



## Marketing-Tipp zur WM

Die Fußball-Weltmeisterschaft in Südafrika ist das Sommerereignis des Jahres! Kaum einer Ihrer Kunden kann sich der Spannung und Magie dieses Großereignisses entziehen. Stimmen Sie daher auch Ihre Marketingaktionen darauf ein.

Selbst wenn Sie selbst kein Fußballfan sein sollten, sollten Sie - wenn noch nicht geschehen - schnell überlegen, wie man sich als Unternehmen an dieses Event und seinen Aufmerksamkeitswert „anhängen“ und so vom WM-Fieber profitieren kann. So sollten Sie Aktionen organisieren, die gut zu Ihrem Betrieb passen und die entsprechenden Vorbereitungen treffen. Beziehen Sie dabei auch Ihre Mitarbeiter ein, denn je mehr Menschen sich engagieren, desto besser wird das Ergebnis sein.

Wir wollen Ihnen einige Anregungen geben. Um im Bild zu bleiben: Nehmen Sie diese Vorschläge als Flanke auf, umdribbeln Sie Ihre Mitbewerber und versenken Sie unseren „Ball“ auf Ihre Weise im Tor, damit Sie den Rasen letztlich als Sieger verlassen.

**Kontakt:**

Bundesinnungsverband für Orthopädie-Technik, Dr. Martina Althaus,  
Reinoldistr. 7 - 9, 44135 Dortmund, Telefon 0231 557050-25, Telefax 0231 557050-40,  
E-Mail: [althaus@ot-forum.de](mailto:althaus@ot-forum.de), <http://www.ot-forum.de>

Eines Ihrer Spielfelder kann Ihr Schaufenster oder Ihre Auslage sein. Dekorieren Sie es mit Fußballmotiven - vom WM-Ball bis zum schwarz-rot-goldenen Fanschal, von Bildern aus den Teilnehmerländern bis zu Altertümchen, also zum Beispiel Fußballschuhen von anno dunnemals. Sie könnten aber auch ein Spielfeld ins Schaufenster legen, etwa aus grünem Teppichboden oder aus Holz und darauf - je nach Größe - Play-Mobil-Männchen oder zum Beispiel Teddybären in Sporttrikots platzieren. Ein solches Spielfeld oder die Flaggen der WM-Teilnehmer können Sie daneben aus bunten Kieseln, Blumen, Fliesen- oder Mosaikstücken oder Stoff- und Teppichbodenresten legen, um so WM-Stimmung zu erzeugen.

Einige Betriebe haben bereits Werbemaßnahmen und Sonderaktionen mit Fußball-Touch gestartet. Flyer wurden zusätzlich mit Bällen oder verwandten Motiven bedruckt, Chefs und Mitarbeiter mit Bällen unter dem Arm oder im Sport-T-Shirt abgelichtet. Tippspiele sind ähnlich beliebte Aktionen in diesem Zusammenhang - ob via Internet oder etwa als Rückmeldung auf ein Firmenmailing.

Eine weitere Vorlage: Stellen Sie in Ihrem Geschäft oder der Ausstellung einen Laptop mit einem Liveticker für die aktuellen Spielergebnisse auf oder notieren Sie sie wenigstens auf einem Plakat oder einer Tafel, um Ihre Kunden so auf dem Laufenden zu halten.

---

**Kontakt:**  
**Bundesinnungsverband für Orthopädie-Technik, Dr. Martina Althaus,**  
Reinoldistr. 7 - 9, 44135 Dortmund, Telefon 0231 557050-25, Telefax 0231 557050-40,  
E-Mail: [althaus@ot-forum.de](mailto:althaus@ot-forum.de), <http://www.ot-forum.de>

Eignen sich Ihre Ausstellungs-/Betriebsräume für ein Public-Viewing? Laden Sie doch Ihre Kunden zum gemeinsamen WM-Genuss mit Freibier und Bring- und Holdienst ein. Ein knuspriges Spanferkel vom Nachbarfleischer oder frisch gegrillte Bratwürste dürfen auch mit an Bord.

Wer derartige Pässe aufnimmt, tut sicherlich auch etwas für seinen Umsatz, aber Achtung:

Bei all Ihren Werbeaktivitäten rund um die WM, beachten Sie bitte die Vorschriften für kommerzielle Werbung mit WM-Symbolen und -Begriffen. Gehen Sie also hier vorsichtig zu Werke und informieren Sie sich über die Rechtslage, zum Beispiel bei der IHK München und Oberbayern, unter [http://www.muenchen.ihk.de/mike/ihk\\_geschaetsfelder/recht/Anhaenge/Fussball-WM-2010.pdf](http://www.muenchen.ihk.de/mike/ihk_geschaetsfelder/recht/Anhaenge/Fussball-WM-2010.pdf)

---

**Kontakt:**

**Bundesinnungsverband für Orthopädie-Technik, Dr. Martina Althaus,**  
Reinoldistr. 7 - 9, 44135 Dortmund, Telefon 0231 557050-25, Telefax 0231 557050-40,  
E-Mail: [althaus@ot-forum.de](mailto:althaus@ot-forum.de), <http://www.ot-forum.de>