

## **WWP-Group und bwin: Auszeichnung in der Kategorie “Bester Marken-Relaunch” 2020**

**Ruggell, 10. Juni 2020** – Der erfolgreiche Marken-Relaunch von bwin mit der Kampagne „Das ist unser Spiel“ wird vom Deutschen Marketing Verband in der Kategorie „Bester Marken-Relaunch 2020“ ausgezeichnet. Die Basis für diese Kampagne bildeten die Vereinspartnerschaften die bwin, unter Beratung der Sportsponsoring Agentur WWP Weirather-Wenzel & Partner (WWP-Group) sorgfältig ausgewählt hat. Es ist dem Sportwettanbieter nicht zuletzt durch die Assoziation mit ikonischen Fußballmarken wie dem BVB, 1.FC Köln, FC St.Pauli, 1.FC Union Berlin oder Dynamo Dresden in den vergangenen Jahren gelungen ist, seine Marke in einem zunehmend umkämpften Markt neu zu positionieren und sich vom Wettbewerb zu differenzieren.

Philipp Radel, CEO WWP-Group: „Das ist unser Spiel“ basiert auf einem fundierten Sponsoringkonzept, das konsequent auf Fans und Regionalität ausgerichtet ist – eine Kampagne von Fans für Fans. Voraussetzung dafür war der Shift im Sportsponsoring-Portfolio von bwin, den wir von Anfang an mit begleiten durften. Wir sind stolz, zu diesem Award-Gewinn beigetragen zu haben, weil er die Effizienz und Wirksamkeit von strategischem Sponsoring im Sport dokumentiert. In diesen Zeiten, in denen die Sportbranche den Turnaround durch Innovation schaffen muss, bestärkt diese Auszeichnung die Arbeit unserer Agenturgruppe.“

Der Case: Vor fünf Jahren liefen die Geschäfte beim Online-Sportwettanbieter bwin immer schlechter. Der Markt war zunehmend umkämpft, die Angebote wirkten austauschbar. Um wieder schwarze Zahlen zu schreiben, musste bwin energisch gegensteuern. Das gelang mit einer neuen Marken- und Marketingstrategie, die die Marke konsequent an die Basis der Fußball-Fans heranrückte. Authentisch und passioniert präsentiert sich bwin nun in der Werbung unter dem Motto „Das ist unser Spiel“. Die Kreativkampagne stammt aus der Feder von Kolle Rebbe. Im Sponsoring lösen Vereine mit starker lokaler Verwurzelung internationale Mega-Clubs ab. Mit dieser neuen Strategie hat bwin den Turnaround geschafft und verzeichnete wieder Umsatzwachstum.

Die Jury des Deutschen Marketing Verbandes urteilte: „Eine sehr saubere Repositionierungsstrategie, der Kontakt zu den Fans wurde glaubwürdig hergestellt“. Und: „Ein beeindruckendes Comeback im schwierigen Sportwetten-Markt“.

Stephan Heilmann, Managing Director Europe bwin bei GVC Group: „Es ist für uns eine große Ehre, den renommierten Marken-Award für den besten Marken-Relaunch 2020 zu erhalten. Wir freuen uns sehr, dass unsere Strategie für die Neupositionierung von bwin von hochkarätigen Marketing-Experten als überzeugend bewertet wurde. Im Namen des gesamten bwin-Teams bedanke ich mich bei der Jury für die Auszeichnung.“

### **Über WWP Weirather-Wenzel & Partner (WWP-Group)**

Die WWP-Group ist eine der führenden Agenturen im Sportbusiness mit mehr als 30 Jahren Markterfahrung. Im Sportmarketing konzipiert und innoviert die WWP-Unternehmensgruppe weltweit mit und für ihre Kunden und Partner. Mit Kreativität und Unternehmergeist ermöglicht und aktiviert sie Sponsorships, entwickelt Sportmarketing-Plattformen und berät internationale Marken.

Die WWP-Group hat Sport in ihrer DNA: Leidenschaft und Sportgeist zählen zu den Unternehmenswerten. 120 Sport- und Kommunikationsexperten kümmern sich europaweit an verschiedenen Standorten um die Kundeninteressen und Projekte der WWP-Group. Seit 2013 führen Mirjam Hummel-Ortner und Philipp Radel als CEOs die WWP-Group an.

Das Premium-Event der WWP-Group sind die Hahnenkamm-Rennen in Kitzbühel. Seit 1997 ist WWP Marketing Partner des Kitzbüheler Ski Club (K.S.C.) und vermarktet dieses Event als ultimative Sponsoring- und B2B-Plattform der Wintersaison. WWP organisiert den berühmten KITZ-RACE-Club, den Treffpunkt für mehr als 1.000 Opinion Leader aus Wirtschaft, Politik, Sport und Kultur.

Zu den aktuellen Projekten zählen die Aktivierung von ABB als Naming-Right Partner der ABB FIA Formula E, sowie Sponsoring-Aktivierungen von bwin mit den Engagements im Fußball (DFB, Borussia Dortmund, St. Pauli, FC Köln uvm.), Audi im Wintersport und dem globalen Fußball Engagement und Porsche mit deren Eintritt in die Formula E.

[www.wwp-group.com](http://www.wwp-group.com).

### **Über den Marken-Award**

Seit 2001 zeichnen die absatzwirtschaft aus der Handelsblatt Media Group und der Deutsche Marketing Verband (DMV) mit dem Marken-Award exzellente Leistungen in der Markenführung aus. In diesem Jahr feierte das Event sein 20-jähriges Bestehen.

Um den Marken-Award bewerben konnten sich Unternehmen aus allen Branchen und Bereichen der Wirtschaft sowie nichtkommerzielle und staatliche Organisationen mit Sitz im deutschsprachigen Raum bewerben.

Die Jury bestand aus 25 hochrangigen Vertretern, darunter Vertretern von Firmen wie Siemens, Ogilvy, Toyota, Hermès, McKinsey Nestlé, Swarovski. 25 Marken bewarben sich in diesem Jahr um die acht Finalistenplätze.

Aufgrund der derzeitigen Situation fand die Finalistenrunde per Videokonferenz statt.