



UNSER ZUKUNFTSBILD

1. Juni 2031

Ein Tag, der vor fünf Jahren begann.

Es ist der 1. Juni 2031. Hamburg erwacht früh an diesem Sonntag. Die Sonne steht noch tief über Elbe & Alster, als sich in der Barclays Arena die ersten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter treffen, um die Halle für einen Abend herzurichten, der das Potenzial hat, in die Geschichte einzugehen.

Heute ist der letzte Spieltag der Saison 2030/31. Für uns heißt es mal wieder: Barclays Arena, restlos ausverkauft. 12.000 Menschen, die heute Abend kommen werden, haben diesen Moment mit uns erwartet. Aber es geht heute um weit mehr als um ein Handballspiel.

Heute spielen wir nicht nur Handball. Heute feiern wir alles, was wir in fünf gemeinsamen Jahren aufgebaut haben. Menschen, Momente, eine Marke. Eine Stadt. Eine Idee, die damals kaum jemand für möglich gehalten hätte. Außer uns.

Im Hintergrund laufen unsere Volunteers durch die Gänge und Umläufe und erledigen die letzten Handgriffe. Ehrenamtlich, verlässlich und mit einem Einsatz, für den es keine Vertragsklausel braucht.

Die Luft hat diesen besonderen Geruch: frisch, aufgeladen, voller Vorfreude. Wir kennen das Gefühl inzwischen gut und trotzdem ist es jedes Mal größer als beim letzten Mal.

Wenn wir auf den „Anwurf“ im Tagungsraum „Loge 10“ im Business Club Hamburg zurückblicken, können wir nur staunen. Dort begann dieser Weg. Ein paar Menschen an einem Tisch. Eine Idee. Eine Überzeugung. Und die feste Haltung, dass Spitzenhandball in dieser Stadt möglich ist, wenn man ihn richtig angeht. Heute füllen wir – wieder einmal – eine Arena. Und sind Teil dieser Stadt.



Handball, der bewegt.

Drei Stunden vor Anpfiff setzt sich ein Zug in Bewegung. Tausende Fans marschieren durch Hamburgs Innenstadt. Schals, Fahnen, Gesänge. Eine Welle aus Blau, Rot und Weiß schiebt sich durch die Straßen. Wer an diesem Sonntag zufällig an der Strecke wohnt, schaut aus dem Fenster und begreift: Handball hat diese Stadt erreicht.

Mittlerweile ist es picke packe voll in der Halle. Dann geht das Licht aus. Der erste Ton der Einlaufshow trifft auf die Ränge. Und noch bevor unsere Mannschaft überhaupt das Parkett betritt, liegen sich Menschen in den Armen. Unsere Hymne läuft, alle singen mit. Nicht weil es auf der Anzeigetafel steht, sondern weil sie es wollen und jede Silbe auswendig kennen.

Über dem Fanblock entfaltet sich eine Choreografie, die uns den Atem verschlägt. Die Burg in Flammen, gerahmt vom Schriftzug „Unser Wohnzimmer. Unsere Festung.“ Diese Halle ist kein Ort, den wir besuchen. Sie ist ein Ort, zu dem wir gehören.

Kinder tragen Trikots mit den Nummern unserer Hamburger Spieler auf dem Rücken. Jeder kennt die Namen, jeder kennt die Geschichten. Aus der Handballschule, aus den Vereinen der Metropolregion. Und aus der Nationalmannschaft.

Dieses Jahr wurden bereits drei unserer Spieler für die Nationalmannschaft nominiert. Dahinter steckt eine Idee, die wir von Anfang an verfolgt haben: Spieler nicht nur verpflichten, sondern entwickeln. Was viele dabei nicht sehen: Ein Datenscoutingsystem, das es im deutschen Handball kein zweites Mal gibt, hat Talente sichtbar gemacht, die über klassische Sichtungswege nie entdeckt worden wären. Zwei Nachwuchsstars aus Norwegen und Spanien stehen heute für genau diesen Mut, neue Wege zu gehen und sie konsequent zu Ende zu denken.

Heute gab es dafür einen weiteren Beweis. Noch vor dem Spiel wurde einer unserer Spieler von der HBL zum Spieler der Saison gewählt. Eine Auszeichnung, die nicht nur individuelle Klasse würdigt, sondern auch zeigt, welches Umfeld hier in Hamburg entstanden ist.

Vier Spieler aus unserem Kader sind in Hamburg aufgewachsen. Sie haben in den Vereinen der Region Handball gelernt, bevor sie zu uns kamen. Und unser Neuzugang aus Schweden, einer der besten Spieler seiner Position in Europa, hat nicht lange gebraucht, um unsere Werte zu übernehmen. Es ist genau diese Mischung, die uns so besonders macht: Weltklasse, die sich anpasst. Heimat, die wächst.

