

Erfolgreiche Verbandsvermarktung – Revolution statt Evolution?!

Am 22. März 2011 fand im Deutschen Sport & Olympia Museum in Köln der 2. actori SPORTVERBANDSKONGRESS statt. Mit 45 vertretenen Sportverbänden konnte die Resonanz gegenüber der erfolgreichen Premiere in 2009 nochmals gesteigert werden. Die rund 100 Teilnehmer diskutierten über Anforderungen an eine erfolgreiche Verbandsvermarktung und mögliche Professionalisierungsschritte.

„In 2009 haben wir mit den Sportverbänden diskutiert, wo zukünftige Vermarktungspotenziale liegen. Diese Diskussion hat sich für uns im Anschluss an den 1. actori SPORTVERBANDSKONGRESS in vielen Gesprächen mit Sportverbänden fortgesetzt. Dabei ist vor allem Eines klar geworden: Wesentliche Trends wie Corporate Social Responsibility, aber auch Vertriebs-Return on Sponsoring sprechen für die Sportverbände. Dieses Mal haben wir mit den Teilnehmern daher den Fokus auf die Umsetzbarkeit erfolgreicher Vermarktungsstrukturen gerichtet“, erläutert actori Geschäftsführer Dr. Stefan Mohr die inhaltliche Ausrichtung der Veranstaltung. Dr. Fabian Hedderich, der als Leiter des Kölner actori Büros durch die Veranstaltung führte, ergänzt: *„Wir wissen aus unseren erfolgreichen Vermarktungspartnerschaften mit den Fußball-Landesverbänden und auch aus den zahlreichen Beratungsprojekten im Sport, wie wichtig funktionierende, kundenorientierte Vermarktungsstrukturen sind. Wir wissen aber auch, wie schwierig diese oftmals zu installieren sind. Diesen Konflikt konnten wir gemeinsam mit den Referenten heute sehr gut ausleuchten und Entwicklungsmöglichkeiten aufzeigen.“*



Wie die vielen positiven Kommentare noch am Veranstaltungstag zeigten, kam die Mischung aus Experten-Vorträgen, interaktiven Workshops, einer lebhaften Podiumsdiskussion sowie ausgiebigen Freiräumen für Einzelgespräche bei den Teilnehmern sehr gut an. Das gesamte Programm im Überblick:

- Peter Mayer (Geschäftsführer Bayerischer Tennis-Verband e.V.): „Verbandsentwicklung als Strategieprozess“
- Anne Gfrerer (Leitung Identity & Communications HypoVereinsbank) und Dr. Stefan Mohr (Geschäftsführer actori): „Corporate Social Responsibility – Chancen für Partnerschaften am Beispiel der HypoVereinsbank/ UniCredit“
- Jürgen Igelspacher (Geschäftsführer Bayerischer Fußball-Verband e.V.) und Dr. Fabian Hedderich (Leiter Kölner actori Büro): „Organisatorische Ausgliederung der Verbandsvermarktung auf eine Marketing-GmbH“
- Stephan Schröder (Mitglied der Geschäftsleitung SPORT + MARKT) und →
- Walter Schneeloch (Präsident des Landessportbund Nordrhein-Westfalen): „Professionalisierung von Sportverbänden – Bedingung für eine erfolgreiche Zukunft“
- Frank Neumann (Vorstandsvorsitzender BIG direkt gesund): „Fünf Gründe für ein Engagement der BIG direkt gesund beim Fußball- und Leichtathletik-Verband Westfalen“

- Sebastian Wirtz (Leiter Competence Center Sport actori): „Bepreisung von Verbandsleistungen in Sponsoring-Paketen – vom Verbandsmagazin zum Bewegtbild“
- Jürgen Bühl (Geschäftsführer Bewerbungsgesellschaft München 2018 GmbH): „Schaffung professioneller Vermarktungsstrukturen am Beispiel der Bewerbung für Olympia 2018“

Die mit Rainer Brechtken (Präsident Deutscher Turner-Bund e.V.), Claus Horstmann (Geschäftsführer 1. FC Köln GmbH & Co. KGaA) und Alfred Vianden (Präsident Fußball-Verband Mittelrhein e.V.) prominent besetzte Podiumsdiskussion widmete sich v.a. der Frage nach der tatsächlichen Veränderungsbereitschaft von Sportverbänden in Vermarktungsthemen und lieferte ein Plädoyer für mehr Offenheit gegenüber Sponsoren.

„Das erneut so positive Teilnehmerecho hat uns gezeigt, dass wir mit der Veranstaltung einen echten Diskussions- und Know-how Bedarf bei den Sportverbänden bedienen. Wir freuen uns schon auf ein Wiedersehen beim 3. actori SPORT-VERBANDSKONGRESS“, so Dr. Stefan Mohr zum Abschluss der Veranstaltung.

