



KAMPAGNE LACROSSE



INHALTSVERZEICHNIS

1. Ausgangslage 3

× Aktuelle Situation 4

× Zielgruppe 5

2. Kampagnenkonzept 7

× Teaser-Kampagne 8

× Beispiele für Headlines 9

× Keyvisual 11

3. Guerilla-Aktionen 13

× Einsatz von Werbemitteln 14

× Citycards 15

× Beim Fußball 18

× Beim Hallensport 19

4. Adaption 20

× Grafische Adaptionen 21

× Adaption Logo 22

× Adaptionen Citycards 23

5. Going viral 25

× Zentrale Plattform mit Gewinnspiel . 26

× Landingpage 28

6. Ansprechpartner 30

1. AUSGANGSLAGE



AKTUELLE SITUATION

- ✗ Die meisten Vereine in Deutschland haben dasselbe Problem: zu wenig Mitglieder.
- ✗ Mehr Mitglieder führen zu einer höheren Trainingsbeteiligung, was eine bessere Auswahl an Spielern ermöglicht, was mehr Spielerfolge mit sich bringt – was wiederum mehr neue Mitglieder anzieht.
- ✗ **Ziel dieses Kampagnenkonzepts ist die Gewinnung neuer Mitglieder.**

ZIELGRUPPE ^{1/2}

- ✗ Es gibt keinen speziellen Ort, an dem potenzielle Lacrosse-Mitglieder geworben werden können.
- ✗ Bestehende Lacrosse-Teams setzen sich zwar oft zum großen Teil aus Studenten zusammen, aber potenzielle Mitglieder können überall gewonnen werden: in anderen Sportvereinen, außerhalb des Stadtzentrums, an Schulen, in Ausbildungszentren etc.



ZIELGRUPPE 2/2

- ✗ Deshalb muss die Kampagne geografisch und soziodemografisch eine breite Streuung zulassen.
- ✗ Bei Personen, die nicht als Jugendliche mit Lacrosse angefangen haben, ist es unwahrscheinlich, dass sie z. B. als Berufstätige anfangen, Lacrosse zu spielen. Deshalb richtet sich die Kampagne an junge sportorientierte Personen, die beispielsweise in der Schule, in der Ausbildung oder im Studium sind.



2. KAMPAGNENKONZEPT

TEASER-KAMPAGNE

- ✗ Wir setzen provokante Sprüche ein, die Neugierde wecken. Die Werbemittel führen auf eine Landingpage. Dort haben wir mehr Raum, um die Vorzüge des Sports zu bewerben.
- ✗ Die Sprüche kommen überall dort zum Einsatz, wo eine Situation „auf’s Korn“ genommen werden kann, und weisen auf Lacrosse als die bessere Alternative hin.
- ✗ **Kampagnenmotto: #LassKrachen**

BEISPIELE FÜR HEADLINES ^{1/2}

Im Fußball-Umfeld:

- × **Beinarbeit ist nur die halbe Miete!**
lasskrachen.de
- × **Auch mit den Händen geschickt?**
lasskrachen.de

Im Fitness-Studio:

- × **Mit den Muckis kann man was machen!**
lasskrachen.de
- × **Echte Männer trainieren draußen!**
lasskrachen.de



BEISPIELE FÜR HEADLINES 2/2

Eishockey:

- × **Schnell genug für Eishockey, aber nicht zu faul zum Laufen?**
lasskrachen.de
- × **Und was, wenn Sommer ist?**
lasskrachen.de

Allgemein:

- × **Was wirklich Spaß macht, hat Helmpflicht!**
lasskrachen.de
- × **Stehst du auf schnell und hart?**
lasskrachen.de

KEYVISUAL

- ✗ Theoretisch kann jeder Verein mit seinem eigenen Design werben. Es gibt aber ein paar Gründe, die für eine andere Herangehensweise sprechen:
- ✗ Eine gemeinsame Kampagnengrafik ermöglicht eine höhere Schlagkraft. Wenn mehrere Vereine die Kampagne gleichzeitig umsetzen und die Aktivitäten auf Social-Media-Kanälen bündeln, ist die Reichweite sehr viel größer. Das setzt eine optische Wiedererkennbarkeit der Aktion voraus.
- ✗ Die grafische Umsetzung soll möglichst junge, aktive Menschen ansprechen
- ✗ Neben dem Kampagnensignet kommt natürlich auch immer das Vereinslogo zum Einsatz, um eine Verbindung zum Verein zu ermöglichen.





