

09.11.2007 – 15:28 Uhr

Euro 08: Kreative Ideen gefragt



Zürich (ots) -

- Hinweis: Bildmaterial steht zum kostenlosen Download bereit
unter: <http://www.presseportal.ch/de/pm/100000003> -

Kreative und zielführende Ideen zur Euro 08 sind gefragt und nicht Aktionismus um jeden Preis. So lautete eine der Kernaussagen beim gestrigen media coffee der SDA-Tochter news aktuell schweiz in Zürich. Rund 100 PR- und Marketing-Fachleute sowie Medienschaffende diskutierten im Convention Point der SWX über das Thema "Euro 08 - Chance für die Unternehmenskommunikation?"

"Ein Unternehmen, das seine Marke jahrelang vernachlässigt hat und hofft, dass es in den drei Wochen der EM seine Marke aufpolieren kann, wird scheitern", so Achill Prakash, Director of Strategic Planning bei der Werbeagentur Publicis. "Man kann auch souverän sein, wenn man leise ist und zum Beispiel erst nach der EM über seine Themen spricht." Ob als offizieller Sponsor oder Nicht-Sponsor, also sogenannter Ambusher - wenn alle Unternehmen um die Wette kommunizieren, müsse das Ziel sein, kreative und attraktive Ideen zu entwickeln, mit denen die Menschen auch Zeit verbringen wollen.

Ob es überhaupt legitim sei, dass sich auch Unternehmen, die keine offiziellen Sponsoren sind, die Euro 08 zunutze machen, fragte Moderator Marcel Siegenthaler, Stellvertretender Chefredaktor von .ch. Ulrich Kühne-Hellmessen, Herausgeber des Fussball-Magazins "Eurosoccer", sprach sich deutlich für das Ambush-Marketing aus. "Man muss ein ganzes Volk mobilisieren. Wenn nur den Sponsoren Raum gegeben wird, kann die Euro 08 kein Erfolg werden", betonte er. Ein Nebeneinander müsse möglich sein. Viele Unternehmen würden gerne offiziell partizipieren, hätten aber nicht die Möglichkeit dazu. Die künstlich geschaffenen Rechte, die durch die UEFA vergeben werden,

bezeichnete er als pervers.

Auf die Frage, wie hinterhältig die Migros mit ihrer Fanmeisterschaft M'08 agiere, antwortete Patrick Chevin, Projektleiter M'08: "Gar nicht." Die M'08 sei auch juristisch einwandfrei. Natürlich sei die Migros auf die UEFA zugegangen und habe sich für ein offizielles Sponsoring interessiert, erläuterte Chevin, habe als Retailer aber keine Chance gehabt. Letztlich habe die Migros erkannt, dass sie ihr Ziel, etwas für die Fans zu tun, mit der eigenen Marke M'08 viel besser erreichen könne als durch offizielles Sponsoring.

Dominique Gerster, Mediensprecher der UBS, die sich als Nationaler Förderer der Euro 08 engagiert, zeigte sich angesichts der positiven Meinungen zum Ambush-Marketing gelassen. "Wir machen uns keinen Sport daraus, Ambusher bei der UEFA zu denunzieren", sagte er. "Wir konzentrieren unsere Energie lieber darauf, dass die UBS-Arenen gut laufen." Die UBS wolle ihren Kunden und der breiten Öffentlichkeit ein einzigartiges Fussballfest bieten und verfolge nicht das Ziel, andere Public Viewings zu verhindern.

Welche rechtlichen Möglichkeiten Unternehmen überhaupt haben, zur Euro 08 aktiv zu werden, auch wenn sie keine offiziellen Sponsoren sind, erläuterte Rechtsanwalt Dr. Stephan Netzle, Partner der Kanzlei Wenger Plattner. Als Faustregel gelte: Finger weg von Marken, Logos, Jingles und Fotos von bekannten Sportlern. Wirklich kreatives Ambush-Marketing, welches die Faustregel beachtet, lasse sich aber nur schwer bekämpfen, und die rechtlichen Möglichkeiten eines Veranstalters seien nicht so gross wie es seine Marketingabteilung gerne hätte. Nicht jeder Fussball im Schaufenster sei automatisch Ambush-Marketing.

Kontakt:

news aktuell schweiz
Andrea Menken
Marketing Manager
Sihlquai 253
8005 Zürich
Tel.: +41/43/960'68'10
E-Mail: menken@newsaktuell.ch

Medieninhalte



v.l.n.r.: Dominique Gerster, Mediensprecher, UBS; Dr. Stephan Netzle, Partner, Wenger Plattner Rechtsanwälte; Achill Prakash, Head of Strategic Planning, Publicis; Marcel Siegenthaler, Stellvertretender Chefredaktor, .ch (Moderation); Ulrich Köhne-Hellmessen, Verleger, Sportverlag Europa Medien AG; Patrick Chevin, Projektleiter M'08, Migros-Genossenschafts-Bund / media coffee der SDA-Tochter news aktuell schweiz in Zürich. Titel: "Euro 08 - Chance für die Unternehmenskommunikation?". Weiterer Text über OTS. Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Abdruck bitte unter Quellenangabe: "obs/news aktuell schweiz"



v.l.n.r.: Dominique Gerster, Mediensprecher, UBS; Dr. Stephan Netzle, Partner, Wenger Plattner Rechtsanwälte; Achill Prakash, Head of Strategic Planning, Publicis; Marcel Siegenthaler, Stellvertretender Chefredaktor, .ch (Moderation); Ulrich Köhne-Hellmessen, Verleger, Sportverlag Europa Medien AG; Patrick Chevin, Projektleiter M08, Migros-Genossenschafts-Bund / media coffee der SDA-Tochter news aktuell schweiz in Zürich. Titel: "Euro 08 - Chance für die Unternehmenskommunikation?". Weiterer Text über OTS. Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Abdruck bitte unter Quellenangabe: "obs/news aktuell schweiz"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000003/100548867> abgerufen werden.