Ansprechpartner:

Dr. Stefan Mohr, Dr. Fabian Hedderich

„Pavillon 21 MINI Opera Space“ vom Internationalen Fachverband Sponsoring ausgezeichnet

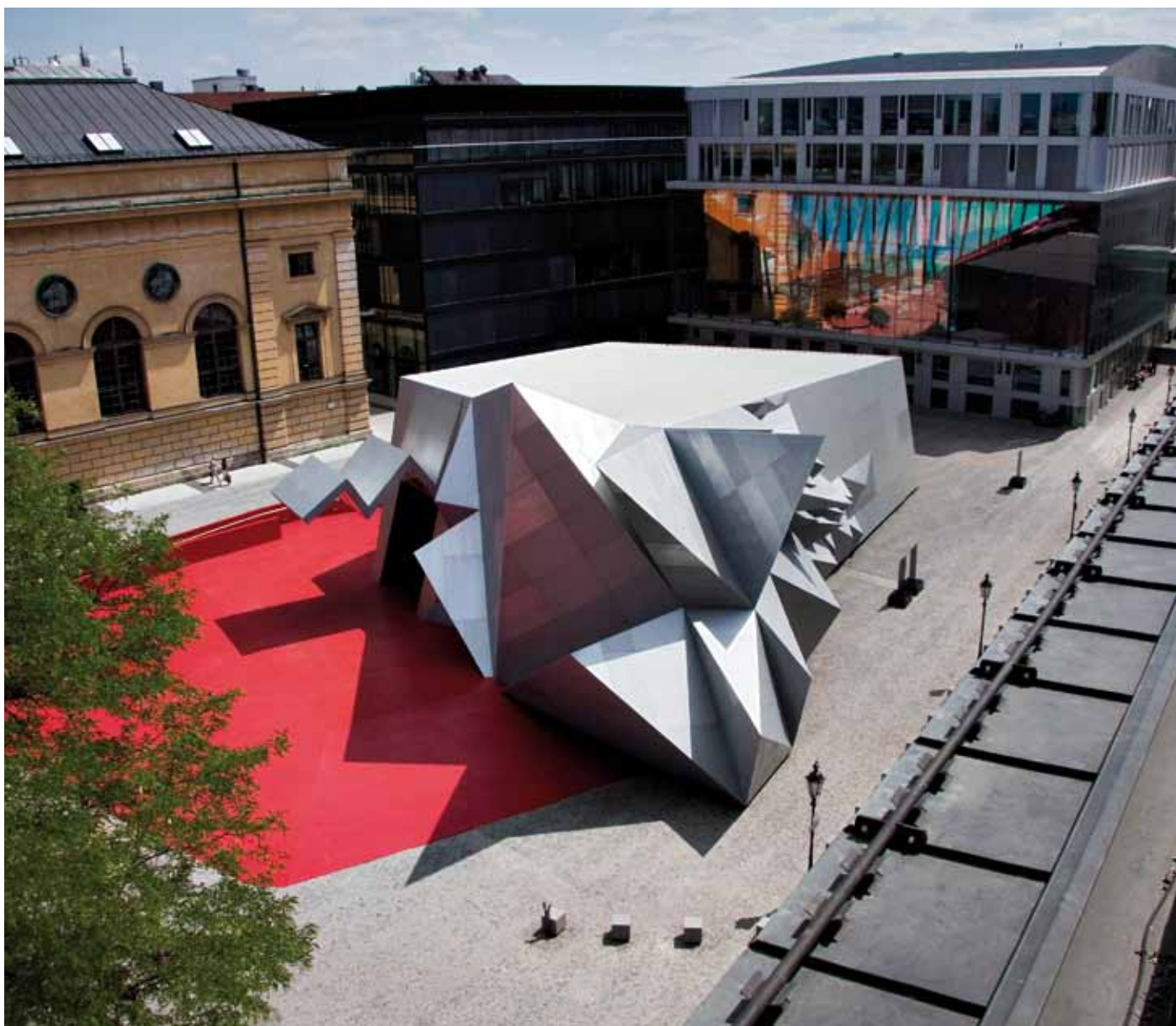
Beim 18. Internationalen Sponsoring Award am 24. März 2011 wurde das Projekt Pavillon 21 MINI Opera Space der Bayerischen Staatsoper und der MINI AG in der Kategorie „Kultur-sponsoring“ ausgezeichnet. Das mit Unterstützung der actori GmbH realisierte Projekt überzeugte die Expertenjury des ältesten Awards der Kommunikationsbranche aufgrund der hervorragenden Integration des Hauptsponsors MINI in das künstlerische Gesamtkonzept. Auch die konsequente und gelungene Nutzung des Web 2.0 und die Langfristigkeit des Projektes wurden von den Experten gewürdigt.

