



Baseball und Softball in Ulm

... Infos

www.falcons-ulm.de



Eröffnung Baseballfeld So. 28.06.09 im Pfaffenkau



PROGRAMM

- 11:00 Spiel der Jugend-Landesliga
VfB Ulm Falcons vs. Aichelberg Indians
- 13:45 Showtanzgruppe VfB Ulm
- 14:00 Regelkunde mit Softballmädeln
- 14:10 Warming-Up der Teams
- 14:45 Grußwort, First Pitch
durch Dorothee Kühne
VfB-Vorsitzende
- 15:00 Spiel - Verbandsliga
1. Herren-Verbandsliga
VfB Ulm Falcons vs. Nagold Mohawks

RAHMENPROGRAMM

- Kinderprogramm (Parcours) • Schlagtunnel
- LOSVERKAUF mit tollen Preisen

© Design & Print - Peranet.de

- Chronik/Erfolge	4
- Vereinsportrait und Ziele	5
- Das Neue Feld	6 - 7
- Ihr Nutzen	8
- Baseball heute & in Ulm	9
- Werbemöglichkeiten und Werbeflächen im Anhang	
- Das Freiwillige Soziale Jahr	10
- Kontaktdaten	11



Chronik/Erfolge:

1989 trafen sich junge Männer am Ulmer Valckenburgufer, um gemeinsam Baseball zu spielen. 1990 erfolgte dann der Eintritt in den SSV Ulm als Ab-teilung. Schon im Jahr darauf wechselte diese Abteilung nach Dornstadt zu den Sportfreunden Dornstadt.

1999 bot die Stadt Neu-Ulm ein Baseballfeld an. Fast alle Mitglieder zogen nach Neu-Ulm um und gründeten einen neuen Verein, den „Falcons Softball- und Baseballverein Neu Ulm e.V.“

2004 sollte die letzte Saison in den Wiley-Baracks sein, da der Baseballplatz auf dem Gelände der Landesgartenschau lag. Mittlerweile spielten die „FALCONS“ in der 2. Bundesliga. Der VfB Ulm Schwarz-Rot Ulm bot den „FALCONS“ die Aufnahme in den Verein auf dem Ulmer Eselsberg als eigenständige Abteilung an. Zunächst spielte und trainierten die „FALCONS“ auf den Fußballplätzen des VfB, zeitweilig auch „ausgelagert“ in Doanustetten – dies während der Bau-phase des neuen Baseplatzplatzes.

2009 eröffnen die „FALCONS“ ihre neue Baseballanlage mit neuem Platz auf dem VfB-Gelände Pfaffenkau/Bezirkssportanlage. Die Anlage ist der größte Baseballplatz im Umkreis von 50 Kilometern.

- 2000 Vizemeister Bayernliga
- 2001 Vizemeister Bayernliga
- 2002 Meister Bayernliga
- 2003 Meister Regionalliga
 - Schüler ungeschlagener Meister
 - drei Jugendauswahlspieler
- 2004 vierter Platz 2. Bundesliga
 - Schüler ungeschlagener Meister
 - drei Jugendauswahlspieler
- 2005 zwei Jugendauswahlspieler
- 2006 vierter Platz Regionalliga
 - Jugend ungeschlagener Meister
 - vier Auswahlspieler
- 2007 Schüler Vizemeister
 - drei Jugendauswahlspieler



Vereinsportrait und Ziele:

2009 feiert Baseball in Ulm 20-jähriges-Jubiläum.

Rechtzeitig dazu ist der neue Platz beispielbar.

Jetzt heißt das nächste sportliche Ziel für die FALCONS: wieder Regionalliga!

Aber das soll erst der nächste Schritt sein. Mittelfristig wollen die FALCONS zurück in die Regionalliga und in den nächsten Jahren zurück in die 2. Bundesliga. Das ist keine unrealistische Vorgabe. Die Abteilung des VfB Ulm ist sportlich wie von der Zahl der Mitglieder her im Aufwind. Neue Impulse bringt die neue Anlage beim VfB Ulm nach internationalen Richtlinien.

Aktuell gibt es in der Abteilung ca. 100 Aktive.

Die Mannschaften:

Damen
Herren 1
Herren 2
Jugend
Schüler

Der VfB Ulm will Baseball in der Stadt Ulm und auf dem Eselsberg etablieren – als Breitensport wie auch auf Leistungsniveau. Beleg für die gute Jugendarbeit sind Jugendliche in diversen Landesauswahlen Baden Württembergs.

