



KAMPAGNE



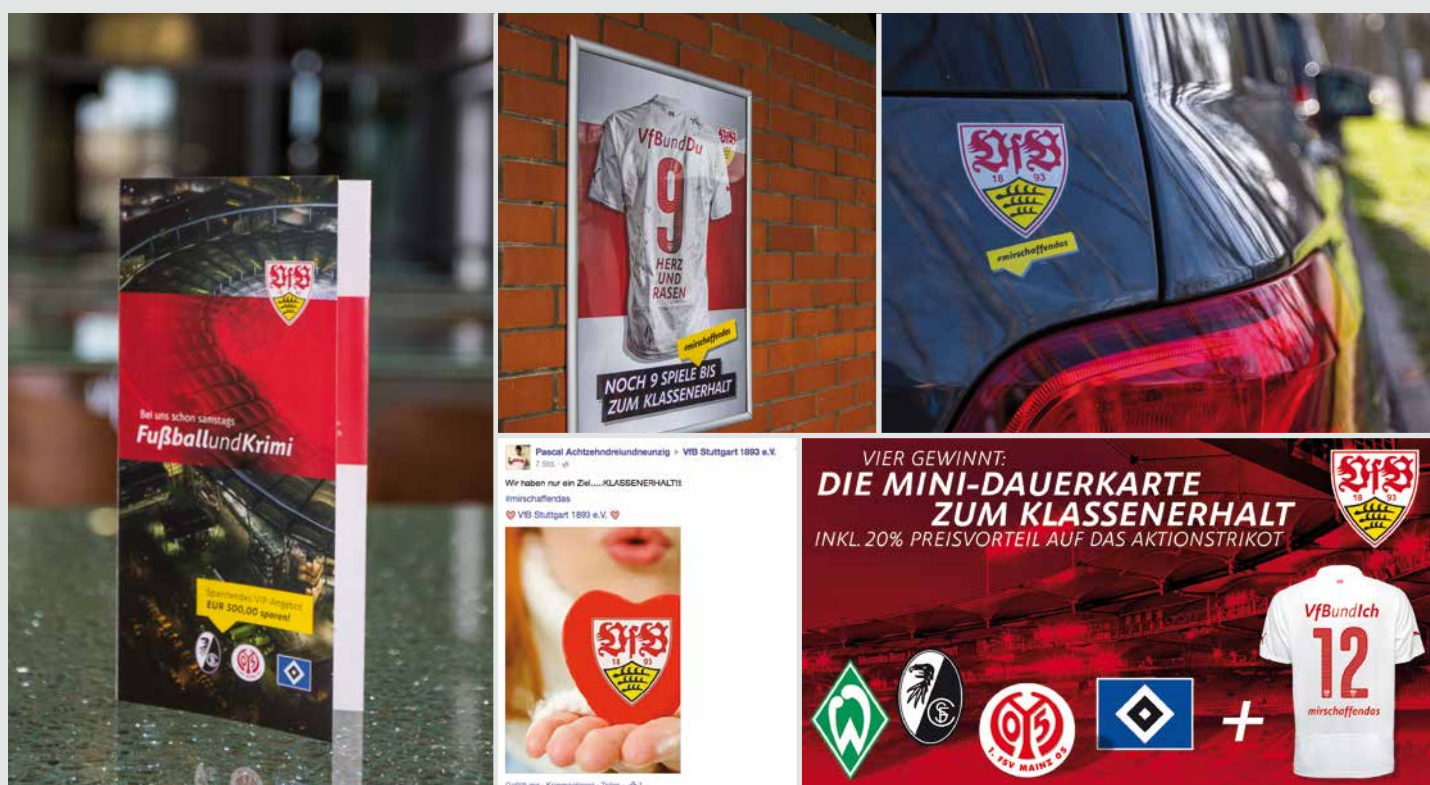
Der Countdown zum Klassenerhalt

Getreu des Zitats von Thomas Alva Edison „Erfolg hat nur, wer etwas tut“ startete der VfB Stuttgart vor dem Auswärtsspiel gegen Leverkusen den Countdown zum Klassenerhalt. Key Visual dieser Kampagne ist dabei ein Trikot, das nach jeder Begegnung via Rückennummer die noch verbleibenden Spiektage bis zum Saisonende zeigt.