Das Spiel beginnt. Und es geht emotional zur Sache. Wie immer. Wie wir es lieben. Zur Halbzeit führen wir mit drei Toren. Der Gegner weiß, was für eine Kraft in dieser



Halle steckt. Er spürt es förmlich. Das ist der Heimvorteil, den wir uns erarbeitet haben. Durch Charakter. Durch Herzblut. Durch Teamgeist.

In der zweiten Halbzeit wird es nochmal eng. Der Gegner kämpft. Aber wir kämpfen mehr. Am Ende gewinnen wir. Die Halle explodiert. 12.000 Menschen, die sich gemeinsam freuen. Die aufstehen, schreien, lachen, weinen. Das ist Handball. Das ist Hamburg. Das sind wir.

Und dann ist es offiziell: Wir sind für die Champions League qualifiziert. Das erste Mal seit vielen Jahren spielt Handball aus Hamburg wieder auf der größten europäischen Bühne. Das letzte Spiel – der letzte Sieg dieser Saison ist das eine. Aber dieser Moment, dieser kollektive Aufschrei, dieser gemeinsame Jubel ist größer als jede Trophäe. Zumindest in diesem Moment fühlt sich das für jeden in der Halle so an an.

Nach dem Abpfiff bleiben die Spieler auf dem Feld. Sie feiern mit den Fans. Nicht hinter dem Absperrband, nicht auf dem Podium. Sondern mittendrin. Nahbar. Authentisch. So wie wir es immer sein wollten. So wie wir es immer waren.

Oben in der HSVH-Loge liegen sich Menschen in den Armen. Einige lachen, andere haben Tränen in den Augen. Einer sagt leise in die Runde: Ich wusste immer, dass wir das schaffen können. Niemand muss erklären, was dieser Moment bedeutet. Jeder hier weiß es.

Jugend als Fundament.

Dieser Abend wäre nicht möglich ohne das, was in den vergangenen Jahren im Nachwuchsbereich entstanden ist. Die besondere Auszeichnung für die beste Nachwuchsentwicklung in Hamburg erfüllt uns mit Stolz. Sie steht für Mut, Geduld und die Arbeit vieler Menschen. Trainerinnen und Trainer, Eltern, Kooperationsvereine und junge Menschen, die jeden Tag trainieren und wachsen.

Heute sitzen rund 2.000 Kinder in der Arena. Kinder aus fast allen Hamburger Handballvereinen, die heute echte Partner sind. Was früher Konkurrenz war, ist heute Verbundenheit. Wir ziehen mit den Vereinen der Stadt an einem Strang, weil ein starkes Fundament für alle besser ist als der Einzelkampf. Der Fan von morgen sitzt heute auf der Tribüne. Und er trägt bereits die richtigen Farben.

Die Hamburger Handballschule erreicht heute über 1.000 Kinder im Jahr. Jedes von ihnen hat seinen Lieblingsspieler in der Barclays Arena. Die Hamburger Schulliga hat sich zu einem echten Vorzeigeprojekt entwickelt. Handball gehört in dieser Stadt inzwischen zur Jugendkultur. Kinder, die in der Schule spielen, kommen in die Halle und feuern an. Sie sehen ihre Idole. Und wollen selbst einmal so werden wie sie. Dieser Kreislauf ist die nachhaltigste Investition, die ein Handballclub tätigen kann.



Nach Spielende öffnen wir das Spielfeld für Kinder. Hunderte kommen aufs Parkett, bekommen einen Handball in die Hand und dürfen aufs Tor werfen. Unser Torhüter hat keine Chance, hält aber tapfer dagegen. Das Gelächter hallt durch die ganze Arena.

Ein Vater hebt sein Kind auf die Schultern. Das Kind hält seinen Schal hoch. Es hat keine Ahnung, wie besonders dieser Abend ist, aber es wird ihn nie vergessen.

Das ist kein Marketingevent. Das ist ein echter Moment. Das ist der Moment, in dem aus einem Kind ein Fan wird. Für immer. Die nächste Generation ist schon in der Arena. Sie wächst gerade heran. Und sie weiß schon jetzt, wohin sie will: Zu uns.

Die Wirtschaft, die dahintersteht.

Beeindruckend, mit welcher Leidenschaft wir die letzten fünf Jahre angegangen sind. Und gleichzeitig gilt: Eine Sportorganisation ohne wirtschaftliche Basis kann auf Dauer keine Leidenschaft tragen. Deswegen reden wir heute auch über die Zahlen. Weil sie Teil unserer Geschichte sind. Weil sie zeigen, dass sportliche Vision und Wirtschaftlichkeit keine Gegensätze sind. Sondern zwei Seiten derselben Medaille.