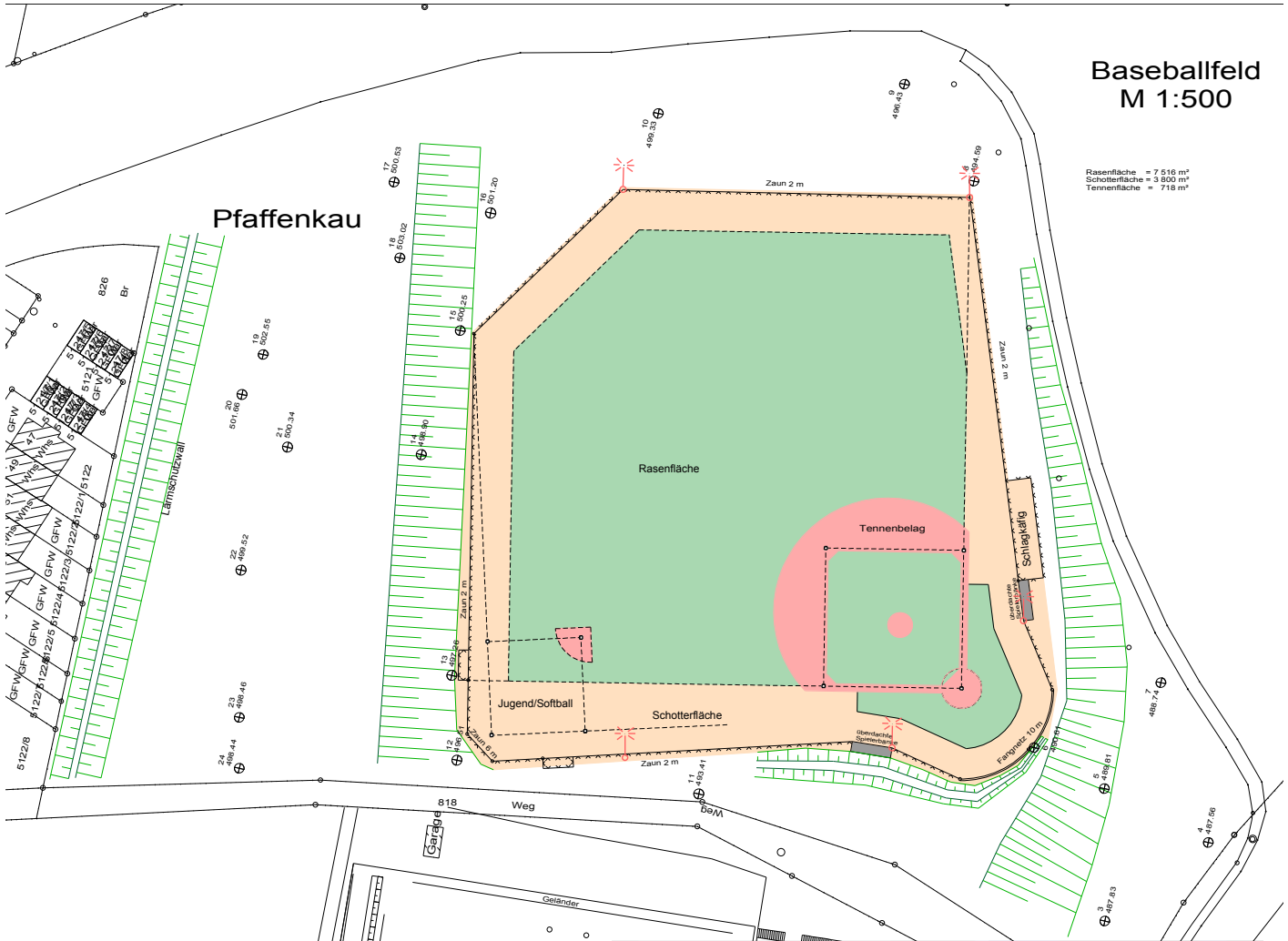
Die Schülermannschaft wie auch die Jugendmannschaft erreichen seit Jahren hervorragende Ergebnisse in ihren Ligen, so waren die Schüler beispielsweise 2007 Vizemeister der Landesliga.

- Joshua Elgart spielt seit 2 Jahren in der Jugendlandesauswahl
- Efthimios Flüge hat für die Schülerlandesauswahlmannschaft gespielt
- Florian Steinborn hat die Falcons in der Landesauswahl von Bayern und später in der Landesauswahl von Baden Württemberg vertreten
- Regina Guth in der Softballjugendauswahl, Dimitra Konstantinidou und Maïke Seyfried in der Juniorinnenauswahl



Das neue Feld:

Der neue Platz: *Direkt am viel befahrenen Berliner Ring gelegen.*



Fakten:

- Bauherr: Stadt Ulm
- Fertigstellung: Saisonbeginn 2009
- Baubeginn: Frühjahr 2008
- Flutlicht
- Tribüne
- Softball- und Jugendfeld integriert
- internationale Maße (100m/115m/100m)
- Diamond (Sandinfield)
- gute Verkehrsanbindung über den Berliner Ring
- gute Erreichbarkeit aus den Wohngebieten Eselsberg und Blaustein



Ihr Nutzen:

- Hauptzielgruppe der deutschen Baseball-Zuschauer: Junggebliebene, vor allem junge Familien mit dem Hang zum "American Way of Life"

