

Highlights presentatie Steffen Plein – TSG 1899 Hoffenheim



TSG is een van de duurzaamste clubs van Duitsland. Niet alleen ecologisch maar ook economisch. Ze zien zichzelf als een regionale club en de stadion sponsor Pre Zero helpt bij de innovatieve uitstraling.

Afrika: Umoja (unity) (our tribe)

Een samenwerkingsverband om werk en daarmee inkomsten te genereren voor lokale mensen als het gaat om kledingproductie. Het gaat om duurzame kleding die iedereen kan dragen. Dit initiatief hielp enorm tijdens Corona omdat veel business partners de kleding graag wilden gebruiken voor hun werknemers. Daarnaast heeft Hoffenheim de mogelijkheid gegeven aan partner om hun logo op de kleding te laten bedrukken en deze aan werknemers te geven. Dit was goed ter compensatie van misgelopen rechten.

Good practices in tijden van Corona

- 3 weken na de lock-down had Hoffenheim een **TSG fund** geopend om geld in te zamelen van partners, spelers en de clubs om kleine clubs te helpen. Het gaf de partners de kans om de gemiste tickets te schenken aan het fonds. Het ging om vier wedstrijden uit de Bundesliga.
- Er werden juichmomenten door fans vastgelegd en als **banner op de tribune** gebruikt. Dit is besproken met de partners, en zij gaven aan, het geld niet voor banners te willen gebruiken, maar voor creatieve technologische ideeën.
- **Support your Hero:** fans konden een foto sturen van hun held. Vervolgens kwamen die foto's op de led boarding in het stadion.
- Interwetten (wedkantoor) heeft geholpen bij het opzetten van een **FIFA toernooi met partners**. Dit werd live uitgezonden (twitch, facebook en de site).
- Er is een **online contest** bedacht met partner Rial (autovelgen producent). Wie als eerst de lat raakte met de bal, mocht een velg in het boterkaas-eieren veld leggen. Fans konden inzetten op wie er zou winnen en fans konden een virtual meet and greet winnen.
- Sommige partners gaven hun rechten aan de **Corona Warn App**, zodat deze overal in het stadion te zien was. Zo ook op de voorkant van het shirt. Dit werd erg gewaardeerd in Duitsland en door de partners.
- Tijdens wedstrijden wordt er gebruik gemaakt van een **online radio** in samenwerking met Bitburger. Zij gebruikten de radio voor advertenties tijdens de show. Daarnaast werden interviews met spelers gehouden en werden fans geactiveerd. Daarnaast is er een prematch show gedaan door de stadionspreker. Er werden voorbeschouwingen gedaan op de wedstrijden. Dat is iets wat ze in de toekomst ook willen gaan doen. Tijdens deze shows werden partners ook besproken.

Vragen

Hoe gaan jullie straks om met de 1,5 m in het stadion?

Hele moeilijke vraag. We voorzien moeilijkheden met wie er überhaupt naar het stadion mogen komen en op welke plekken zij gaan zitten. Hoe gaan we straks keuzes maken? Mogen de grote partners eerst?

Zijn jullie partners kwijtgeraakt?

Ja we zijn zeker een deel van onze kleinere partners kwijt geraakt. Sommige partners moesten terugbetaald worden. We wisten dat dit problemen gaat opleveren, maar tot nu toe doen onze partners erg hun best om aangehaakt te blijven. En we proberen de partners die we zijn kwijt geraakt in een later stadium weer aan te halen. Goed gedrag betaald uiteindelijk weer terug.

Denk je dat je meer online activiteiten gaat organiseren in de toekomst nu deze wegen verkend zijn?

Zeker! Zelf voor de crisis hadden we digitale ideeën die we nu tot uitvoering konden brengen. Echter, digitale evenementen kunnen nooit de plek innemen van fysieke bijeenkomsten. Maar voor nu is het een goede tool om toch dingen te kunnen blijven doen.

De strategie bestaat uit vijf onderdelen:

- Innovatie
- Jeugd en fan
- Ecologie
- Werknemers en spelers
- Afrika (help mensen op een duurzame manier)



Highlights presentatie Cyril de Greve – ESSMA



Hoe kun je een venue gebruiken? Stadions zijn groot en er is genoeg ruimte voor evenementen in 1,5m samenleving. Daarnaast kan er veel buiten georganiseerd worden waardoor het veiliger is voor de fans

- Drive in - hard rick stadium
- Business dinners - fc Groningen
- Pop up diner - NAC

Onderzoek wijst uit dat clubs minder fans verwachten. Toch willen fans wel graag komen maar hebben zij wel verwachtingen zoals:

- Handdesinfectie;
- Deuren eerder open van het stadion;
- Gezichtsmaskers;
- Meer dan de helft van de fans is geïnteresseerd in club-branded producten gericht op Covid-19. Denk aan gezichtsmaskers met logo etc.

Uitdagingen waar clubs mee te maken hebben:

- Hoe kun je fans op gezondheid controleren die binnen zijn?
- Veel fans vragen om een refund, voor niet gespeelde wedstrijden.
- Wedstrijden achter gesloten deuren zorgt voor gebrek aan sfeer
- De meerderheid van de clubs geven fans meerdere mogelijkheden.
 1. Geld omzetten in merchandise
 2. Schenken
 3. Terugvragen

Vragen:

Hoe ga je om met hospitality

Er zijn apps om mensen aan elkaar te koppelen en buiten het stadion fysiek af te spreken. Daarnaast is het makkelijker om mensen in hospitality ruimtes te screenen, temperatuur te meten. Etc.

Hoe ga je om met de spanning tussen meer LED-boardings terwijl visibiliteit een beetje wordt gezien als achterhaald.

Dit verschilt per land. In Engeland is er wel behoefte aan zichtbaarheid en in andere landen is het meer een korte termijn oplossing.

Sponsorship visibility

European sponsorship association survey:

- 30% zegt dat Covid een significant negatief effect heeft op de sponsoring
- 72% wil echter wel verlengen
- Sponsors willen liever live events sponsoren - positief voor voetbal

Wat kunnen clubs specifiek doen?

- Esports en online activatie bieden mogelijkheden
- Lege tribunes geven mogelijkheid voor meer zichtbaarheid sponsors
 1. Drie dubbele LED boarding
 2. Een digitale laag met advertenties op de tribune

Online engagement heel belangrijk, voorbeelden zijn?

- Specifieke clubapp voor contact met fans (st. Pauli)
- Vrije toegang tot club TV
- Online interviews met spelers/sponsors/coaches etc
- Esports

Improving the stadium experience:

- Virtuele fans projecteren op de tribunes;
- De kartonnen supporters die in het stadion worden geplaatst;
- Geluid van fans projecteren in de beelden;
- Sjaals of truien op de stoeltjes leggen;
- AEG hebben software ontwikkeld om fans vanuit de woonkamer op de tribune te laten meekijken.

Voorbeeld: het Vaticaan laat mensen via timeslots binnen komen en als je er dan niet bent, mag je niet meer naar binnen.