

Fifty-fifty in die neue Saison

Links weiß, rechts grün und in der Mitte prangt der Sponsornamen – so sieht das neue VfB-Outfit aus.

Gestern wurde es offiziell vorgestellt.

DALDORF/LÜBECK – Dass die Jorkisch GmbH der neue Trikotpartner für die Saison 2007/08 des VfB sein wird, ist seit der vergangenen Woche bekannt. Wie und in welchem Design sich die Firma allerdings präsentieren wird, dieses Geheimnis wurde erst gestern in Daldorf (Kreis Segeberg) am Stammsitz des neuen Partners gelüftet: Die VfB-Spieler werden künftig in „Fifty-fifty“-Jerseys auflaufen, linke Seite weiß, rechte Seite grün – und zentral der Schriftzug „Joda“ (Holz im Garten), der für die Jorkischs Fachhandels-Gartenholzprodukte wirbt. Die Rückseite wird Grün sein, so dass die Spielernummern klar zu erkennen sein werden.

VfB-Kapitän Dietmar Hirsch, der das neue Outfit vorstellte, war zufrieden: „Das ist besser als das gestreifte vorher.“ Hirsch plädiert nämlich für einfache Gestaltung. „Am besten gefällt mir ein schlicht weißes Trikot“, sagt er – und äußert damit zugleich einen Wunsch, den auch „Joda“-Chef Bernd Jorkisch hegt. Denn der VfB wird jetzt zusätzlich zu den geplanten roten und blauen Auswärts-Shirts auch noch eine weiße „Kollektion“ auflegen. Dies allerdings erst, nachdem die Produktion in Grün-Weiß voll angelaufen ist. Denn bisher gibt es nur den Prototyp, der in Daldorf gezeigt wurde. 1200 Exemplare aber sind bei Ausrüster Hummel bestellt. Damit sich auch die Fans rechtzeitig zur neuen Saison neu einkleiden können.

Joda und der VfB – für Bernd Jorkisch, der ja auch Präses der IHK zu Lübeck ist, macht die Verbindung (die immerhin 250 000 Euro kostet) Sinn. „Für unsere Marke bietet sich die einmalige Gelegenheit, sich den Verbrauchern auf einer emotionalen, packenden Ebene zu zeigen“, sagt er und setzt vor allem auf „Stärkung der Marken-Bekanntheit dank der umfangreichen Berichterstattung in den norddeutschen Medien“. Jorkisch: „Darin liegt der unternehmerische Mehrwert der Partnerschaft.“ Er möchte aber auch ein Zeichen setzen, möchte sich stark machen für „ein Aushängeschild der Hansestadt, der Region und des ganzen Landes Schleswig-Holstein“. Und er hofft, dass weitere Unternehmer seinem Beispiel bald folgen werden. JR



„Joda“-Chef Bernd Jorkisch (re.), VfB-Kapitän Dietmar Hirsch (mi.) und Geschäftsführer Jürgen Springer gestern bei der Vorstellung des Trikots für die neue Regionalligasaison.

Foto: LUTZ ROESSLER