Ihr Nutzen: Unkonventionelles Erreichen einer gefilterten Zielgruppe; "trendiger" Werbeauftritt

- Amerikanisiertes Umfeld, Baseball-Event als Familienerlebnis für Jung und Alt

Ihr Nutzen: Touch des "Außergewöhnlichen" bzw. "Besonderen", Möglichkeit gesonderter Kundeneinladung (z.B. US-Geschäftspartner)

- Marketinggerechter Werbeauftritt ("mehr als nur das Anbringen einer Werbebände wird von den Falcons ausdrücklich erwünscht; effektive Sponsoringgegenleistung möglich: z.B. Baseball-Showprogramm an einem ausgesuchten Event-Tag)

Ihr Nutzen: Echter Gegenwert, innere Vernetzung des Sponsorings, hohe Akzeptanz auch bei den Mitarbeitern

- Unterstützung für eine "gute Sache" (teure Baseballequipment, Jugendarbeit etc.)

Ihr Nutzen: Standort-Marketing, Erlangen von Sympathiewerten, hohe Glaubwürdigkeit im Sponsoring-Engagement

- Die Ulm Falcons wollen mittelfristig wieder in die Regionalliga aufsteigen, anschließend wieder in die 2. Bundesliga

Ihr Nutzen: Engagemant für eine aufstrebende Sportart mit nicht alltäglichen Werbemöglichkeiten; überregionale Ausrichtung des Sponsorships mit klarem Bekenntnis zum Heimatstandort



Baseball heute und in Ulm:

Baseball ist längst keine rein angloamerikanische Sportart mehr. Immer mehr SportlerInnen und Sportler jeden Alters auch in Deutschland sind begeisterte Baseballer.

- In Deutschland spielen im Jahr 2007 fast 30 000 Menschen Baseball

Auch die Zahl der Zuschauer wächst kontinuierlich an. Baseball –Fans sind vor allem Menschen und junge Familien, die den “American Way of Life” schätzen. Auch Geschäftsleute aus dem Ausland, die mit ihren Familien hier leben, bevorzugen Standorte, an denen die Ausübung ihrer Sportart möglich ist.

Baseball als Marketinginstrument:

Baseball hat nachweislich hohe Sympathiewerte. Die Sportart zeichnet sich durch einen hohen Grad an Fairness-Image aus. Zudem spricht Baseball alle Gesellschaftsschichten, sowie Menschen jeden Alters und Geschlechts an – denn Baseball können alle spielen – vom Kleinkind bis zum Senior/zur Seniorin.

Jetzt in den VfB Ulm-Baseball einzusteigen, heißt, im Aufwärtstrend dabei zu sein!

Die „FALCONS“ spielen zudem nicht nur in Ulm – Auswärtsspiele finden in ganz Süddeutschland statt. So kommt Ihre Trikotwerbung weit herum!



Das Freiwillige Soziale Jahr

Wollen Sie sich im Bildungsbereich sozial engagieren? Für unser neues Projekt „FSJ“ suchen wir noch Unterstützer.

Ab dem 1. September 2009 bietet der VfB Ulm Schwarz-Rot zusammen mit den FALCONS einem jungen Menschen die Möglichkeit, ein „Freiwilliges Soziales Jahr“ im Jugendsportbereich zu absolvieren. Es wird als Ersatz für den Zivildienst anerkannt.

Der oder die FSJ –lerIn betreut Kinder und Jugendliche in den VfB-Abteilungen, insbesondere in der Nachwuchsarbeit Baseball, aber auch an Schulen. In der zwölfmonatigen Einsatzzeit sammelt der FSJ-ler Erfahrungen im Umgang mit Kindern und Jugendlichen, erweitert seine „Selbst-Kompetenz“, verstärkt sein Bewusstsein für das Allgemeinwohl und erweitert seine sportliche Kompetenz. Neben der Erledigung der praktischen und theoretischen Vereinsarbeit besucht der FSJ-ler spezielle Seminare und erwirbt den Trainerschein „Jugend- und Breitensport“.

Die Falcons suchen Sponsoren, die sich an den Kosten des FSJ beteiligen wollen!

Weitere Infos auf Anfrage oder unter: www.bwsj.de.

Kontakt:

- Internetadresse: www.falcons-ulm.de

- E-Mail: info@falcons-ulm.de

- Abteilungsvorsitzender:
Wolfram Kusterer
Tel: 0731/5502015
Mob: 0175/2249812

Sponsoringbeauftragter:
Prof. Dr. Volker Rasche
Tel: 07344/922531
Mob: 0171/5493123

Umfassende Präsentationsmöglichkeiten auch außerhalb der eigentlichen Sportveranstaltungen, Integration der Spieler in die Werbeaussage des Unternehmens (Werbepräsenternutzung), Nutzung der Bildrechte des Teams zur Unterstützung der eigenen Werbeaussagen. Dies sind einige Gebiete, die den Mehrwert des Falcons Sponsorings auszeichnen.

