

## CLUBES

# El Bayern de Munich se alía con Alibaba y DHL para vender en China

Palco23  
28 may 2015 - 17:34

Tridente de lujo. El Bayern de Munich se ha unido a DHL y Alibaba para lanzar su tienda online específica para el mercado chino, un proyecto que coincide con la gira veraniega que realizará este año el campeón de la Bundesliga por el gigante asiático. "China sigue siendo nuestro mercado clave en el que estamos enfocados y juega un papel importante en nuestra estrategia de internacionalización", ha indicado Jörg Wacker, responsable de estrategia y negocio internacional del club.



El acuerdo de ha presentado hoy en la ciudad china de Hangzhou.

El portal de venta online estará operativo en Tmall, la plataforma creada por el gigante del comercio electrónico Alibaba para ayudar a las marcas occidentales a introducirse en el país. "Me alegra que nos estemos acercando a nuestra enorme base de aficionados chinos", ha añadido el presidente del Bayern de Munich, Karl-Heinz Rummenigge, quien estima que hay noventa millones de seguidores del equipo en el país.

DHL, que ha firmado un acuerdo de patrocinio por seis años con el conjunto bávaro, será la compañía encargada de la logística de la entrega de los pedidos, no sólo en

China, sino también en toda la región de Asia-Pacífico. En el portal, diseñado específicamente para el público chino, estarán a la venta la camiseta oficial y otros productos con la imagen del club, prendas deportivas para hombre, mujer y niño, además de los productos tradicionales alemanes y bávaros del equipo.

No es la primera tienda online que el Bayern de Munich adapta a un mercado, ya que desde hace tiempo dispone de un portal específico en Estados Unidos, donde también tiene una oficina comercial. Para este proyecto en concreto, la entidad se alió con Sports Endeavors, una compañía estadounidense que gestiona portales como Soccer.com, Lacrosse.com, o WorldSoccerShop.com.

A diferencia de otros clubes como el FC Barcelona, que tiene cedida a Nike la gestión de todo su negocio de comercio electrónico, el Bayern de Munich sigue explotándolo internamente y no con Adidas. Además de su presencia online, el club tiene nueve establecimientos físicos, siete de ellos en Munich, otro en Berlín y dos más en las localidades de Oberhausen e Irschenberg.