KIM SportsManagement

Euer roter Faden für emotionales Marketing

KIMs ROTER BRIEF

März 2020

Post von KIM - ROTER BRIEF: Corona und mögliche Maßnahmen in der Krise

Deutschland und vor allem die deutsche Wirtschaft stecken in einer nie dagewesenen Krise. Ganz Deutschland ist im Griff des Corona Virus und insbesondere der Sport sieht sich mit historischen Auswirkungen konfrontiert. Seien es die Eishockey-Playoffs, der Ligabetrieb im Fußball, Handball, Volleyball oder Basketball, alle sportlichen Veranstaltungen wurden mit sofortiger Wirkung ausgesetzt oder eingestellt. Diese Tatsache stellt sehr viele Vereine vor eine immense Herausforderung, da mit der Absage von Spielen enorme Summen an Einnahmen ausbleiben und viele Vereine somit vor dem finanziellen Ruin stehen.

Wir von KIM haben es uns zur Aufgabe gemacht, unsere Kunden, Partner und Freunde mit einem konkreten Maßnahmenpaket zu unterstützen, indem wir Mittel und Wege aufzeigen, wie ihr in der aktuellen Krise eure Situation zumindest verbessern könnt. Wir wissen, dass nicht alle Ideen eins zu eins übertragbar sind, aber eventuell findet ihr dabei Optionen, um Umsätze zu erzielen und somit den Fortbestand des Clubs mit den daran hängenden Arbeitsplätzen zu gewährleisten.

Wir begleiten euch gerne mit unseren Möglichkeiten auf diesem Weg. Wenn ihr selbst spannenden Input habt, lasst es uns wissen. Gerne geben wir eure Ideen an andere weiter, sodass wir als Sportler in dieser Zeit eng zusammenrücken!

Wir sind vielleicht alle in verschiedenen Schiffen angereist, aber jetzt sitzen wir im selben Boot.

Martin Luther King

Agenda

1. Symbolische Angebote für Fans
2. Ad-Hoc Optionen zur Finanzierung
3. Merchandising
4. Mitarbeiterstruktur
5. Unterstützung großer Unternehmen
6. Online Content

Virtuelle Angebote für Fans um den Verein zu unterstützen

- **Virtueller Imbiss**: Bei Union Berlin können Fans beispielsweise online, in Höhe einer Bratwurst oder eines Biers, spenden
- **Geisterspiel-Tickets**: Fans haben die Möglichkeit Tickets für Geisterspiele zu erwerben und dadurch ihren Verein in der Krise zu unterstützen
  - Als Dank erhält der Fan im Nachgang ein **hochwertig gedrucktes Ticket** mit Spendennachweis
  - Es können verschiedene Ticketkategorien und damit verschiedene Preise angeboten werden
  - Vom VFL Bochum, Kickers Offenbach und weiteren Vereinen bereits durchgeführt
- Die Idee der **Geisterspiel-Tickets** lässt sich auch auf vergangene historische oder virtuelle Spiele übertragen, sodass die Fans z.B. ein Ticket zum Spiel des größten Vereinserfolgs kaufen können
  - Als Dank erhält der Fan im Nachgang als Erinnerung ein **hochwertig gedrucktes Ticket**, welches dem **Originalticket nachempfunden** ist
- Fans sollten zudem dafür sensibilisiert werden, bereits bezahlte Ticketpreise nicht zurück zu fordern und sie dem Verein **als Spende zu überlassen**

Möglichkeit für Fans besondere „Unikate“ in Verbindung mit der Sportstätte zu erwerben

- Für eine Summe X hat der Fan die Möglichkeit einen **Sitzplatz im Stadion zu erwerben**, der dann nach ihm benannt wird
- Zudem könnten **Rasenflächen** oder **Hallenböden** in partiellen symbolischen Teilen an Fans **verkauft** werden
- Ebenso könnten Fans ihren **Namen** an den **Treppenstufen** in der Arena **verewigen**
- Für die Generierung von größeren Einnahmen könnten ganze Blöcke im Rahmen eines **Namensponsorings** verkauft werden

Agenda

1. Symbolische Angebote für Fans
2. Ad-Hoc Optionen zur Finanzierung
3. Merchandising
4. Mitarbeiterstruktur
5. Unterstützung großer Unternehmen
6. Online Content

