



Wer:
Handball Erstligist TSV Hannover Burgdorf

Was: Entwicklung eines Marketingkonzeptes für den Aufstieg in die erste Bundesliga inklusive einer Positionierung des Vereins, der Entwicklung von Maßnahmen zur Imagebildung, der Erarbeitung eines einheitlichen Gestaltungskonzeptes sowie der Konzeption der Veranstaltungstage um das Heimspiel zum Erlebnis zu machen.

Wann: je 17 Heimspiele in der Saison 2009/2010 und der Saison 2010/2011

Wo: AWD Hall Hannover

Wie viele: Im Schnitt 3.500 Besucher an den Heimspielen, etwa 50 Mitarbeiter zur Vorbereitung jedes Spieltages

TSV Hannover Burgdorf

Die Herausforderung: Der „sportliche“ Zeitplan des Vereins

Der Aufstieg in die erste Bundesliga kam für den Handballverein TSV Hannover Burgdorf beinahe so überraschend, wie der Auftrag an invite, das Marketingkonzept für die Mannschaft zu entwickeln. Nur sechs Wochen hatte die Agentur in der Sommerpause Zeit, einen Slogan für die Mannschaft zu entwickeln, ein Konzept für die Vermarktung des Vereins zu schreiben und die Durchführung der Heimspiele in der AWD Hall zu planen.

Für das kleine, dynamische Team mit Sport-Erfahrung kein Problem. Im Pitch setzte sich die Eventagentur gegenüber dem Wettbewerb durch: „Handball ist ein sehr emotionaler Sport, bei dem die Spieler noch anfassbar sind. So kamen wir auf den Slogan „Hand. Herz. Heimspiel“, mit dem sich der Verein nun positioniert“, erklärt Projektmanagerin Lena Witte das Konzept, das invite gemeinsam mit der Planungsgruppe Holodeck entwickelte.

Das Image des kleinen David, der sich in der Bundesliga erst einmal seinen Platz gegenüber den großen Goliaths in der Tabelle erkämpfen muss, kam an. Die sympathischen „Jungs“ überlebten im Wettkampf: Tabellenplatz 14 belegte der Neuling am Ende der Saison. Und der Kampf geht weiter: In der aktuellen Saison selbstverständlich wieder mit Unterstützung der Veranstaltungsprofis von invite.