Am 12. März wurde Punkt 17:00 Uhr auf der Homepage des VfB der Kick-Off-Trailer der Kampagne präsentiert. Zu sehen war ein emotionaler 40-Sekunden-Spot, der in Form eines Countdowns auf das

Spiel gegen die Werkself aus Leverkusen hinwies. Die Botschaft: „Noch 10 Spiele bis zum Klassenerhalt – #mirschaffendas.“ Bereits 24 Stunden später wurde dieser Film über Facebook, vimeo, YouTube und vfbtv von über 250.000 Personen angeklickt und gesehen. Innerhalb eines Tages erzielte dieser Clip somit eine extrem große Reichweite und ein überdurchschnittliches Maß an Aufmerksamkeit. Und der Countdown geht weiter: Vor jedem der noch ausstehenden Spiele wird dieser Trailer entsprechend aktualisiert und mit emotionalen Bildern modifiziert. Flankiert wird dieser Auftritt von

Ticketing- und Merchandising-Aktionen. Erreicht werden soll eine Sensibilisierung der gesamten VfB Familie in puncto Zusammenhalt und Unterstützung. Schließlich sollen im Kampf um den Klassenerhalt nochmals alle Kräfte gebündelt werden. Darüber hinaus steht eine Bekenneraktion in den Startlöchern, in der vom Fan in der Kurve bis hin zum Prominenten Statements abgegeben werden, die der Mannschaft in dieser prekären Lage Mut und Zuversicht zusprechen sollen. Damit dem VfB Stuttgart – frei nach Winston Churchill – „gelingen muss, das zu tun, was erforderlich ist.“



EDITORIAL

Es bleibt spannend



Unser VfB befindet sich mitten im Kampf gegen den Abstieg. Trotz des 18. Tabellenplatzes darf man durchaus positiv denken und weiterhin an den Klassenerhalt glauben. Zum einen sind es nur wenige Punkte zum Nichtabstiegsplatz 15, zum anderen sind es die noch ausstehenden Spiele gegen Mannschaften, die man schlagen muss und auch kann, um schlussendlich die Klasse zu halten. Wir sind sicher, dass Sie unserem VfB auch in dieser schwierigen Phase zur Seite stehen und ihn treu unterstützen.

Für das Saisonfinale haben wir ein spezielles VIP-Arrangement für die bevorstehenden Spiele gegen Freiburg, Mainz und Hamburg aufgelegt. Unter dem Titel „Fußball und Krimi“ können dabei sechs VIP-Tageskarten zum Preis von vier erworben werden. Neben einem attraktiven Preisnachlass ist dabei auch Spannung garantiert. Nach dem Sieg gegen Frankfurt wurde spürbar, dass die Mannschaft Selbstvertrauen gewonnen hat und der feste Glaube an den Klassenerhalt zurückgekehrt ist. Darauf gilt es aufzubauen und alle Kräfte zu bündeln. Es bleibt spannend! Danke für Ihre Unterstützung.

Rainer Mutschler

Rainer Mutschler • Jochen Röttgermann

Die Geschäftsführer der VfB Stuttgart Marketing GmbH

DIE PARTNER

Hauptsponsor

Mercedes-Benz Bank

Exklusiv Partner



Premium Partner



Team Partner



Ein faszinierender Fußballabend

EnBW-Kundenevent begeistert 80 Gäste



Expertentalk: Ulrich Ruf (l.) im Gespräch mit Rudolf Sommer beim EnBW-Kundenevent