Der Pavillon 21 MINI Opera Space ist eine neue, temporäre Spielstätte der Bayerischen Staatsoper, die am 24. Juni 2010 im Rahmen der Münchener Opernfestspiele eröffnet wurde. Ziel der

Bayerischen Staatsoper war es, eine mobile Experimentierbühne zu schaffen, die die Grenzen zwischen Zuschauer und Bühne neu definiert und damit ein vollkommen neues Besucherlebnis schafft. Mit der Realisierung der außergewöhnlichen modernen Architektur wurden die Architekten COOP HIMMELB(L)AU beauftragt.

Ergänzend zu den Inszenierungen der Bayerischen Staatsoper entwickelte man gemeinsam mit dem Automobilhersteller und Titelsponsor MINI ein vielseitiges Programm: Der Marstallplatz wurde zum Autokino und Austragungsort eines Video-Contests, Nachtschwärmer wurden mit Clubbing und Konzerten und Frühaufsteher mit Singen, Yoga und Tanzen angelockt. In den Pavillon 21 MINI Opera Space wurden internationale Künstler eingeladen, um die Grenzen der Wahrnehmung und Genres zu überschreiten und neue Formen des Musiktheaters zu erproben.





Der Pavillon 21 MINI Opera Space auf dem Münchener Marstallplatz | © Markus Pillhofer

Neben verschiedenen zeitgenössischen Musiktheaterproduktionen wurden auch integrative Projekte wie z.B. „About us!“ umgesetzt, bei dem die Bayerische Staatsoper mit Jugendlichen und dem New Yorker Experimentalmusiker Elliot Sharp aus Improvisationen ein Musiktheaterstück entwickelte. Insgesamt fanden an 31 Tagen über 100 Vorstellungen und Events statt.

Das Sponsoringkonzept für den Pavillon 21 MINI Opera Space entwickelte actori bereits im Jahr 2008. Kerngedanke des Konzeptes war es, interessante inhaltliche Einbindungsoptionen für Unternehmen zu bieten, dabei aber keinerlei Einschränkungen der künstlerischen Inhalte und Planungen in Kauf zu nehmen. Letztlich wurden in der Kooperation sowohl gemeinsame Projekte (z.B. ein Video-Contest zur Vissi d'arte-Arie aus der Oper Tosca) als auch eigene Projekte des Partners (z.B. Art Fair Stroke) umgesetzt.

Neben dieser inhaltlichen Einbindung wurde der konsequente Einsatz des Web 2.0 zum Erfolgsfaktor: Die Plattformen Facebook,

Twitter und YouTube, die mit dem Pavillon 21 MINI Opera Space an der Bayerischen Staatsoper erstmalig genutzt wurden, wurden zum Austausch mit jüngeren Besucherschichten eingesetzt und gaben fortlaufend einen Einblick in die Arbeiten. So wurden im Vorfeld Interviews, Probenberichte und Skizzen in den jeweiligen Communities von Oper und MINI veröffentlicht. Nach der Eröffnung des Pavillon 21 MINI Opera Space wurde intensiv über die aktuellen Veranstaltungen und Ereignisse kommuniziert. Den größten Erfolg hatte dabei der eigene YouTube-Channel, auf dem Videos von Laien mit ihrer eigenen Interpretation der Tosca-Arie hochgeladen wurden und an einem Contest teilnahmen.

Der Pavillon 21 MINI Opera Space wird im Rahmen der Opernfestspiele 2011 erneut auf dem Marstallplatz in München stehen und ab dem 28. Juni 2011 für rund einen Monat wiederum ein vielseitiges und spannendes Programm bieten.

Ansprechpartner: Prof. Maurice Lausberg

Weiterer Meilenstein in der actori Geschichte – Büro in Köln eröffnet



Das erfolgreiche Wachstum von actori setzt sich fort: Am 21. März 2011 wurde in feierlichem Rahmen das neue actori Büro in Köln offiziell eröffnet. actori baut seit Frühjahr 2010 mit dem zusätzlichen Unternehmensstandort in Köln seine deutschlandweite Präsenz weiter aus und stärkt den Kontakt zu Kunden und Netzwerken im Westen Deutschlands.

Besonderes Highlight der Eröffnungsveranstaltung war der Auftaktvortrag von Prof. Dr. h.c. Roland Berger, Beiratsvorsitzender und Mitgesellschafter der actori GmbH, der die bisherige Erfolgsgeschichte des Unternehmens würdigte. Im Anschluss hatten die rund 70 Gäste, zu denen zahlreiche hochkarätige Persönlichkeiten aus den Bereichen Sport, Kultur und Bildung zählten, die Gelegenheit, sich in entspannter Atmosphäre auszutauschen.

Standortleiter Köln: Dr. Fabian Hedderich

actori

Herausgeber: actori GmbH; Geschäftsführer Prof. Maurice Lausberg, Dr. Stefan Mohr

actori GmbH Amalienstraße 62 80799 München Fon + 49-[89]-28 67 47 0 Fax + 49-[89]-28 67 47 27 insight@actori.de www.actori.de