes Unternehmen in Deutschland sind wir spezialisiert auf die redaktionelle, graphische und technische **Umsetzung fußballbezogenen Webcontents für die wichtigen asiatischen Wachstumsmärkte**. Gerne betreuen wir auch Ihren Webauftritt – auf Wunsch mit den neuesten Finessen, seien es **Podcasts in japanischer Sprache** oder individuelle **chinesische Vereins-Newsletter per Mail**.