Vor dem Heimspiel gegen die Dortmund der Borussia veranstaltete Premium Partner EnBW für ausgewählte Geschäftspartner des Konzerns ein besonderes Event im Haus des Sports. Nach einer Führung durch die Arena folgte die offizielle Begrüßung durch Rudolf Sommer von der EnBW Sales & Solutions GmbH. Anschließend stand VfB Vorstand Ulrich Ruf im Rahmen einer Talkrunde Rede und Antwort. Neben der momentanen sportlichen Situation standen vor allem

Fragen rund um die Nachwuchsarbeit des schwäbischen Traditionsvereins im Mittelpunkt. Ulrich Ruf verwies darauf, dass der VfB mit zehn A-Junioren- und sechs B-Junioren-Meisterschaften nach wie vor Deutscher Jugend-Rekordmeister ist. Dabei soll das neue EnBW Nachwuchsleistungszentrum dafür sorgen, dass diese Erfolgsgeschichte weitergeschrieben wird. Alles in allem war es ein sehr unterhaltsames Programm rund um ein spannendes Flutlichtspiel.

Erfolgreiche Vertragsverhandlungen

VfB unterstützt Business Partner Intesia



Gastfreundschaft: Murat Altuntas, Ömer Cinar, Claus Vogt, Hasan Hilmi Öksüz, Mustafa Aztopal (v.l.)

Als Hasan Hilmi Öksüz, stellvertretender Vorstandsvorsitzender und Mustafa Aztopal, Mitglied der Geschäftsführung des türkischen Erstligisten Kasimpasa Spor Kulübü nach dem Heimspiel gegen den FC Schalke 04 zurückflogen, hatten sie erfolgreiche Tage hinter sich. Nach überaus positiven Vertragsgesprächen beim Facility Management Spezialisten Intesia Group in Böblingen besichtigte die türkische Delegation auch das VfB Gelände. Sowohl das neu

errichtete Jugendleistungszentrum als auch der Business Bereich hatten es den Gästen, die von VfB Präsident Bernd Wahler begrüßt wurden, besonders angetan. „Nach den erfolgreichen Kooperationsgesprächen war der Besuch beim VfB ein ganz besonderes Highlight. Unsere türkischen Freunde zeigten sich vom VfB Stuttgart und wie dieser seine Business Partner unterstützt, beeindruckt“, so Claus Vogt, Geschäftsführer der Intesia Group.

Flagge zeigen

Eindrucksvolle Aktion der Mercedes-Benz Bank

Flutlichtspiele haben für Fußballer und Fans ihren ganz besonderen Reiz. Die Mannschaften stehen im Spielertunnel, laufen direkt auf ein gleißendes Licht zu. Und langsam werden die bislang nur unterschwellig wahrgenommenen Fangesänge zu einem Orkan. Wenn die Ränge dann noch richtig gut gefüllt sind und ein weiß-rotes Fahnenmeer sichtbar wird, ist Gänsehaut pur angesagt. Beim Heimspiel gegen Borussia Dortmund sorgte die Mercedes-Benz

Bank mit über 30.000 verteilten Fahnen dafür, dass sich die Mercedes-Benz Arena in eine Hochburg der Emotionen verwandelte. Eine großartige Aktion, um in dieser schwierigen Situation gemeinsam Flagge zu zeigen. In den Business Bereichen der Mercedes-Benz Arena wurde diese Aktion des Hauptsponsors übrigens von einer Promotion flankiert. Dabei stand die MercedesCard, eine Kreditkarte mit vielen attraktiven Vorteilen, im Fokus.



Fahnenmeer: Volle Unterstützung vom Hauptsponsor für die Jungs mit dem roten Brusting