3. GUERRILLA-AKTIONEN

EINSATZ VON WERBEMITTELN

Jedes Team kann sich überlegen, in welchem Umfeld und auf welche Weise es Sprüche platzieren kann, das Team stellt sozusagen die Media-Power. Die Werbemittel werden immer passgenau für eine Aktion erstellt, z. B.:

- × **CityCards zur allgemeinen Verteilung**
- × **Sprühkreide in der Fußgängerzone etc.**
- × **Banner für Fußballspiele**
- × **Poster für ein Fitnessstudio**

Dabei geht es immer darum, eine ungewöhnliche Stelle für einen guten Spruch zu finden, ohne Sachbeschädigung zu begehen oder (zu) beleidigend zu werden.





LAX
Lass krachen

**STEHST DU AUF
SCHNELL UND HART?**
lasskrachen.de





LAX
Lasskrachen

**Für alle, die
niemals Ballerina
werden wollten.**
lasskrachen.de







4. ADAPTION

GRAFISCHE ADAPTIONEN

- ✗ Für Teams, die an der Kampagne teilnehmen, kann Herbstwerbung die Farbe an die primäre Teamfarbe anpassen.
- ✗ Die folgende Seite enthält eine beispielhafte Umsetzung für die Hamburg Warriors.







A close-up, high-action shot of a lacrosse player wearing a yellow and black helmet and jersey, holding a lacrosse stick. The player is looking intensely at the camera.

LACROSSE
Lass Krachen

**STEHST DU AUF
SCHNELL UND HART?**
lasskrachen.de

The HTC logo, consisting of the letters 'HTC' in a yellow shield-like shape.



5. GOING VIRAL.

ZENTRALE PLATTFORM MIT GEWINNSPIEL ^{1/2}

- ✗ Landingpage und damit zentrale Kommunikationsplattform ist www.lasskrachen.de (die Domain muss noch erworben werden). Diese verweist auf eine Facebook-Seite, wo alle Aktivitäten zusammenlaufen.
- ✗ Um eine möglichst große Reichweite zu erzeugen, setzen wir ein Gewinnspiel mit Spaßfaktor ein.

ZENTRALE PLATTFORM MIT GEWINNSPIEL 2/2

- ✕ Wir posten Fotos der Guerilla-Aktionen, bei denen jemand z. B. bei einem Fußballspiel ein Plakat hochhält mit dem Spruch „Fußball ist super. Als Einschlafhilfe.“
- ✕ Gleichzeitig fordern wir Nutzer dazu auf, ihre eigenen Sprüche-Ideen einzureichen und diese von Freunden liken zu lassen.
- ✕ Unter den meistgelikten verlosen wir dann attraktive Gewinne.





„Gefällt mir“-Angaben

INFO

Willkommen auf der Fanseite von Lasskrachen!
Wir sind eine große Lacrosse-Gemeinschaft und wollen Euch diesen einzigartigen Mannschaftssport näher bringen. Nimm teil an der spannenden und schnellen Welt von Lacrosse und gewinne tolle Preise. Wie das geht kannst Du [hier](http://www.lasskrachen.de) erfahren.

<http://www.lasskrachen.de>

TEILNEHMENDE VEREINE

HTHC Hamburg

HLC R.W. München

BTG Bielefeld

DHC Hannover

Lasskrachen
4 Std. · 🌐

Und wieder eine tolle Aktion:

Guerilla-Aktion in der Fußball-Oberliga:
VfL Oldenburg - TSV Ottersberg am So. 26.04.15
Danke an das Team! :)

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

👍 Michael Hartmann und Dominik Luther gefällt das.

Domenika Schindler Haha nicht schlecht! :) Es lebe Lacrosse!!! Sticks up!
1 Std.

Lars Berger Beim Lacrosse muss es krachen!
Was haltet Ihr von: „Bodychecken ganz legal!“ >>> lasskrachen.de
3 Std.

Nikolas Brams Ihr seid das also :) Habs live gesehen – Ihr traut Euch was!
Aber naja, das Spiel war wirklich zum einschlafen...
2 Std.



STICKS UP!

© Herbstwerbung GmbH
Bödekerstraße 60
30161 Hannover

Ansprechpartner:
Bernhard Herbst
bernhard.herbst@herbstwerbung.de