

# Presseinformation



Neupositionierung der Marke „FCK“ durch OF consulting  
ein wichtiger Baustein des Aufschwungs

## Herzblut-Kampagne des 1. FC Kaiserslautern gewinnt „Marketingpreis des Sports 2009“

**Im Rahmen von Europas größtem Sportbusiness-Kongress, der SpoBiS 2009 in München, wurden der 1. FC Kaiserslautern und die OF consulting GmbH mit dem 1. Platz beim „Marketingpreis des Sports 2009“ ausgezeichnet. Die mehrstufig angelegte Marketingkampagne „Lautrer Herzblut“, die im April 2008 eine emotionale Neupositionierung der „Marke 1. FC Kaiserslautern“ eingeleitet hat und den Traditionsverein seitdem weiter erfolgreich begleitet, setzte sich unter 41 Bewerbungen und zehn von der Jury nominierten Sportmarketing-Projekten als Siegerentwurf durch**



Herzblut-Kampagne - ausgezeichnet mit dem „Marketingpreis des Deutschen Sports 2009“

Foto zum Download in Druckauflösung unter [www.of-consulting.de](http://www.of-consulting.de)

**Kaiserslautern und Landau, 02. Februar 2009** – Stellvertretend für alle Sponsoren und aktiven Unterstützer der Kampagne „Lautrer Herzblut“ wurde am Montagabend in München dem Vorstandsvorsitzenden des 1. FC Kaiserslautern, Stefan Kuntz und dem strategischen Kopf der Marken-Neupositionierung, Fritz Grünewalt, gemeinsam der „Marketingpreis des Sports 2009“ überreicht. In seiner Laudatio betonte Prof. Roland Berger, Chairman der Unternehmensberatung Roland Berger Strategy Consultants, den Stellenwert der nachhaltigen Marketingkampagne für den Verein.

Die Tatsache, dass es dem 1. FC Kaiserslautern im Frühjahr 2008, kurz vor dem drohenden Abstieg in die 3. Liga, mit viel „Herzblut“ gelang, das emotionale Feuer und den Rückhalt einer gesamten Region mit der Marke „FCK“ neu zu entfachen, ist eine wesentliche Leistung der erfolgreichen Marketingstrategie. Bei der emotionalen Ansprache von Fans, Umfeld und Mannschaft zielte die „Herzblut-Kampagne“ auf das direkte Aktivierungspotenzial der Zielgruppen. In einem ersten Schritt galt es, die „Kräfte zu bündeln“. Im Hinblick auf eine intelligente Verzahnung wurden kostengünstige Maßnahmen

### Hinweis für die Redaktionen:

**Ein aktuelles Bild, das S. Kuntz und F. Grünewalt bei der Preisübergabe zeigt, folgt später**

Foto zum Download in Druckauflösung unter [www.of-consulting.de](http://www.of-consulting.de)

### Pressekontakt:

Christian Gruber  
Pressesprecher/ Leitung PR  
1. FC Kaiserslautern  
Telefon: +49 631 3188-210  
Fax: +49 631 3188-301  
Mobil: +49 173 70 73 005  
E-Mail: [christian.gruber@fck.de](mailto:christian.gruber@fck.de)  
[www.fck.de](http://www.fck.de)

Björn Wojtaszewski  
OF consulting GmbH  
Telefon: +49 6321 49 12 98  
Fax: +49 6321 57 86 82  
Mobil: +49 174 322 10 47  
E-Mail: [bw@prpluscom.de](mailto:bw@prpluscom.de)  
[www.of-consulting.de](http://www.of-consulting.de)

# Presseinformation



realisiert, die jedoch eine breite Wirkung entfalteten. Beispielsweise transportierten „Herzblut-Tickets“ und ein eigens dafür konzipiertes „Ticket-Webportal“ gezielt Aufmerksamkeit und Emotionen. Nachdem der Nichtabstieg nach drei Heimsiegen wieder greifbar war, kamen zusätzliche Guerilla-Maßnahmen, wie etwa die T-Shirt-Kollektion „Mit Lautrer Herzblut ist alles möglich“ hinzu. In der weiteren Folge sorgten unter anderem Herzblut-Flyer auf den Sitzen im Stadion für eine direkte Zuschaueransprache in den verschiedenen Stadionzonen. Mit der Kampagne wurden konkrete wirtschaftliche Ziele verknüpft, deren Erreichen, dem Traditionsclub aus der Pfalz das wirtschaftliche Überleben über die Saison hinaus sicherte.

