

16.05.2008 - 14:50 Uhr

Auftritt in Fanzonen aller acht Austragungsorte wird vorbereitet: Offizieller Sponsor Continental wird Fußball-Fans bei der UEFA EURO 2008[TM] mit interaktiven Fußball-Aktionen unterhalten

Hannover (ots) -

Die Continental AG wird als Offizieller Sponsor während der UEFA-Fußball-Europameisterschaft nicht nur in den Stadien und ihrer unmittelbaren Umgebung, sondern auch mitten in den Fanzonen der acht Austragungsstädte präsent sein. Dafür haben die Hannoveraner im Herbst 2007 eine Agentur-Ausschreibung gemacht und der Proteco Marketing-Service GmbH mit Sitz in Diedorf bei Augsburg den Zuschlag für die Umsetzung erteilt. Das Sieger-Konzept sieht einen möglichst interaktiven Auftritt in den Fanzonen vor. Da die räumlichen Möglichkeiten in den acht Städten stark variieren, sind auch von Stadt zu Stadt unterschiedliche Ansätze erforderlich. "Wir wollen den Fußball-Fans mit unserem Fanzonen-Auftritt vor und nach den Spielen die Möglichkeit bieten, selbst aktiv zu werden. Dafür haben wir zusammen mit Proteco vier unterschiedliche Varianten entwickelt", so Silke Gliemann, Kommunikations-Managerin Continental Pkw-Ersatzgeschäft Europa.

Das "ContiSafetyCenter" soll in Zürich besonders dem Sicherheitspersonal, den Volunteers sowie allen weiteren Helfern auf insgesamt 170 m² als Oase der Ruhe und sichere Anlaufstation für eine kleine Pause vom regen Treiben dienen, damit sie sich während ihrer Arbeitszeit voll auf die Sicherheit der Fans konzentrieren können. Dabei sind sowohl Massagestühle und eine Ruhelounge als auch Safes zum Verstauen persönlicher Gegenstände, ein Kommunikationsbereich mit der Möglichkeit, sms und E-Mails zu versenden sowie eine Kaffee-Bar vorgesehen. Für die Fans gibt es einen separaten Bereich mit Internet-Zugang, Tischfußball, dem FanStyleCenter für Gesichtsbemalung und Tattoos sowie dem ContiFanCasting, bei dem sich die Fans fotografieren lassen können und sofort das Ergebnis als Ausdruck erhalten.

Das "ContiFanCenter" wird allen Fans in Wien ebenfalls auf 170 m² die Möglichkeit bieten, Spiele auf der Online-Plattform www.ContiFanWorld.com zu spielen, Tischfußball sowie Speed-Kicker zu spielen sowie das FanStyleCenter und ContiFanCasting zu nutzen.

Ein drittes Konzept ist "Das Duell", das auf 35 m² dem TV-Spot mit Nationaltorwart und Werbepartner Timo Hildebrand nachempfunden ist und in Basel und Salzburg angeboten wird. Dabei müssen die Fußball-Fans mit einer Torschuss-Kanone möglichst viele Bälle in der klassischen Torwand mit zwei Löchern versenken und TopScorer zu werden. Merchandising-Produkte sind als Preise vorgesehen.

Bei der vierten Variante "ArenaChallenge" müssen die Fans in Bern, Genf, Innsbruck und Klagenfurt auf 25 m² den Ball sicher ins Stadion bringen. Und zwar mit dem Fuß über eine als Straße gekennzeichnete Rampe, die in das Werbemotiv "Reifen mit Stadion" führt. Auch hier sind Merchandising-Produkte als Preise vorgesehen.

Die Erfahrungen bei der FIFA WM 2006 in Deutschland haben gezeigt, dass interaktive Angebote sehr beliebt sind, denn die Fans wollen selbst auch gern mal zeigen, wie gut sie schießen können. "Wir sind

gespannt, wie groß die Euphorie in Österreich und der Schweiz werden wird, hängt doch viel vom heimischen Publikum ab, wenn es darum geht, über drei Wochen eine positive Grundstimmung aufrecht zu erhalten", erinnert sich Pkw-Reifen-Pressesprecher Alexander Lührs.

"Allen noch an Tickets interessierten empfehlen wir den Besuch unserer Websites", so Lührs weiter. Unter www.ContiSoccerWorld.de informiert Continental umfassend über die eigenen Aktivitäten im Fußball, die Sieger der früheren Turniere, über die Teams und Stars der 16 qualifizierten Teams der UEFA EURO 2008[TM] und natürlich über alle aktuellen Ticket-Gewinnspiele. Unter www.ContiFanWorld.com gibt es zahlreiche Online-Spiel-Möglichkeiten und neben Tickets auch andere attraktive Preise zu gewinnen.

Der Continental-Konzern gehört mit einem Jahresumsatz von mehr als 25 Milliarden Euro (Basis 2006) weltweit zu den fünf führenden Automobilzulieferern. Als Anbieter von Reifen, Bremssystemen, Systemen und Komponenten für Antrieb und Fahrwerk, Instrumentierung, Infotainment-Lösungen, Fahrzeugelektronik und technischen Elastomerprodukten trägt das Unternehmen zu mehr Fahrsicherheit und zum Klimaschutz bei. Continental ist darüber hinaus ein kompetenter Partner in der vernetzten, automobilen Kommunikation. Das Unternehmen beschäftigt derzeit rund 150.000 Mitarbeiter an mehr als 200 Standorten in 36 Ländern.

Die Reifen-Divisionen sind ein Offizieller Sponsor der UEFA EURO 2008[TM], die im Juni 2008 in Österreich und der Schweiz stattfindet. Weitere Informationen hierzu finden Sie unter www.ContiSoccerWorld.de , www.ContiFanWorld.com , www.conti-online.com .

Pressekontakt:

Pressekontakt:

Alexander Lührs
Leiter Öffentlichkeitsarbeit Pkw-Reifen
Continental AG
Büttnerstr. 25, 30165 Hannover
Tel: 0511-938-2615, Fax: -2455
E-Mail: alexander.luehrs@conti.de
www.contisoccerworld.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100010257/100561711> abgerufen werden.