

Sportlich! Emotionen perfekt vermarkten

Sponsoren & Veranstalter generieren Nutzen durch optimale Drucksorten.

WIEN/STOCKERAU. Im Sport geht es um große Emotionen. Das Erlebnis selbst ist das größte Kapital erfolgreicher Sport-Events, denn dieses ist für die Vermarktung nutzbar – sowohl für Veranstalter, wie auch für Sponsoren, die den Wirkungsgrad ihrer Aktivitäten immer weiter optimieren! Dafür steht eine Vielzahl von Instrumenten zur Verfügung. Die maximale Wirkung entfalten sie aber nur dann, wenn sie perfekt aufeinander abgestimmt sind.

Durchdachte und kreativ konzipierte Druckprodukte spielen dabei eine wesentliche Rolle, weil Sport-Event und die Drucksorte etwas gemeinsam haben: In beiden Fällen spielt die Haptik, die Sinneswahrnehmung, eine große Rolle und unterstützt die Emotion des Live-Erlebnisses auf optimale Weise – nicht nur während, sondern schon lange vor dem Sport-Ereignis und sogar danach!

Gemeinsam zur Perfektion

Ing. Doris Wallner-Bösmüller ist Geschäftsführerin von Bösmüller Print Management, einem Druckproduktionsunternehmen, das für viele große Sportevents hochqualitative Drucksorten und Give-aways konzipiert und produziert.

Ihre Expertise: „Wir stellen fest, dass erfolgreiche Veranstalter immer besser verstehen, wie verschiedene Medienkanäle und Instrumente ideal zusammenwirken, um in ihrer Gesamtheit das perfekte Ergebnis zu bringen. Denn es geht um ein großes Ziel: Schon im Vorfeld muss der Wunsch geweckt werden, live dabei sein zu wollen – und das bei potenziellen Besuchern und Sponsor-Partnern gleichermaßen. Dabei spielen integrierte Printprodukte eine wichtiger werdende Rolle.“



Im Sport-Event-Mediainmix kommt der Kommunikation mit Sponsoren große Bedeutung zu.

Mit stimmigen Präsentationsmappen werden Unternehmen begeistert und überzeugt, genau diese Sport-Veranstaltung zu unterstützen, denn ohne die Sponsoren würden viele Events erst gar nicht möglich sein. Sie laden Gäste mit besonderen VIP-Packages ein und übermitteln ihnen dabei bereits im Vorfeld Landyard, Zutrittskarte, Parkticket und das übersichtliche Programmheft inkl. Orientierungsplan der Location.

Doris Wallner-Bösmüller: „Wenn wir Präsentationsmappen für Sponsoren oder VIP-Packages für deren Gäste konzipieren und umsetzen, kommt es dabei immer auf die Einzigartigkeit, auf die Systematik, den Überraschungseffekt und auf die vermittelte Wertschätzung für die Zielperson an. Ist das gegeben, unterstützt dieses Instrument den Vermarktungsprozess optimal.“

Erfolgreiche Veranstalter nutzen Print als Tool für die Aufmerksamkeitsgenerierung digitaler Elemente der integrierten Kampagnen.

Folder, die auf eine Gewinnspiel-App oder -Webpage hinweisen und zur

Teilnahme motivieren, sind nur ein Beispiel für Massendrucksorten im Rahmen erfolgreicher Sport-Events.

Ein für die Kommunikationswirkung oftmals unterschätzter Bereich ist die Verpflegung. Wallner-Bösmüller: „To-Go-Verpackungen müssen natürlich

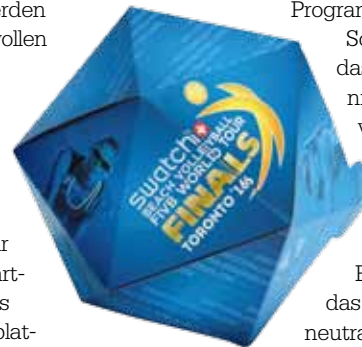
praktikabel sein, damit die Portionen schnell und für die Konsumenten unkompliziert transportiert und verzehrt werden können.

Diese To-Go-Verpackungen können genutzt werden, um Sponsoren und deren Kernbotschaften an die breite Masse der Besucher zu kommunizieren und den Event zu branden.“

Selbst Wochen nach dem Großereignis werden mit stimmungsvollen Drucksorten die Emotionen konserviert und in Erinnerung gerufen.

Ein Beispiel: In Bildbänden für jeden Sponsorpartner können Fotos individualisiert platziert werden. Das bedeutet, dass die jeweils besten Fotos des Events, auf denen auch das Logo des jeweiligen Sponsors zu sehen ist, im Bildband für den jeweiligen Partner abgedruckt werden.

Immer öfter werden hochwertige Danke-Mailings für jeden VIP-Gast genutzt, um sich für das gemeinsame Live-Erlebnis zu bedanken.



Worauf es wirklich ankommt

Auf die Frage nach den Erfolgskriterien im Sport-Marketing antwortet Wallner-Bösmüller: „Wichtig ist die Einzigartigkeit der Lösungen. Sie müssen Emotion kommunizieren und zur Vermarktung einen aktiven Beitrag leisten. Heute reicht es nicht mehr, einen einfachen Folder zu produzieren oder ein Standard-Give-away mit dem Logo zu bedrucken. Es braucht emotionale Momente, raffinierte Lösungen und Überraschungsmomente – egal ob bei Sponsorenpräsentationsmappen, VIP-Packages, Give-aways, Fotobänden oder Programmfoldern.“

So unterstützt man das emotionale Erlebnis des Sportevents vor, während und nach dem Ereignis. Bei der Produktion mit Bösmüller erfolgt all das vollkommen CO₂-neutral – ein wichtiger Aspekt für Sponsoren, für die Green-Events immer attraktiver werden!“



Ing. Doris Wallner-Bösmüller
Geschäftsführerin
Bösmüller Print Management
Tel.: 02266/68180-0
d.wallner-boesmueller@boesmueller.at
www.boesmueller.at