Außergewöhnliche Ad-Hoc Optionen zur Finanzierung

- Die TSG Hoffenheim hat beispielsweise einen **Spenden-Fond** für betroffene Vereine und Unternehmen eingerichtet; ähnliche Maßnahmen wären zur **Selbsthilfe** denkbar
- Alle direkten Spender könnten als **Wertschätzung** beim nächsten Heimspiel auf der **Leinwand** angezeigt und/oder in der **Vereinszeitungen** gedruckt werden
- Bei entsprechend höheren Spenden können Spender, so wie Spieler, **namentlich im Stadion** ausgerufen werden
- Auch eine kurze **virtuelle Präsenz** der einzelnen Fans im Rahmen der **Instagram-Story** als „Retter“ ist denkbar

Generierung von Spenden durch eine Social Media #challenge

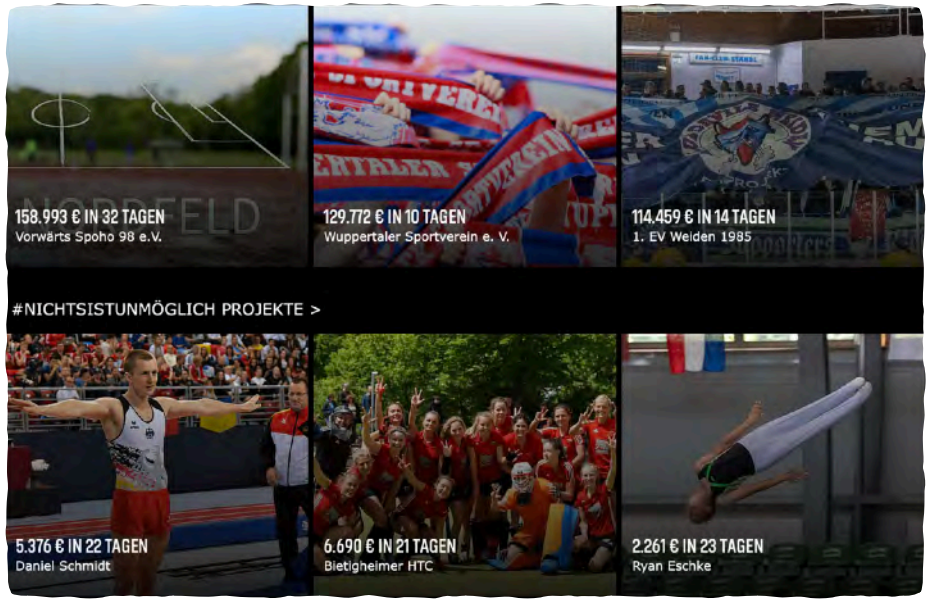
- Die Generierung von Spenden durch Fans ist auch durch eine **Social Media Challenge** denkbar
- Ein **Spender** eines Kleinbetrages (z.B. 2,-€) **animiert** durch eine Challenge mit einem Hashtag drei **weitere Personen** ebenfalls zu spenden, z.B.: **#VereinXYZretter**
- Auch eine **Verknüpfung** mit dem **virtuellen Imbiss** ist möglich: Ein Spender lädt drei Freunde auf ein virtuelles Bier ein, die Eingeladenen werden damit aufgefordert wiederum jeweils drei Freunde einzuladen, z.B.: **#einbierfürVereinXYZ**

Digitale Medien clever für sich nutzen

- Da der passive Sportkonsum entfällt, kann man andere Wege gehen, um Fans zu unterhalten und **Kontakt zu den Spielern** zu schaffen
- Kostenpflichtige Maßnahmen müssen dem **Fan** gegenüber natürlich **als Unterstützung** für den Verein **kommuniziert werden**
- Spende nach eigenem Ermessen für einen **Podcast mit Spielern und Verantwortlichen** zu sportlichen, aber auch aktuellen Tagesthemen
- Kostenpflichtiges (oder gegen Spende) **Trainingserlebnis über Skype/Facetime** mit Spielern oder Fitnesstrainern der Mannschaft
- **Digitale Meet & Greets** mit den Spielern/ Verantwortlichen als **Versteigerung** gegen Höchstgebot
- Alba Berlin oder VfB Stuttgart bieten beispielsweise **Online-Sportstunden** für Jugendliche und Kinder an

