

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/21573/1075781/vfl-wolfsburg-presse-service-vfl-wolfsburg-praesentiert-mit-neuem-fanartikelkatalog-neue> abgerufen werden.



VfL Wolfsburg-Presseservice: VfL Wolfsburg präsentiert mit neuem Fanartikelkatalog neue Kommunikationsstrategie
Geschäftsführer Fuchs: "Ein gewagtes und auffälliges Produkt"
Exklusive Party mit 300 Fans

31.10.2007 - 19:35 Uhr, VfL Wolfsburg-Fußball GmbH

Wolfsburg (ots) - Mit der heutigen Präsentation des aktuellen Fanartikelkatalogs fällt für Fußball-Bundesligist VfL Wolfsburg der Startschuss für eine neue Kommunikationsstrategie. Ab sofort zeigt sich der Klub "grüner, mutiger und griffiger", wie VfL-Geschäftsführer Klaus Fuchs am heutigen Mittwochabend (31. Oktober) beim Pressegespräch äußerte, dass erstmalig zu einem solchen Anlass stattfand. "Mit dem Katalog versuchen wir, neue Wege zu gehen. Dies ist unsere neue Handschrift. Das Produkt mit dem Motto 'Fantuning' ist gewagt und auffällig, orientiert sich aber trotzdem an unseren Fans und an unserem Hauptsponsor Volkswagen."

Der VfL Wolfsburg hat einen hohen Aufwand betrieben und mit Frithjof Ohm einen namhaften und international bekannten Fotografen engagiert. "Auf den Bildern ist deutlich zu erkennen, dass unseren Spielern das Shooting Spaß gemacht hat", so der Geschäftsführer. Mit den VfL-Profis Marcelinho, Ricardo Costa, Facundo Quiroga, Ashkan Dejagah und Daniel Baier posierten gleich fünf "Wölfe" für den Katalog. Insgesamt dauerte das Fotoshooting drei Tage und fand bereits Ende August statt. Fuchs: "Das Ergebnis kann sich wirklich sehen lassen."

Zentrales Kommunikationsinstrument

Für VfL-Marketingleiter Marco Hopp ist der Fanartikelkatalog nicht nur ein zentrales Kommunikationsinstrument, sondern auch ein Imageträger. "Über 50 Prozent der VfL-Fans sind unter 30 Jahre jung, rund 40 Prozent der Anhänger weiblich. Dies war für uns die Basis, um diese Form der Gestaltung zu wählen, die sich auch künftig unter anderem im Internet und bei der Werbung widerspiegelt", erklärte er.

In der Liga Maßstäbe setzen

Das Produkt-Highlight des 76-seitigen Kataloges sind unter anderem ein Lowrider-Fahrrad im Wert von 1.250 Euro, aber auch spezielle Hemden der Firma "Dickies". Hopp: "Wir haben etwas Einzigartiges geschaffen. Der VfL Wolfsburg wird damit in der Liga Maßstäbe setzen." Der Katalog ist auch online unter der klubeigenen Homepage www.vfl-wolfsburg.de verfügbar und kann per Mausclick durchgeblättert werden. "Außer uns bietet das in der Liga nur der FC Bayern München und der FC Schalke 04."

Für die erste Auflage wurden 25.000 Kataloge gedruckt, die inzwischen an über 13.000 Fans verschickt worden sind. Das Deutsche Sport Fernsehen (DSF) berichtete am heutigen Mittwochabend von der Präsentation und anschließenden Party, zu der exklusiv rund 300 Gäste eingeladen sind. Darunter Mitglieder des Wölfi- und WölfeClubs, Vertreter von Volkswagen und der beteiligten Agenturen deep blue sports aus Hamburg und Müller & Simon aus Wolfsburg sowie die Mitarbeiter des VfL Wolfsburg.

Wolfsburg, 31. Oktober 2007

Mit sportlichem Gruß
Ihr
Team Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
der VfL Wolfsburg-Fußball GmbH
Ansprechpartnerin: Barbara Ertel-Leicht

Telefon: 0 53 61 / 89 03 - 2 04
Telefax: 0 53 61 / 89 03 - 2 00
Email: be@vfl-wolfsburg.de

Besuchen Sie auch das Presseportal des VfL Wolfsburg unter
www.vfl-presseportal.de

@@infblk@@

Originaltext:	VfL Wolfsburg-Fußball GmbH
Pressemappe:	http://www.presseportal.de/pm/21573/vfl-wolfsburg-fussball-gmbh
Pressemappe als RSS:	http://presseportal.de/rss/pm_21573.rss2