

Play Ball! mit neuem Teilnehmerrekord



Play Ball! ist zurück! In den kommenden Wochen fällt in ganz Deutschland der Startschuss zur neuen Play Ball! Saison. Über 1100 Schulen und mehr als 100.000 Kinder werden im Rahmen des offiziellen Nachwuchsprogramms von Major League Baseball zum ersten Mal mit der amerikanischen Traditionssportart in Berührung kommen. In diesem Jahr neu mit dabei: Vier neue Play Ball! Städte und der neue Play Ball! Hauptsponsor New Era Cap.

Ingolstadt, Kiel, Memmelsdorf und Saarlouis – so heißen die vier Städte, welche in diesem Jahr zum ersten Mal am Play Ball! Nachwuchsprogramm teilnehmen. Somit verzeichnet Play Ball! nach 18 Städten im vergangenen Jahr erneut einen neuen Teilnehmerrekord. Bis zu den Sommerferien herrscht nun in sämtlichen Play Ball! Städten Baseball-Hochbetrieb, bevor Anfang August das große Finale, die Play Ball! World Series, in Köln stattfindet. Dort werden die All-Stars der 20 Play Ball! Ligen für ihre Stadt um den Titel eines nationalen Play Ball! Champions kämpfen.

In Köln ebenfalls vor Ort wird der neue Play Ball! Partner New Era Cap sein. Der weltbekannte Her-

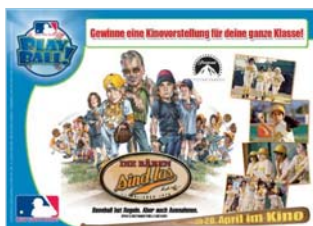


Ab sofort ist bei Deutschlands Schulkindern wieder Baseball angesagt

steller von Sports Caps ist seit diesem Jahr als Hauptpartner mit dabei und ergänzt die bewährten Partnerschaften mit Burger King, Jetix und Yam! Vorgesehen ist unter anderem, dass New Era, seines Zeichens Erfinder der „fitted“ Cap, diesen Sommer bei zahlreichen MLB Events in ganz Deutschland in Erscheinung treten wird.

MLB und UIP präsentieren: "Die Bären sind los!"

Die Bären sind los! Dreißig Jahre nach Walther Matthau stürmen die Bären unter der Führung von Billy Bob Thornton erneut die deutschen Kinokassen. Pünktlich zum Kinostart präsentiert Major League Baseball zusammen mit Paramount Pictures (United International Pictures) die dazu passende Marketing-Kampagne.



Mit ihr kann man gewinnen: die Teilnahmekarte zum großen „Die Bären sind los!“ Gewinnspiel

treten soll die deutsche Baseball-Community gezielt auf den Kinofilm angesprochen werden.

In die Kampagne integriert ist zudem noch ein Gewinnspiel, bei

dem gleich zweimal gewonnen werden kann. Während auf der einen Seite sämtlichen 1100 Play Ball! Schulen eine gemeinsame Gewinnchance geboten wird, gilt das Hauptaugenmerk des zweiten Gewinnspiels der kontinuierlich wachsenden Baseballgemeinde Deutschlands.

Die Teilnahme am großen "Die Bären sind los!" Gewinnspiel ist noch bis zum 10. Mai möglich. Als Preise warten private Kinovorstellungen, Baseballequipment von Wilson sowie authentische „Die Bären sind los!“ Baseballs auf die glücklichen Gewinner.

World Baseball Classic ein globaler Hit

Das erste World Baseball Classic Turnier ist Geschichte. Neben Japans 10-6 Finalsieg über Kuba als sportlichem Höhepunkt, imponierte vor allem der weltweite Goodwill, welcher dem von MLB organisierten Turnier entgegen gebracht wurde.

Insgesamt verfolgten 750.000 Zuschauer die Spiele in den Stadien Japans, Puerto Ricos und Amerikas. Sowohl in Japan als auch im Baseballmutterland USA entpuppte sich die World Baseball Classic zudem als wahres TV-Highlight: Nebst Rekordergebnissen von bis zu 42,3% lockte

alleine das Vorrundenspiel zwischen den USA und Kanada so viele Zuseher vor den Fernseher wie keine andere Übertragung in der Geschichte des Fernsehensenders ESPN 2.

Auch finanziell konnte die erstmalige Austragung der World Baseball Classic überzeugen. Prominente Partner wie MasterCard oder der japanische Softwarehersteller Konami zum einen, sowie die vor allem in Nord- und Lateinamerika reißenden Absatz findenden Merchandisingartikel zum anderen, trugen ihren Teil zum hervorragenden Abschlussergebnis der WBC bei. Das Ziel, eine ausgeglichene Bilanz zu präsentieren, wurde mit dem erzielten Reingewinn von knapp 15 Millionen Dollar jedenfalls deutlich übertroffen.



Haben allen Grund zum Feiern: Der japanische Team Manager Sadaharu Oh und seine siegreiche Mannschaft

nis der WBC bei. Das Ziel, eine ausgeglichene Bilanz zu präsentieren, wurde mit dem erzielten Reingewinn von knapp 15 Millionen Dollar jedenfalls deutlich übertroffen.

MLB in Deutschland noch präsenter

Fans und Sponsoren von Major League Baseball dürfen sich freuen: Noch nie zuvor war die amerikanische Traditionssportart in Deutschlands Wohnzimmer so präsent. Nach dem Gewinn eines zusätzlichen Fernsehpartners mit dem North American Sports Network (NASN), verfügt die erfolgreichste Baseball-Profiliga der Welt pünktlich zum Saisonstart über eine weitere attraktive Kommunikationsplattform.



Der Vertrag zwischen MLB und NASN ist vorerst auf fünf Jahre befristet und garantiert dem irischstämmigen Spartensender die europaweiten Rechte für die Spiele von MLB. In Deutschland werden diese Saison über 275 Spiele gezeigt. Neben mindestens zehn Live-Spielen pro Woche gehören die Playoffs und die World Series zu den weiteren Höhepunkten.

Als zweiter deutscher TV-Partner überträgt Premiere die Spiele von Major League Baseball. Dabei konzentriert sich der Pay-TV Sender vor allem auf die wöchentlichen Top-Begegnungen. Zur Saisonmitte ist dann auch der Klassiker des amerikanischen Sportsommers, das MLB All-Star Weekend, live bei Premiere zu sehen.

Fragen, Anregungen oder Kommentare zu den MLB Marketing News? Wir freuen uns auf Ihr Feedback.

Major League Baseball Deutschland
ITMS Sports
Frankfurter Landstraße 15
61231 Bad Nauheim

Patrick Fischer
Tel. 06032 / 345-918
Fax 06032 / 345-929
patrick.fischer@itmssports.de