Weitere Möglichkeiten außerplanmäßige Einnahmen zu generieren

- **Crowdfunding** als probate Option zur Generierung von finanziellen Mitteln (auch in Verknüpfung mit exklusiven Gegenleistungen, siehe Geisterspiel-Tickets oder virtuelle Meet & Greets)
- Wenn es die Situation wieder zulässt, könnten im Rahmen von **Charity-Veranstaltungen** oder **klassischen Spendenläufen** Gelder gesammelt werden
- **Vereinsfeste** könnten veranstaltet werden, um Einnahmen für die Vereinskasse zu generieren; hier sind auch exklusive Veranstaltungen, z.B. für großzügige Spender oder Sponsoren denkbar



Agenda

1. Symbolische Angebote für Fans
2. Ad-Hoc Optionen zur Finanzierung
3. Merchandising
4. Mitarbeiterstruktur
5. Unterstützung großer Unternehmen
6. Online Content

Spezieller Merchandise für spezielle Zeiten

- Um Fans in finanziell schwierigen Zeiten eher zum Kauf von Merchandise zu verleiten, könnte man **Fanshop-Artikel versandkostenfrei** oder mit **zusätzlichen Give-Aways** versenden
- Besondere Merch-Aktionen, z.B.:
  - **„Helferpaket“**: Limitierter Schal, Jahrbuch und handsignierte Dankeskarte zu einem leicht erhöhten Preis
  - **„Retterpaket“**: Signiertes Trikot, Maskottchen, Ball/Puck und handsignierte Dankeskarte zu einem verhältnismäßig hohen Preis
- **Sondertrikot: Käufer/Spender** werden auf ein **spezielles Trikot** gedruckt, welches es später zu kaufen gibt
  Beispiel: Red Bull in der Formel 1, hier wurden Fotos von allen Spendern auf das Auto gedruckt (siehe Bild rechts)

Druckprodukte als flexibles Tool zur Schaffung von Einnahmen

- **Gedrucktes Merchandise**: Kombination aus günstiger Produktion bei gleichzeitig hoher Auflage
- **Einnahmen** aus dem Verkauf sind **flexibel** zu setzen und entsprechend einfach **aufzuwerten**:
  - Eindruck von Spendern
  - Signierung von Spielern/Team
  - Limitierung auf bestimmte Stückzahlen
  - Versteigerung einzelner Stücke (z.B. signiert von allen Spielern)
- Denkbar sind vielfältige Produkte:
  - **Sammelhefte** mit den eigenen Spielern
  - **Jahrbücher**: historisch oder zur aktuellen Saison
  - **Kalender** des aktuellen Teams
  - **Bildbände** mit den besten Aufnahmen der letzten Jahre
  - **Gutscheinhefte** mit Nachlässen auf Tickets, Merchandise, Onlineangebote, etc.
  - **Retter-Poster** mit digitalen Autogrammen des Teams z.B. von Künstlern gestaltet

Agenda

1. Symbolische Angebote für Fans
2. Ad-Hoc Optionen zur Finanzierung
3. Merchandising
4. Mitarbeiterstruktur
5. Unterstützung großer Unternehmen
6. Online Content

Letztes Mittel: Anpassung der Mitarbeiter-struktur als Schlüssel zum Neubeginn

- Sollte es aufgrund der finanziellen Lage in letzter Konsequenz tatsächlich dazu kommen, dass Mitarbeiter entlassen werden müssen, können **duale/triale Studierende** oder **ehrenamtliche Mitarbeiter** der Schlüssel zum Wiederaufbau sein
- Als außerordentliches Best-Pratice Beispiel dient Union Berlin: Der Stadionumbau wurde fast ausschließlich durch ehrenamtliche Helfer bewerkstelligt
- Der Vorteil liegt insbesondere bei dual/trial Studierenden in der vorerst **befristeten Anstellung** zu vergleichbar **sehr günstigen Konditionen** bei gleichzeitig **sehr hoher Motivation**

Agenda

1. Symbolische Angebote für Fans
2. Ad-Hoc Optionen zur Finanzierung
3. Merchandising
4. Mitarbeiterstruktur
5. Unterstützung großer Unternehmen
6. Online Content

