



PRESSEINFORMATION

Datum: 03.07.08

Seite 1 von 3

Fußball-EM: Das etwas andere Public Viewing in Essen

16.000 Fans verfolgten mit TAS Emotional Marketing das EM-Finale

Essen, 03. Juli 2008 – Die Agentur TAS Emotional Marketing stellte innerhalb von 48 Stunden ein EM-Fanfest für insgesamt 16.000 Fans auf die Beine. Während der gesamten Fußball Europameisterschaft realisierte TAS für den Kunden "11 Freunde – Die Bar" ein Public Viewing in Halle 6 der Messe Essen. Der Andrang war so groß, dass die Agentur für die Übertragung des Finalspiels kurzfristig auch die Essener Grugahalle mit anmietete. So ermöglichte sie weiteren 8.500 Fans ein unvergessliches Fußballerlebnis. Während der drei EM-Wochen zog es insgesamt rund 50.000 Besucher in die „11 Freunde – EM-Arena“.

„Auch wenn es am Ende für den Titel 'Europameister' nicht gereicht hat, war die Veranstaltung ein voller Erfolg. Mit insgesamt 16.000 Besuchern beim Finalspiel waren wir das Epizentrum der Fanfeste im Ruhrgebiet“, berichtet Thomas Siepman, Geschäftsführer bei TAS Emotional Marketing.

Für den Kunden "11 Freunde – Die Bar" organisierte TAS das Public Viewing der "etwas anderen Art". Hierfür verwandelten die Essener Halle 6 der Messe Essen in eine Mischung aus Stadion und XXL-Wohnzimmer für Fußball-Liebhaber. Die größte Leinwand Deutschlands (über 110m²) bot beste Sicht auf das Fußballgeschehen von allen Plätzen. Und das für 3.000 Besucher im Biergartenbereich, für 500 Gäste in den Wohnzimmerecken – Ruhrpott-typisch ganz im "Gelsenkirchener Barock"-Stil gehalten –, und für weitere 4.000 Besucher im Stehplatzbereich.

Schon wenige Stunden nachdem fest stand, dass Deutschland im Finale spielen wird, war das Public Viewing in Halle 6 so gut wie ausverkauft. Deshalb mietete TAS für "11 Freunde – Die Bar" kurzfristig auch die Grugahalle an und



Emotional
Marketing

PRESSEINFORMATION

Datum: 03.07.08

Seite 2 von 3

organisierte innerhalb von 48 Stunden dort ein Public Viewing für weitere 8.500 Gäste.

"Unser Team hat die besten Voraussetzungen für eine richtige Fußballparty gegeben, die Stimmung machen aber die Fans. Und die war jedes Mal fantastisch," erläutert Siepmann. "Wir freuen uns auch auf die WM 2010. Denn 'Kulturhauptstadt 2010' und Fußball-WM in Südafrika, das sind zwei Themen, die sich wunderbar verbinden lassen."

Das Public Viewing wurde unterstützt von der RWE Rhein-Ruhr AG, Karstadt sports und der Messe Essen GmbH.

TAS Emotional Marketing steht für Full Service im Bereich der 360 Grad-Kommunikation. Neben der Live-Kommunikation und dem POS-Marketing belegt die 1990 gegründete Essener Agentur auch die Bereiche Public Relations sowie Sponsoring und Neue Medien. Zu den besonderen Stärken der Agentur gehören die strategische Planung, Beratung, Konzeption und Umsetzung von ganzheitlichen Markenformaten. TAS beschäftigt 80 fest angestellte Mitarbeiter. Weitere Informationen unter www.tas-agentur.de

PRESSEINFORMATION

Datum: 03.07.08

Seite 3 von 3

Vorschau Bildmaterial:

(Abdruck honorarfrei in Verbindung mit der Quellenangabe "TAS Emotional Marketing GmbH". Beleg erbeten.)



Emotional
Marketing

Logo TAS Emotional Marketing GmbH



Logo 11 Freunde - Die EM-Arena



Rund 50.000 Besucher in der „11 Freunde - EM-Arena“

Fotos: Rainer Schimm/©MESSE ESSEN GmbH



Jede Menge Emotionen beim Public Viewing in der Messe Essen

Fotos: TAS Emotional Marketing GmbH

Pressekontakt:

TAS Emotional Marketing GmbH

Maria Spitzbarth · Max-Keith-Straße 66 · 45136 Essen

T 0201 - 84 224 60 · F 0201 - 84 224 395

Email presse@tas-agentur.de