In dieser Saison haben wir einen Gesamtumsatz von über 15 Millionen Euro erreicht. Zehn Millionen davon kommen aus dem Marketing, vier Millionen aus dem Ticketing. Das ist das Ergebnis von Gesprächen, von Vertrauen, von Verbindlichkeit. Unsere Fans und Partner können sich drauf verlassen: Wenn der HSVH etwas verspricht, dann hält er es. Das hat sich in dieser Stadt herumgesprochen.

Begeisterung in der Halle: Im Durchschnitt kommen inzwischen rund 9.000 Zuschauer zu jedem Heimspiel. Den Dauerkartenverkauf haben wir bewusst bei 7.500 Dauerkarten gestoppt, damit wir möglichst vielen Hamburgerinnen und Hamburgern dieses einmalige Hallenerlebnis ermöglichen können.

Alle 1.000 VIP-Plätze in der Arena sind dauerhaft vergeben. Auf der Warteliste stehen Unternehmen, die in der Champions-League-Saison dabei sein wollen. In dieser Saison sind über 90 Prozent unserer Vermarktungsrechte vergeben. Und das ohne nennenswerte Rabatte. Das ist kein Selbstzweck. Das sagt etwas über die Stärke unserer Marke aus.

Fünf strategische Gesellschafter stehen hinter diesem Club. Gemeinsam mit unserem Hamburger Vermarktungspartner haben wir eine Struktur aufgebaut, die uns nicht von einer einzigen guten Saison abhängig macht. Wir sind für die nächsten beiden Spielzeiten vollständig durchfinanziert. Über 50 Prozent unseres Umsatzes fließen in den Spieleretat. Mit fest reserviertem Platz für zwei Hamburger Talente pro Jahr.



Und: Die eiserne Reserve liegt bei über einer halben Million Euro. Vor fünf Jahren stand diese Zahl in einem Businessplan. Heute steht sie auf unserem Kontoauszug.

Das Zuhause einer Marke.

Die Gespräche in der Halbzeitpause haben sich verändert. Wer schon länger dabei ist, erinnert sich noch daran, wie es früher war: vorsichtige Fragen, besorgte Gesichter, die zaghafte Hoffnung, dass die Lizenz sicher ist. Das ist seit einigen Jahren kein Thema mehr. Heute geht es um die neue Saison. Um die Champions League. Darum, wie wir die Partnerschaft weiterentwickeln können.

Wer heute in die Arena kommt, erlebt mehr als ein Spiel. Das Spielfeld leuchtet bereits beim Einlass. Der neue Glasboden zeigt über die gesamte Fläche bewegte Werbemotive. Individuell und präzise. Ein Auftritt, der Partner und Gäste gleichermaßen begeistert.

An den Merchandisingständen dreht sich eine besondere Attraktion: Trikots aus dreißig Jahren Hamburger Handball, chronologisch ausgestellt, alle per QR-Code bestellbar. Und für das Pausenbier muss auch niemand mehr anstehen. Der innovative Bestellprozess macht Service am Platz möglich und versorgt die Zuschauer direkt und komfortabel an ihrem Sitz.

In unserer Geschäftsstelle arbeiten echte Expertinnen und Experten ihres Fachs, mit unermüdlichem Engagement und einem hohen Maß an Professionalität. Wir sind moderat gewachsen. Nicht aufgebläht, sondern gestärkt. Jeder Bereich kennt seine Aufgabe. Alle ziehen an einem Strang.

Die Events, die wir Partnern bieten, sind Momente, die man für Geld nicht kaufen kann. Sie schaffen etwas, das deutlich über Sponsoring hinausgeht: ein echtes Gefühl von Gemeinschaft. Von Nähe. Von „Hier will ich Teil davon sein“.

Unser Markenbotschafterprogramm bringt Persönlichkeiten aus Sport, Wirtschaft und Gesellschaft ganz nah an den HSVH. In die Kabine. In die Mixzone. An den Spielfeldrand. Für sie wird Handball zu einem hoch emotionalen Erlebnis. Und das spricht sich herum.

Renommierte Business Clubs und Netzwerke sind unsere Partner geworden. Heute engagieren sich mehr als 250 Unternehmen rund um den HSVH. Vom Hamburger Mittelstand bis zu internationalen Marken. Ein Netzwerk, das wirtschaftlich trägt und menschlich verbindet.



Sichtbarkeit, die wirkt.