Wünsche werden wahr

Die BarmerGEK macht Marius glücklich

Gemeinsam mit der SPORT BILD startete die BarmerGEK die Aktion „25 sportliche Wünsche. 25 mal sportliches Glück.“ Unter zahlreichen Bewerbern entpuppte sich dabei Marius Robertz als echter Glückspilz. Er gewann zwei VIP-Karten für das VfB Heimspiel gegen Frankfurt. Der 15-jährige Gymnasiast aus einem kleinen Ort nördlich von Aachen ist leidenschaftlicher VfB Fan. Deshalb war es für ihn ein besonderes Highlight, dass ihm bei einer Stadionführung ein

signiertes Trikot seines Idols Martin Harnik überreicht wurde. Marius, der nach überstandener schwerer Krankheit selbst wieder Fußball in der B-Jugend seines Heimatorts spielt, war beeindruckt vom Ambiente der VfB Heimspielstätte. Überglücklich fuhr er nach dem Spiel mit seinem Vater zurück nach Selfkant-Höngen an der niederländischen Grenze. Ein weiterer Beleg dafür, dass die BarmerGEK ein perfekter Partner in Sachen Gesundheit ist!



Trikotübergabe: Steffen Ott (BarmerGEK), Wolfgang Robertz, Marius Robertz, Markus Erdmann (v.l.)



BIRK AM BALL

Freiheit



Kabarettist Klaus Birk schreibt für Film, TV und Tageszeitungen. Und als Kolumnist in BUSINESS aktuell.

Achtziger Jahre. Stuttgart. Der VfB wird Deutscher Meister und die Stadt taumelt im Glück. Deutschland wird Europa- und zweimal VizeWeltMeister. Fast unbemerkt von diesem FreudenTaumel ergreift ein AmazonasPapagei in der Wilhelma die Gelegenheit und fliegt davon. Die Tierpfleger geben alles, um den Freibeuter der Lüfte wieder einzufangen. Vergebens. Er ent-

wischt immer wieder, eilt von Ast zu Ast, von Baum zu Baum und niemand kann ihm folgen. Hier kurz eine Frage an alle langzeitverheirateten Männer: Stell dir vor, die Frau lässt die Tür offen. Du siehst draußen etwas unfassbar Wundervolles: Die Sonne, das Licht, den Rasenmäher. Du trittst hinaus und atmest Freiheit. Wenn die Gattin dich ruft, gehst du zurück? Niemals. Hörst sie nicht mal, bist fasziniert von all den Wundern, die dir da draußen begegnen.

Die Tierpfleger in der Wilhelma jedenfalls haben zusammengelegt und aus eigener Tasche einen weiblichen AmazonasPapagei gekauft, um ihn dem Flüchtling hinterherzuschicken, in dem Glauben, die beiden würden gemeinsam zurück in den Zoo kommen. Was für eine grandiose Idee. Noch mal an die Männer: Du bist draußen, genießt die Freiheit. Um dich zur Rückkehr zu bewegen, legen deine Freunde zusammen und engagieren eine junge, wilde Blondine, deren Ausschnitt jedes MännerAuge um Asyl bitten lässt; schicken sie dir hinterher. Kommst du mit ihr zurück nach Hause?

Als der VfB Stuttgart in den Neunzigern ein weiteres Mal Deutscher Meister wurde, gab es in Stuttgart immer öfters Gerüchte, man habe mehrere AmazonasPapageien in Cannstatt gesichtet.

Als 2007 die nächste Meisterschaft eingefahren war, wurden in StadionNähe mehr als vierzig Papageien gezählt. Über die Jahre hatten sie sich ständig vermehrt und zu einer begeisterten Schar von FußballFans entwickelt. Inzwischen ist bekannt, dass diese südamerikanischen Zierden der Lüfte sich ständig am Stadion aufhalten. „Warum?“ fragen sich viele. Antwort: Sie lieben Fußball und versäumen kein Spiel. Wahrscheinlich wollte der erste Papagei nur Fußball gucken. Hätten sie ihn zu jedem Heimspiel ins Stadion fliegen lassen, wäre er in die Wilhelma zurückgekehrt und hätte den Kumpels vom Match erzählt. So hat er sich vermehrt und seinen eigenen FanClub geschaffen: Das P-Team – Parrots for VfB. „Wir sind die, wo fliegen können, das große Ganze sehen und Euch zurufen: Alles wird gut. Heute oder morgen.“

EINLAUFKINDER

Hand in Hand mit den VfB Stars



Ein ganz besonderer Moment für jeden jungen Fußballfan: Zusammen mit den Großen des Fußballs den heiligen Rasen betreten! Unter anderem nutzen die Unternehmen Kärcher, WÜRTH und FANUC dieses hochemotionale und öffentlichkeitswirksame Kommunikationsinstrument im Rahmen ihrer Partnerschaft mit dem VfB Stuttgart.

