



## PRESSEMITTEILUNG

### VfB Friedrichshafen bündelt seine Kräfte

- ◆ **Neustrukturierungsprogramm „proFIT2030“ geht in Umsetzung**
- ◆ **Seit 1994 bestehendes Vereinseblem wird überarbeitet**
- ◆ **Bekanntgabe des neuen VfB-Markenauftritts am Tag der offenen Tür am 17. Juni**

**Friedrichshafen. Der VfB Friedrichshafen bündelt seine Kräfte und wird ab sofort die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit weiter verstärken. Sinnbild hierfür wird eine neue, vereinende Dachmarke sein, die am Montag der Hauptausschuss in der BODENSEE-AIRPORT ARENA beschlossen hat.**

Die bestehende blaue Raute in ihrer jetzigen Form als Vereinseblem wird somit nach 28 Jahren durch ein neues Hoheitszeichen abgelöst werden. Dies beschlossen von 61 anwesenden Vertretern des Präsidiums und der Abteilungsleitungen, die 40 stimmberechtigten des Gremiums mit 40:0 Stimmen. Wie dieses aussehen wird, das will der Verein am 17. Juni bei einem Sommerfest mit Tag der offenen Tür feierlich bekanntgeben. „Das neue Logo wird das prägende Element unseres neuen Markenauftritts für die ganze VfB-Familie werden“, erklärt Jochen Benz, Präsident des VfB Friedrichshafen. Dem vorgeschaltet sein soll der Ausbau der internen Zusammenarbeit. „Wir wollen in allen Bereichen – Mitgliedermanagement, Organisation, Finanzen, Investitionen, Sport- und Kursangebot, Nachhaltigkeit, Identität, Kommunikation und Marketing – die Kooperation ausbauen, um somit unser Angebot für bestehende und auch neue Mitglieder noch attraktiver zu gestalten“, so der Vereinslenker weiter. Hierzu hat der VfB im Januar ein Neustrukturierungsprogramm mit dem Namen „proFIT2030“ angekündigt, das jetzt in die Umsetzung geht. Ein konkretes Ziel hieraus: Erhöhung der Mitgliederzahl von 3.684 (Jahresendstand 2022) auf 4.000 bis 2030.

Bei der Markenbildung kann der VfB auf professionelle Unterstützung zurückgreifen. Die LACON Marketing GmbH übernimmt als neuer Premiumpartner des Vereins die Markengestaltung und -umsetzung. „Wir sind beeindruckt, wie der VfB sich ein Stück weit neu erfinden will und freuen uns sehr, unsere Expertise bei der Beratung, Gestaltung und Umsetzung der neuen VfB-Identität einzubringen“, so Geschäftsführer Wolfgang Vögele. Ebenfalls mit dabei: ZF. Zum Auftakt steuerte Philipp Braun, Leiter Markenmanagement und Corporate Design bei ZF, wichtige Impulse zum



Thema Marke sowie Erfahrungen und Tipps zur Umsetzung der Dachmarkenstrategie bei.

### Über den VfB Friedrichshafen e. V.

Gegründet im Jahr 1909 ist der VfB Friedrichshafen e. V. heute der größte Mehrgenerationen- und Mehrspartenverein der Stadt Friedrichshafen und einer der größten in Baden-Württemberg. Der Verein hat 3.684 Mitglieder (Jahresendstand 2022) in 23 verschiedenen Abteilungen und über 30 Sportarten. Besonders stolz ist der VfB auch auf seine Kindersportschule (KiSS) mit 440 Sporttreibenden. Die Volleyball-Bundesliga-Mannschaft als deutscher Rekordmeister ist organisatorisch ausgegliedert in der VfB Friedrichshafen Volleyball GmbH, an der der Verein 90 Prozent der Kapitalanteile hält.

### Bildnachweis 1/3: (s. Anlage E-Mail) → LACON



### Bildunterschrift

Hand drauf: Der Hauptausschuss des VfB hat einstimmig entschieden, dass der Markenauftritt des Vereins überarbeitet werden wird.

### Bildnachweis 2/3: (s. Anlage E-Mail) → LACON



### Bildunterschrift

Die Logo-Entwicklung des VfB von 1948 bis 1994 und von 1994 bis heute.



**Bildnachweis 3/3: (s. Anlage E-Mail) → LACON**



**Bildunterschrift**

Neuer Premiumpartner und Umsetzer des neuen Markenauftritts des VfB:  
Wolfgang Vögele, Geschäftsführer der LACON Marketing GmbH aus  
Friedrichshafen.

**Kontakt**

VfB Friedrichshafen e. V.  
Vereinsmanagerin  
Caroline Steinbach  
Telefon: +49 7541 55441  
E-Mail: [caroline.steinbach@vfb-friedrichshafen.de](mailto:caroline.steinbach@vfb-friedrichshafen.de)

Weitere Informationen zum VfB Friedrichshafen e. V. finden Sie unter:  
[www.vfb-friedrichshafen.de](http://www.vfb-friedrichshafen.de) und bei [Facebook](#)