

Schoepe Display: Figuren als Eyecatcher

POS-Marketing im Sportsbusiness



Sicher, auch professionelle Sportvereine investieren in Marketing und Kommunikation. Nur ticken diese eben ein wenig anders. Spielen doch emotionale Komponenten und Begriffe wie Identifikation, Spannung und Leidenschaft eine ganz besondere Rolle. Die Eisbären Berlin greifen dies mit einer Display-Kampagne auf.

Eishockey ist ein schneller, dynamischer und kraftvoller Sport: das fasziniert auch die Fans der Eisbären Berlin. Sie können sich zudem rühmen Anhänger des DEL-Rekordmeisters zu sein, der in der Mercedes-Benz Arena regelmäßig vor einer ausverkauften Kulisse mit 14.200 Zuschauern spielt. Darunter befinden sich auch very important fans oder kurz VIPs.

Um diesem Publikum im VIP-Bereich ein besonderes Eishockey-, Geschäfts- und Freizeiterlebnis zu bieten, haben sich die Verantwortlichen der Eisbären Berlin gemeinsam mit Schoepe Display etwas Besonderes ausgedacht. display sprach mit Gregor Fietze, Senior Manager Sponsorship Sales Eisbären Berlin, Saskia Schulz, Manager Premium Activation Eisbären Berlin, und Lutz Schulz, Vertriebsleiter Schoepe Display, über die Details und Hintergründe der Promotion-Aktion für die besonderen Gäste.

DISPLAY: Sportclubs nutzen regelmäßig ihre Spieler zu Werbezwecken. Was ist das Besondere an der Kampagne mit den Displays in Spielerform?

LUTZ SCHULZ: Ich denke, da kommen mehrere Aspekte zusammen. Zum einen das Display an sich – es handelt sich um eine patentierte Methode mit außergewöhnlichen Effekten – und zum anderen die Anwendung durch die Eisbären Berlin, die alles andere als gewöhnlich ist.

DISPLAY: Dann beginnen wir mit der Anwendung. Was ist die Zielsetzung der Eisbären Berlin?

GREGOR FIETZE: Wir nutzen die Spielerfiguren insbesondere als Kundenbindungsinstrument für unsere Gäste im VIP-Club. Bei diesem Personenkreis handelt es sich um Partner, Sponsoren und Besucher, die ein exklusives Sport-, Geschäfts- und Freizeiterlebnis suchen mit den besten Plätzen im Stadion, Zugang zur Premium Lounge, Business Networking und Catering. Das sind in der Regel über 300 Gäste von Unternehmen, die den Eisbären in besonderer Weise verbunden sind. Um es in Zahlen zu packen: ein einzelner Platz wird mit 4.500 Euro pro Saison bepreist. Diese Gäste besitzen auch darüber hinaus eine außerordentliche Bedeutung für die Eisbären Berlin. Deswegen setzen wir alles daran, eine langfristige Beziehung zu unseren Premium-Partnern aufzubauen. >>



Für die Eisbären Berlin fertigt Displayspezialist Schoepe Display für jeden Spieltag 120 Figuren aus Wellpappe und Karton an, die im VIP-Bereich aufgestellt werden.

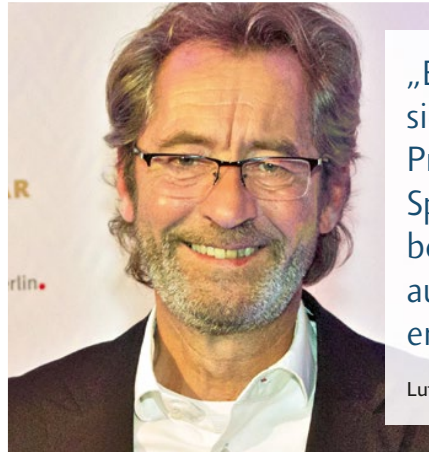
»» **DISPLAY:** Und wie wird dies umgesetzt?

SASKIA SCHULZ: Für jedes Heimspiel der Eisbären – das sind 26 Stück plus Playoff-Spiele – werden 120 Displays mit dem Konterfei eines Spielers der Eisbären auf den Tischen im VIP-Club gestellt. In der Regel ist es so, dass die Partnerunternehmen einen eigenen Tisch mit bis zu vier Plätzen für eine Saison buchen. Dem wird auch mit den Displays Rechnung getragen, indem jede einzelne Figur mit Logo des Unternehmens, Datum des Spieltags sowie Logo der Gastmannschaft individualisiert ist – sie dienen als Branding ihres Tisches. Jedes Partnerunternehmen hat ein Unikat. Für jeden Spieltag wird ein anderer Spieler abgebildet, so dass im Laufe der Saison die gesamte Mannschaft abgebildet wird, was die Sammelleidenschaft weckt. Denn die Spielerfiguren sind zum Mitnehmen. Das kommt gut an und wenige Spielerfiguren bleiben im VIP-Bereich zurück.

GREGOR FIETZE: Das ist natürlich eine super Sache für unsere Partner, damit demonstrieren wir unsere Wertschätzung für sie. Zudem ist es eine Ambush-Marketing-Aktion, denn die Spielerfiguren werden ja bei unseren Partnerfirmen oder auch bei den VIP-Gästen daheim aufgestellt. Somit ist die Marke Eisbären Berlin an weiteren Standorten präsent. Davon war auch unser Kooperationspartner Los Angeles Kings, ein Team aus der weltbesten Eishockeyliga NHL, sehr angetan. Dort möchte man zur neuen Saison das gleiche Konzept umsetzen.