Unentgeltliche Unterstützungen von großen Unternehmen

- **Werbung auf der Vereinswebsite** über ein Google Ad Grants-Konto
- Google ermöglicht gemeinnützigen Organisationen (e.V.) Adwords-Werbung für **monatlich 10.000,-€** zu schalten und das vollkommen **kostenlos**
- Botschaften können weltweit bekannt gemacht oder auf **Menschen in Ihrer Nähe** ausgerichtet werden
- Auf diese Weise können **Fans und Supporter** im Umfeld auch auf **Aktionen** wie den virtuellen Imbiss oder die Tickets für Geisterspiele **aufmerksam gemacht werden**
- So funktionierts:
  - Teilnahmeberechtigung überprüfen
  - Bei Google für Non-Profits bewerben
  - Vorqualifizierungsformular für Ad Grants einreichen
  - Konto erstellen
  - Konto zur Überprüfung einreichen

Unentgeltliche Unterstützungen von großen Unternehmen

- Amazon bietet im **Amazon Smile Programm** die Möglichkeit, sich als Verein anzumelden und über eine Smile-URL einzukaufen um **Provisionen zu erhalten**
- Die Smile-URL kann den **Fans publik gemacht** werden, sodass sie mit jedem Einkauf den **Verein unterstützen**
- Eventuell ist eine solche Aktion auch mit **lokalen Sponsoren und Partnern** umsetzbar, sodass hier ein **zusätzlicher Benefit** entsteht

amazon smile?

Agenda

1. Symbolische Angebote für Fans
2. Ad-Hoc Optionen zur Finanzierung
3. Merchandising
4. Mitarbeiterstruktur
5. Unterstützung großer Unternehmen
6. Online Content

Gelegenheit für die Gründung eines eSports-Teams

- Abgesagte Spiele und Sportveranstaltungen als perfekten Moment nutzen, um ein **eSports Team zu gründen**
- **Ligabetrieb** kann **virtuell „fortgesetzt“** werden
- Der italienische Erstligist US Sassuolo Calcio hat beispielsweise kurzfristig eine eSports Mannschaft ins Leben gerufen
- Der CFC Genua hat ein eSports Turnier mit anderen spanischen und italienischen Mannschaften initiiert
- Generell geht es hier nicht um Professionalität, Ziel ist es die **Fans zu unterhalten** und ihnen Mehrwerte zu bieten
- Unter Umständen kann hier jedoch auch **Sponsoren** eine relevante **Reichweite** geboten werden

Schaffung von Inhalten und Mehrwerten in den sozialen Medien zur Fan-Bindung

- Insbesondere die **sozialen Medien** werden in Zeiten von Ausgangssperren von der Bevölkerung und damit auch von den Fans **intensiv genutzt**
- Es ergibt sich demnach nicht nur die Möglichkeit, sondern vielmehr die **Verpflichtung** eine **hohe Aktivität** zu beweisen, um die **Bindung** zu den Fans zu **intensivieren**
- Hier ergeben sich diverse Möglichkeiten **Content** zu schaffen:
  - Wiederholung historischer Spiele/ Spielszenen
  - Gruß-Botschaften der Spieler senden
  - Spieler Fifa Online gegeneinander spielen lassen
  - Hometraining der Spieler zeigen
  - Ausgesetzte/entfallene Partien im Football Manager simulieren lassen
  - Ratespiele
  - Podcasts
  - Question and Answer, etc.

DANKE

KONTAKTIERT UNS

+49 89 69 30 24 36
kontakt@kim-sportsmanagement.de
www.kim-sportsmanagement.de
www.facebook.com/KIMmuc

Haftungsausschluss

Die Ausführungen von KIM SportsManagement Ilg, Madunic GbR beruhen auf Annahmen, die auf Grund des zugänglichen Datenmaterials und der Auskünfte der jeweiligen Ansprechpartner im Unternehmen für richtig erachtet werden. Gleichwohl übernimmt KIM SportsManagement für die Richtigkeit der gemachten Annahmen sowie die darauf aufbauenden Aussagen keine Haftung.

Alle gezeigte Ideen, Grafiken und Konzepte dieser Präsentation sind geistiges Eigentum der KIM SportsManagement Ilg, Madunic GbR und nicht zur Weitergabe an Dritte und zur unrechtmäßigen Nutzung gedacht. Vervielfältigung, Änderung und Weitergabe nur nach ausdrücklicher Genehmigung erlaubt.