Wir produzieren täglich Content in unserem eigenen Studio. Geschichten über unsere Spieler, über Stars und Talente, über soziale Initiativen sowie über Aktionen von Fans und Partnern treffen auf eine stetig wachsende Community. Wir sind mit der Kamera in der Kabine, am Spielfeldrand, an der Trainerbank. Nah genug, um echte Emotionen einzufangen. Und nah genug, damit die Menschen zu Hause spüren: Das hier ist kein Hochglanzprodukt. Das ist unser HSVH.

Das Durchschnittsalter in unserer Halle liegt heute bei unter 40 Jahren. Wir haben eine neue Generation für diesen Sport gewonnen. Durch Präsenz auf modernen Plattformen und ehrliche Geschichten aus unserem Club.

Die Medien kommen gern zu uns. Sie greifen die Themen auf, die wir vorschlagen. Denn sie sind echt. Sie erzählen von Menschen, die diesen Sport leben und lieben. Die Schlagzeilen der letzten Monate zeigen es: Wir sind in der Wahrnehmung dieser Stadt angekommen. Als Marke, als Handballstandort, als Gemeinschaft.

Unsere Merchandisingabteilung brummt wie nie. Über eine Million Euro Saisonumsatz bis heute. 1.000 Trikots der neuen Kollektion verkauft an einem einzigen Spieltag. Das ist unser neues Normal. Die Fans tragen unsere Farben weit über die Halle hinaus. In der U-Bahn, auf dem Wochenmarkt, auf der Reeperbahn. Hamburg trägt uns.

Hamburg als Heimat. Verantwortung als Haltung.

Wir wollten von Anfang an mehr sein als ein Sportclub. Wir wollten ein Club für diese Stadt sein. Das hat Konsequenzen. Gute.

Der diesjährige Partner Award geht an das Unternehmen, das 10.000 Freikarten für Kinder aus schwierigen sozialen Verhältnissen bereitgestellt hat. Das ist mehr als eine Geste. Es ist eine Haltung. Und wir sind stolz auf Partner, die diese Haltung teilen.

Unsere Stiftung zur Unterstützung bedürftiger Kinder in Hamburg nimmt in Kürze ihre Arbeit auf. Die Entscheidung, einen Teil der Prämien direkt zu spenden, kam nicht von der Geschäftsführung. Sie kam aus den Teams. Das sagt alles über die Menschen, die den HSVH tragen.

Beim geplanten Empfang morgen auf dem Hamburger Rathausbalkon, gemeinsam mit dem Oberbürgermeister und vor Persönlichkeiten aus Sport und Wirtschaft, wird noch einmal deutlich: Wir sind Teil der Hamburger Gesellschaft. Erwartet werden



tausende Fans auf dem Rathausplatz. Die schönste Stadt der Welt feiert sich selbst. Und uns mit.

Wir sind angekommen. Und auf dem besten Weg.

Das hier ist kein Schlusspunkt. Sondern ein Komma. Was wir heute feiern, ist das Ergebnis von fünf Jahren Arbeit, Glaube, Geduld und Beständigkeit. Es ist das Ergebnis von Menschen, die weiter geglaubt haben. Auch in den Momenten, in denen es schwer war. In denen die Fragen größer waren als die Antworten.

Es ist das Ergebnis einer Mannschaft, die nicht nur Handball spielt, sondern lebt. Eine Mannschaft, die ihre Werte nicht auf Plakate schreibt, sondern in der Kabine, auf dem Feld, im Training und in der Stadt lebt. Spieler, die Hamburg gewählt haben. Und die Hamburg gewählt hat.

Es ist das Ergebnis von Partnern, die nicht einfach ein Logo auf ein Trikot gedruckt haben, sondern mitgedacht, mitgeföhlt und mitgebaut haben. Die gewusst haben: Dieser Weg lohnt sich. Nicht nur finanziell. In jeder Hinsicht.

Es ist das Ergebnis von Kindern, die heute in der Halle sitzen und diese besondere Emotion spüren. Die zum ersten Mal verstehen, was es bedeutet, Teil von etwas zu sein. Die nächste Generation ist schon da. Sie wächst gerade heran. Und sie weiß, wohin sie will.

Es ist das Ergebnis einer Idee, die in kleiner Runde vor fünf Jahren losgetreten wurde. Und die heute 12.000 Menschen in eine Arena bringt. Einer Idee, die Hamburg gezeigt hat: Spitzenhandball ist möglich. Hier. In dieser Stadt. Mit diesen Menschen.

Die Fanparty wird lange dauern. Die Spieler sind mittendrin. Nahbar, authentisch. Auf unseren Kanälen übertragen wir sie für alle, die keinen Platz in der Halle bekommen haben. Morgen früh wird der Bürgermeister sich melden. Und am Nachmittag stehen wir alle gemeinsam auf dem Balkon.

***„Wir sind angekommen. Und wir wachsen weiter.
Denn das ist erst der Anfang.“***