DISPLAY: Sie sagten vorhin, dass fast alle Spielerfiguren mitgenommen werden. Was geschieht mit denen, die im VIP-Bereich verbleiben?

SASKIA SCHULZ: Diese werden wiederverwendet. Beispielsweise für das Dauerkarten-Gewinnspiel für diese Saison, das im Frühjahr stattfand. Wer mehrere Aufgaben löste, unter anderem eine der Spielerfiguren im Eisbären Fanshop abzuholen,



„Bei den Spielerfiguren handelt es sich um eine patentierte Produktionsmethode. Die Spielerfigur hat eine Ovalform, ist beidseitig bedruckt und von außen ist kein Stützelement erkennbar.“

Lutz Schulz, Vertriebsleiter Schoepe Display



„26 mal 120 Displays zu produzieren ist nur mit digitaler Technik leistbar und darin ist Schoepe Vorreiter.“

Michael Ullrich,
Kundenberater Schoepe Display

Schoepe Display

Von der Entwicklung bis zur erfolgreichen Platzierung im Handel – Schoepe Display steht für ein komplexes Leistungsspektrum rund um Entwicklung, Produktion und Logistik hochwertiger Displays aus Karton und Wellpappe. Mit 30.000 Quadratmetern Produktions- und Lagerfläche und 340 Mitarbeitern an den Standorten Dahlewitz, Berlin und Dahme. Das Unternehmen investiert seit Jahren in neue Digitaldruck-Techniken und ist von der Fogra im Prozess Standard Digitaldruck (PSD) zertifiziert.



Spielerfiguren, die von den Partnern und Sponsoren nicht mitgenommen werden, werden beispielsweise für die Dauerkartenjagd genutzt. Damit dienen sie ein zweites Mal der Fan-Aktivierung.

konnte eine Dauerkarte gewinnen. Da die Spielerfiguren selten und von den Fans begehrt sind, waren sie ein guter Anreiz, um eine hohe Teilnahme an dem Gewinnspiel zu befördern. Zudem erging die Bitte, Fotos von den Spielerfiguren in den sozialen Medien mit dem Hashtag #dkjagd zu posten, was auch so geschah.

DISPLAY: Eingangs wurde gesagt, dass es sich bei den Spielerfiguren um eine besondere Herstellungsmethode handelt.

MICHAEL ULLRICH: Eine Display-Produktion mit Auflagen von jeweils 120 Stück zu 26 unterschiedlichen Zeitpunkten ist eine ungewöhnliche Aufgabe. Das ist natürlich nur mit digitaler Drucktechnik zu meistern. Und hier sind wir als Schoepe Display Vorreiter. Schließlich investieren wir seit Jahren in neue Digitaldruck-Techniken und sind von der Fogra im Prozess Standard Digitaldruck (PSD) zertifiziert. Aber der Druck ist nicht die einzige Herausforderung. Jede Figur hat eine eigene Form. Insofern ist die Weiterverarbeitung ebenfalls alles andere als Standard.

LUTZ SCHULZ: Zudem handelt es sich bei der Konstruktion beziehungsweise Produktionsmethode der Figuren um ein patentiertes Verfahren. Wie Sie erkennen können, hat die Spielerfigur eine Ovalform und ist beidseitig bedruckt. Heißt, es entsteht ein dreidimensionaler Effekt. Und da die Stützelemente innerhalb der Ovalform versteckt sind, sind außen keine Stützen, die das optische Erscheinungsbild beeinträchtigen. Insgesamt also ein tolles selbstdarstellendes Display aus Wellpappe und Karton, das in puncto Druckbild und Form außergewöhnlich ist.

DISPLAY: Wie sind denn die Produktionszyklen für das Display angelegt?

LUTZ SCHULZ: Im Vorlauf ist natürlich schon eine übergeordnete Abstimmung notwendig, die sechs bis acht Wochen dauert. Im Anschluss daran heißt es aber die 26 Produktionen innerhalb kürzester Zeit herzustellen. Das sind dann teilweise Produktionszeiten von fünf Tagen, also die Arbeitswoche zwischen den Heimspielen.

GREGOR FIETZE: Hier möchte ich betonen, dass die Zusammenarbeit hervorragend funktioniert. Das Team von Schoepe Display liefert durchweg gute Qualität on time. Und auch bei kurzfristigen Anfragen, ist man dort immer in der Lage adäquat zu reagieren.

DISPLAY: Danke für das Gespräch.



„Die Spielfiguren funktionieren auch als Ambush-Marketing-Aktion, denn sie werden von den VIP mitgenommen und daheim aufgestellt. Damit ist die Marke Eisbären Berlin an weiteren Standorten präsent.“

Gregor Fietze,
Senior Manager Sponsorship Sales Eisbären Berlin

„Jede Spielerfigur ist mit dem Logo des jeweiligen Partnerunternehmens, Datum des Spieltags sowie Logo der Gastmannschaft individualisiert.“

Saskia Schulz,
Manager Premium Activation Eisbären Berlin



Mit Spielerfiguren Partner, Sponsoren und Logengäste emotional binden. Diesen Ansatz verfolgen die Eisbären Berlin mit den Thekendisplays.

Eisbären Berlin

Die Eisbären Berlin sind eines der top Eishockeyteams hierzulande und verfügen auch international über einen guten Ruf. Der DEL-Rekordmeister spielt seit 2008 in der Mercedes Benz Arena, die bis zu 14.200 Zuschauern Platz bietet. Inhaber der EHC Eisbären Management GmbH ist die Anschutz Entertainment Group, zu der unter anderem auch das US-amerikanische Eishockeyteam Los Angeles Kings aus der NHL gehört.