

## **Spiel, Satz und Sieg – für Stefan Kretzschmar, Lothar Matthäus und LeoVegas beim MercedesCup**

**München, Juni 2019 – The Winner takes it all: Das galt am letzten Samstag für Stefan Kretzschmar, Lothar Matthäus und ihren Sponsor LeoVegas. Unter der Ägide der Münchner Kampagnen-Profis von ANKOMM war nicht nur das ProAm-Doppel mit den beiden Spitzensportlern ein voller Erfolg, sondern es konnten für LeoVegas mit einem innovativen Sport-Talk wieder überzeugende Reichweiten generiert werden.**

Im Rahmen des Halbfinals des MercedesCups in Stuttgart bestritten Handballprofi Stefan Kretzschmar und Fußballlexperte Lothar Matthäus am 15.6.2019 ein Doppel in einem ProAm-Turnier. Die beiden Sportler zeigten in einem anspruchsvollen Match mit den Spielpartnern **Thommy Haas** und **Mark Keller** - aus dem Matthäus als Sieger hervorging -, dass der Wechsel in eine andere sportliche Disziplin ganz gut tun kann.

Highlight der Sponsoring-Kampagne, die ANKOMM für den Kunden LeoVegas in Stuttgart umsetzte, war der interaktive, 45minütige **LeoVegas Tennis Talk**, bei dem Moderator Jens Huiber (tennisnet) sich mit Kretzschmar, Matthäus und **Michael Berrer** über den aktuellen Turnierverlauf, Teilnehmer und die Entwicklungen im Tenniszirkus austauschten. Tennisfans hatten dabei die Möglichkeit, live Fragen zu stellen, Meinungen zu äußern und so das Sendegeschehen direkt zu beeinflussen. Für den Sponsor war der Talk eine zusätzliche und zielgerichtete Maßnahme, um höhere Sichtbarkeit zu erzielen und LeoVegas eindeutig mit dem Tennissport zu verknüpfen.

Die Resonanz macht deutlich, dass auch in der Tenniswelt ein interaktives und inhaltsstarkes Talk-Format auf Begeisterung stößt und einen spannenden Kontrast zur klassischen Berichterstattung bietet: Mit dem Live-Stream auf tennisnet.com, den angeschlossenen Facebook-Seiten sowie den Sponsoren-Page von LeoVegas konnten 75.000 Kontakte erzeugt werden, 10.000 Aufrufe und 3.000 Interaktionen generiert werden. Durch Social Media Kommunikation über Beiträge, Bilder und Gewinnspiele konnten 750.000 Kontakte aktiviert werden, die gesamte Online-Werbung erzielte sogar eine Reichweite von 4 Millionen.

Ähnlich wie beim „Kretzsche Talk“ während der Handball-WM 2019 war eine große Akzeptanz aus dem Sportbereich zu vermerken. Erneut belegt das von ANKOMM entwickelte innovative Sendeformat, dass Interaktivität gepaart mit passenden Testimonials eine wirklich effiziente Ansprache relevanter Zielgruppen ermöglicht. Und vor allem: Dass auch mit wenig Budget gute Reichweiten mit hochwertigen Kontakten erzielbar sind.

Der Tennis-Talk war Teil einer umfangreichen Aktivierungs-Kampagne, die ANKOMM für den Kunden LeoVegas umgesetzt und inszeniert hat. LeoVegas war das dritte Mal Sponsor des MercedesCups und mit Promo auf dem Gelände, Bandenwerbung, medialer Unterstützung, Online-Werbung und Ticketkontingenten für das Turnier sowie dem ProAm-Turnier und dem Live-Stream präsent.

## Über ANKOMM GmbH

Agenturen gibt es viele, Macher wenige: Mit einem Schwerpunkt auf hoher Flexibilität, Spontaneität und Praxisnähe definiert sich die ANKOMM GmbH als Kampagnenagentur. Immer im Zentrum jeder Überlegung: Wie bringt man gute Ideen schnell auf die Straße, wie kann man auch bei klassischen Kommunikationsaufgaben um die Ecke denken oder mit neuen Ansätzen überraschen. Die ANKOMM GmbH ist dabei ein Partner für on- und offline-Kampagnen aber auch für interdisziplinäre Events. Sie begleitet Marken von der Beratung und Strategie über Produktion bis hin zu Mediaplanung und -buchung.

Die Agentur wurde 2013 in München von Andreas Hofmann gegründet und betreut Kunden wie METRO AG, BMW, Sixt, Leo Vegas, Sky, NBA Europe und Tele5.

Website: [www.ankomm.de](http://www.ankomm.de)

Aktuelle Cases: <https://www.ankomm.de/was-wir-tun/>

## Unternehmenskontakt:

ANKOMM GmbH  
Andreas Hofmann  
Adams-Lehmann-Straße 44  
80797 München

T: +49 89/38366-501

M: +49 170/4492912

[andreas.hofmann@ankomm.de](mailto:andreas.hofmann@ankomm.de)