Welcher kleine Nachwuchskicker träumt nicht davon: Einmal an der Hand von Christian Gentner, Sven Ulreich oder Georg Niedermeier vor einem Bundesligaspiel als Einlaufkind in die vollbesetzte Mercedes-Benz Arena einlaufen. Dank einiger VfB Partner kann dieser Traum eines unbezahlbaren Moments für manchen Jugendlichen in Erfüllung gehen.

Für die aktuelle Saison hat sich Premium Partner Kärcher die Rechte für die Schiedsrichter-Einlaufkinder gesichert. So laufen zu vier ausgewählten Heimspielen jeweils vier Jugendliche an der Hand des Schieds-

richters, seiner beiden Assistenten und des 4. Offiziellen in gebrandeten T-Shirts ein. Auch die beiden Exklusiv Partner FANUC und WÜRTH bedienen sich innerhalb ihrer Sponsorenvereinbarungen dieses beliebten Werbetools, bei dem die Kleinen einen unbezahlbaren Moment erleben. In der Regel werden die Einlaufkinder im Rahmen von Gewinnspielen oder speziellen Ausschreibungen firmenintern ausgewählt. Kinder von Mitarbeitern können sich zu den jeweiligen Heimspielen anmelden und werden über ein Losverfahren ermittelt. „Die Auswahl-Aktion kam super an und ich habe viele positive Rückmeldungen erhal-

ten, sogar von Mitarbeitern, die keine Kinder haben oder deren Kinder die Kriterien nicht erfüllen konnten,“ so Pei Hua Yip, Marketing Specialist aus dem Hause FANUC.

Rainer Mutschler, Geschäftsführer der VfB Stuttgart Marketing GmbH fügt ergänzend hinzu: „Mit dem Angebot, unseren Partnern Einlaufkinder zu den Heimspielen anzubieten, schlagen wir zwei Fliegen mit einer Klappe. Unser Angebot ist für die Unternehmen extrem attraktiv und öffentlichkeitswirksam und gleichzeitig erfüllt der jeweilige Partner den Kindern einen Herzenswunsch.“

EINWURF

Meet & Greet In der Eventbox mit Ensinger



Zum Heimspiel gegen Borussia Mönchengladbach lud Ensinger rund 20 Jugendspieler des SF Neckarwestheim ein. Kein geringerer als VfB Ehrenspielführer Guido Buchwald sorgte für einen weltmeisterlichen Empfang. Nach einer Führung durch die Arena verfolgte die Besuchergruppe das Spiel aus der Eventbox. Nach Schlusspfiff stand Timo Werner den begeisterten Jugendspielern zum Meet & Greet zur Verfügung. Eine Aktion, die mit Sicherheit weitergeführt werden wird.

Hofmeister zeigt Herz Liebesbotschaft & Schnappschuss



„Verrate uns wen oder was Du liebst“, diese Frage stellte Hofmeister bei seiner Promotion zum Heimspiel gegen den FC Bayern München. Dabei mussten die Besucher ihre ganz persönliche Liebesbotschaft notieren, ein Selfie machen und das Foto auf die Hofmeister Facebook-Seite hochladen. Unter allen Posts wurde dann ein 1.000 EURO Einkaufsgutschein verlost. Als kleinen Liebesgruß erhielten die Teilnehmer der Aktion ein Lebkuchenherz: ein netter und äußerst schmackhafter Halbzeitsnack.