Für Stefan Kuntz, Vorstandsvorsitzender des 1. FC Kaiserslautern, ist „die Unterstützung aus allen Bereichen, egal ob Fans oder Partner und der damit verbundene sportliche Erfolg eng mit ‚Herzblut-Kampagne‘ verknüpft!“ In seiner Dankesrede sagte er: „Die Kampagne hat in den entscheidenden Wochen nicht nur bei den Spielern und Fans das Feuer für den FCK neu entfacht. Herzblut hat die positive Stimmung erfolgreich übertragen und den Glauben an das gemeinsame Ziel gestärkt. Weil das Konzept von allen Seiten in und um den Verein gelebt wird, haben sich die sportlichen und wirtschaftlichen Erfolge gegenseitig verstärkt, sodass unser ‚Herzblut‘ bis heute ungeahnte Kräfte freisetzt!“

Dank einer strategischen Einbindung der Sponsoren und einer mehrstufigen Mediastrategie wurden – auf Vermittlung von OF consulting – unter anderem Radiospots, Anzeigen, City-Light-Poster und weitere Werbeformate kostenfrei für den Verein geschaltet. Mit Ausgaben von nur 12.000 € konnte in den entscheidenden Wochen und darüber hinaus ein geschätzter Mediawert von über 150.000 € realisiert werden.

Direkt nach dem „Abstiegskrimi“ setzte Herzblut weitere Zeichen für die neue Saison: Dank der intelligenten Vernetzung weiterer Marketingmaßnahmen konnte mit den neuen „2-Jahres-Dauerkarten“ mehr Planungssicherheit für den Verein erreicht werden. Bis dato wurden Zusatzeinnahmen von über 1. Mio. € generiert.



Herzblut-Kampagne - ausgezeichnet mit dem „Marketingpreis des Deutschen Sports 2009“

Foto zum Download in Druckauflösung unter [www.of-consulting.de](http://www.of-consulting.de)

#### Hinweis für die Redaktionen:

**Ein aktuelles Bild, das S. Kuntz und F. Grünewalt bei der Preisübergabe zeigt, folgt später**

Foto zum Download in Druckauflösung unter [www.of-consulting.de](http://www.of-consulting.de)

#### Pressekontakt:

Christian Gruber  
Pressesprecher/ Leitung PR  
1. FC Kaiserslautern  
Telefon: +49 631 3188-210  
Fax: +49 631 3188-301  
Mobil: +49 173 70 73 005  
E-Mail: [christian.gruber@fck.de](mailto:christian.gruber@fck.de)  
[www.fck.de](http://www.fck.de)

Björn Wojtaszewski  
OF consulting GmbH  
Telefon: +49 6321 49 12 98  
Fax: +49 6321 57 86 82  
Mobil: +49 174 322 10 47  
E-Mail: [bw@prpluscom.de](mailto:bw@prpluscom.de)  
[www.of-consulting.de](http://www.of-consulting.de)

# Presseinformation



Fritz Grünewalt, geschäftsführender Partner von OF consulting freut sich, dass die Herzblut-Kampagne mittlerweile von vielen Sponsoren aktiv in die eigene Markenkommunikation eingebunden wird: „Die Tatsache, dass es, neben „VW Herzblut-Sondermodellen“, beispielsweise auch Herzblut-Strom zu kaufen gibt, zeigt, dass die Kampagne einen erfolgreichen Kreislauf in Gang gesetzt hat, von dem der Verein weiter nachhaltig profitieren wird!“

Im Rahmen der strategischen Markenberatung zieht OF consulting von der Erfahrung des Unternehmers und Markenspezialisten Fritz Grünewalt Gewinn. So bewegt, die von ihm gegründete transmarketing GmbH erfolgreich Marken auf Deutschlands Autobahnen und verfügt mit RollAd™ über das günstigste nationale Massenmedium. Dank vielfältiger Erfahrungen und einem großen Agenturnetzwerk, sowie sehr guter Kontakte zu klassischen Medien, wie zum Beispiel dem Außenvermarkter Wall AG, konnte die Herzblut-Kampagne innerhalb weniger Wochen umgesetzt werden.

## Weitere Informationen über „Herzblut“ und „OF consulting GmbH“

Die Initialzündung für die „Herzblut-Kampagne“ war das Frühjahr 2008: Der Traditionsverein 1. FCK drohte mit etlichen Punkten Rückstand auf einen Nichtabstiegsplatz der Sturz in die 3. Liga und damit in den sportlichen und wirtschaftlichen Ruin. Bereits während der Verhandlungen mit dem neuen Vorstandsvorsitzenden Stefan Kuntz wurde die OF consulting GmbH beauftragt, eine Emotions- und Motivationskampagne zu konzipieren und Mithilfe der ebenfalls in der Region ansässigen bzw. tailor made communication GmbH innerhalb weniger Wochen umzusetzen. Das Oberziel war es, die Marke „FCK“ emotional wiederzubeleben. Zuvor galt es jedoch die „Kräfte zu bündeln“ und Fans, Partnern, Sponsoren sowie der Mannschaft mit einer glaubwürdigen Ansprache die notwendige Unterstützung im Abstiegskampf zu vermitteln. Dabei war den verantwortlichen Markenstrategen klar: Der FCK ist in der Region Herzenssache und Stefan Kuntz eine ideale Schlüsselfigur, um verlorene Werte wie Offenheit, Kompetenz, Einsatz, Wille und Glaubwürdigkeit zu transportieren. Insbesondere aufgrund der damaligen angespannten finanziellen Situation des Vereins musste die Herzblut-Kampagne mehr als eine klassische Kampagne leisten und – neben aufmerksamkeitsstarken Werbeaktionen zur Steigerung