Attraktiv & Magenta Die Zuhause-Promotion der Telekom



Zum Rückrundenauftritt gegen die Fohlen-Elf aus Mönchengladbach präsentierte die Telekom Deutschland GmbH beim VfB ihr aktuelles MAGENTA ZUHAUSE M Angebot. Wie im derzeitigen Company Claim „High-speed statt langer Leitung“ beworben, konnten die interessierten Gäste im GAZI Business Center all das erleben, was verbindet: Flat telefonieren in HD Voice Qualität, Highspeed surfen und auf Wunsch auch fernsehen. Und das alles im besten Telekom Netz.

NETZWERK

Keynote-Speaker Peter Brandl begeistert die Business Partner

Das dritte „Weiß-rote Business Event“, das im März stattfand, verdeutlichte die Philosophie dieser noch jungen Veranstaltungsreihe eindrucksvoll: Die Business Partner des VfB Stuttgart profitieren dabei einerseits von Informationen zu Themen mit hoher wirtschaftlicher oder persönlicher Relevanz und andererseits von der exklusiven Möglichkeit, das eigene Netzwerk zu pflegen oder auszubauen.

Dank der Kooperation mit Speakers Excellence konnte die VfB Stuttgart Marketing GmbH an diesem Abend Keynote-Speaker

Peter Brandl im GAZI Business Center präsentieren. Und die Teilnehmer erkannten schnell, warum er mit über 3.000 Veranstaltungen in mehr als 20 Jahren, in 13 Ländern und auf drei Kontinenten zu den außergewöhnlichsten und gefragtesten Rednern im Markt gehört. Peter Brandl ist der Experte für zwischenmenschliche Kommunikation in herausfordernden Situationen – in der Luft wie auf dem Boden. Durch seine erfolgreiche Laufbahn als Manager und Unternehmer sowie als Berufspilot und Fluglehrer kennt Peter Brandl die Turbulenzen, mit denen Führungskräfte in ihrem All-

tag konfrontiert sind. Und er weiß, wie man wieder auf Kurs kommt, wenn wie so oft die zwischenmenschliche Kommunikation der „Fehler im System“ ist. In seinem Vortrag zeigte er auf, wie man besser und effektiver kommuniziert, Reibungsverluste vermeidet und Ziele schneller erreicht.

Zum Ausklang des Abends blieb natürlich ausreichend Zeit, den inspirierenden Vortrag Revue passieren zu lassen, über die aktuelle sportliche Situation zu diskutieren oder auch neue Kontakte im Kreise der Business Partner zu knüpfen. Jochen Rött-

germann, Geschäftsführer der VfB Stuttgart Marketing GmbH zeigte sich erfreut: „Wir wollen unseren Partnern weit mehr bieten als 90 Minuten Fußball, Hospitality-Pakete oder Werbeleistungen. Wir freuen uns sehr über die bisherigen Teilnehmerzahlen und die vielen positiven Rückmeldungen zu den ersten drei „Weiß-roten Business Events“. Die Maßnahme, die bestehende VfB Netzwerkplattform mit dieser Veranstaltungsreihe deutlich zu erweitern und gleichzeitig mit interessanten Vorträgen einen echten Mehrwert für unsere Partner zu schaffen, kommt sehr gut an!“



IMPRESSUM

Herausgeber und verantwortlich für den Inhalt:
VfB Stuttgart Marketing GmbH
Mercedesstraße 73B
70372 Stuttgart
Tel.: +49 (0) 711 - 55 007 250
Fax: +49 (0) 711 - 55 007 251
www.vfb.de

Redaktionsleitung:
Rainer Mutschler, Jochen Röttgermann

Redaktion:
Bardo Kneiser, Michael Schweizer

Entwurf & Gestaltung:
Dennis Kupfer

Koordination:
Michael Schweizer

Fotos:
Foto Baumann, Herbert Rudel, Maks Richter, Dennis Kupfer, Archiv

Druck:
W. KOHLHAMMER DRUCKEREI GmbH & Co. KG

Für unaufgefordert eingesandte Beiträge oder Fotos übernimmt die VfB Stuttgart Marketing GmbH keine Verantwortung.