Herzblut-Kampagne - ausgezeichnet mit dem „Marketingpreis des Deutschen Sports 2009“

Foto zum Download in Druckauflösung unter [www.of-consulting.de](http://www.of-consulting.de)

## Hinweis für die Redaktionen:

**Ein aktuelles Bild, das S. Kuntz und F. Grünewalt bei der Preisübergabe zeigt, folgt später**

Foto zum Download in Druckauflösung unter [www.of-consulting.de](http://www.of-consulting.de)

## Pressekontakt:

Christian Gruber  
Pressesprecher/ Leitung PR  
1. FC Kaiserslautern  
Telefon: +49 631 3188-210  
Fax: +49 631 3188-301  
Mobil: +49 173 70 73 005  
E-Mail: [christian.gruber@fck.de](mailto:christian.gruber@fck.de)  
[www.fck.de](http://www.fck.de)

Björn Wojtaszewski  
OF consulting GmbH  
Telefon: +49 6321 49 12 98  
Fax: +49 6321 57 86 82  
Mobil: +49 174 322 10 47  
E-Mail: [bw@prpluscom.de](mailto:bw@prpluscom.de)  
[www.of-consulting.de](http://www.of-consulting.de)

# Presseinformation



von Abverkaufszahlen – unter anderem Sponsoren gewinnen und binden. Zu den wichtigsten Sofortmaßnahmen zählten gesponsorte „Herzblut-Tickets“, die den Fans einen vergünstigten Eintritt und der Mannschaft Unterstützung boten. In einer eigenen Anzeigenkampagne zeigten Fans mit Spielern, Trainer und Vorstand gemeinsam Herzblut für den Verein. Um die neue Begeisterung weiter mit Leben zu füllen, wurden in und um das Stadion einer Reihe flankierender Maßnahmen, wie zum Beispiel „Herzblut-T-Shirts“ und „Herzblut-Banner“ eingesetzt. Gezielte virale Marketingmaßnahmen verbreiteten sich wie ein Feuer im Netz. Direct Mailings oder Radiospots waren weitere Ergänzungen in der eng verzahnten Marketingstrategie. Sie sorgten für die breite Ansprache der Fanzielgruppen. Nach einer furiosen sportlichen Aufholjagd und dem erfolgreichen Klassenerhalt ging die Herzblut-Kampagne in eine neue Phase über: „Zusammenstehen für die Zukunft der roten Teufel“ lautete das Motto. Dabei dreht sich alles um die Herzblut-Dauerkarte als zentraler Baustein in der weiteren Kampagnenansprache.

OF consulting ist ein junges Beratungsunternehmen, das 2008 gegründet wurde. Das Beraterteam von OF consulting fokussiert die Erschließung von Markenpotenzialen und die nachhaltige Umsetzung von Markenstrategien. Erstes umfassendes Beratungsprojekt ist die Neupositionierung des „1.FC Kaiserslautern“. Bekannt geworden durch die Herzblut-Kampagne.



Herzblut-Kampagne - ausgezeichnet mit dem „Marketingpreis des Deutschen Sports 2009“

Foto zum Download in Druckauflösung unter [www.of-consulting.de](http://www.of-consulting.de)

## Hinweis für die Redaktionen:

**Ein aktuelles Bild, das S. Kuntz und F. Grünewalt bei der Preisübergabe zeigt, folgt später**

Foto zum Download in Druckauflösung unter [www.of-consulting.de](http://www.of-consulting.de)

## Pressekontakt:

Christian Gruber  
Pressesprecher/ Leitung PR  
1. FC Kaiserslautern  
Telefon: +49 631 3188-210  
Fax: +49 631 3188-301  
Mobil: +49 173 70 73 005  
E-Mail: [christian.gruber@fck.de](mailto:christian.gruber@fck.de)  
[www.fck.de](http://www.fck.de)

Björn Wojtaszewski  
OF consulting GmbH  
Telefon: +49 6321 49 12 98  
Fax: +49 6321 57 86 82  
Mobil: +49 174 322 10 47  
E-Mail: [bw@prpluscom.de](mailto:bw@prpluscom.de)  
[www.of-consulting.de](http://www.of-consulting.de)