

ROI, NACHDEM DIE DIGITALE BESCHILDERUNG UND IPTV DIE FAN-ERFAHRUNG IM STADION AESSEAL NEW YORK VERBESSERN KONNTEN

Rotherham United ist 2012 in das speziell gebaute Stadion AESSEAL New York umgezogen, das 12.000 Sitzplätze bietet und unweit von der früheren Heimat des Clubs in Mill Moor liegt. Damit hat man eine Plattform erhalten, über die die Fan-Erfahrung an Spieltagen verbessert werden kann. Das neue Zuhause des Clubs passt zu den Ambitionen des Clubs und bietet einen moderneren Standort für die täglichen Aktivitäten.

Angesichts der enormen Investitionen, die bereits in das neue Stadion geflossen sind, war es wichtig, dass der Club eine verbesserte Spieltag-Erfahrung bereitstellen konnte, während gleichzeitig bessere Gelegenheiten zur Umsatzgenerierung geschaffen wurden. Eine digitale Beschilderung und IPTV schienen die logische Wahl darzustellen, dies zu unterstützen.

Nach einer Empfehlung von Seiten des Derby County FC hat Rotherham United Tripleplay eingeladen, um gemeinsam zu besprechen, wie die Plattform eingesetzt werden könnte, um die Investitionen in die vorhandene Infrastruktur im Stadion zu unterstützen und neue Ertragsströme zu eröffnen, die auf dem früheren Heimgelände des Clubs zuvor nicht möglich gewesen waren.

„Während unserer Jahre in Mill Moor und des kurzen Aufenthalts im Don Valley Stadion konnten wir nur begrenzt Werbeeinnahmen generieren, weil uns nur die traditionellen Mittel zur Verfügung standen, wie beispielsweise Trikot-Sponsoring, Werbetafeln oder das Spieltagprogramm“, so Commercial Director Steve Coakley von Rotherham United.

„Mit einem neuen Veranstaltungsort war es wichtig, neue Einkommensströme zu eröffnen. Nach einer sehr überzeugenden Empfehlung haben wir uns die Tripleplay-Plattform angesehen und schnell erkannt, dass sie uns genau die von uns gesuchte Qualität bieten konnte, ebenso wie die von uns geforderte Bedienerfreundlichkeit und einen angemessenen Preis, sodass uns die Entscheidung nicht schwer fiel.“



Insgesamt stellt Tripleplay Inhalte auf ca. 50 Bildschirmen im Stadion-Shop, in den Team-Büros, am Eingang, in den Boxen für Unternehmen sowie an Treffpunkten bereit, ebenso wie auf dem riesigen iLED Media-Bildschirm in der Stadionarena.

Seit der Implementierung arbeitet Rotherham United mit Tripleplay zusammen, um das System zu verbessern, neue Funktionen zu übernehmen, sobald diese zur Verfügung stehen und zu expandieren, wann immer dies möglich ist.

John Bird, Leiter des Fan-Service, war in die stetige Weiterentwicklung der digitalen Strategie von Rotherham United involviert. „Wir wollen, dass die Lösung eine großartige Erfahrung für unsere Fans darstellt, und je mehr Erfahrung wir mit der Technologie gesammelt haben, desto weiter konnten wir unsere Spieltag-Erfahrung schrittweise ergänzen.“

„Neben der Anzeige von vorab geplantem Inhalt, Werbung und Live-TV können wir auch einen Live-Stream vom Kameraportal auf die Bildschirme übertragen und alle Bildschirme prioritätsgesteuert überschreiben, um die Fans über Aufstellungen, Ersatzspieler, Torschützen, besondere Momente und vieles andere mehr zu informieren. Unsere Fans nutzen die Bildschirme als Informationsquelle und Unterhaltung vor, während und nach dem Spiel, deshalb arbeiten wir verstärkt daran, den Inhalt relevant und sachbezogen zu halten.“

„IN DEN ERSTEN ZWÖLF MONATEN, IN DENEN WIR DAS TRIPLEPLAY-SYSTEM EINGESETZT HABEN, KONNTEN WIR FÜNFSTELLIGE ERTRÄGE DURCH DIE WERBUNG AUF DEN BILDSCHIRMEN EINNEHMEN“

**STEVE COAKLEY, COMMERCIAL DIRECTOR,
ROTHERHAM UNITED FC**

PRÄSENTATIONSFLÄCHE FÜR SPONSOREN SOWIE FÜR INTERNE MELDUNGEN UND KAMPAGNEN



ROI INNERHALB DES ERSTEN JAHRES

Das System hat nicht nur für eine verbesserte Fan-Erfahrung gesorgt, wie Rotherham United sie sich gewünscht hat, sondern gleichzeitig Rendite geschaffen.

Steve Coakley fügt hinzu: „In den ersten zwölf Monaten, in denen wir das Tripleplay-System eingesetzt haben, konnten wir fünfstellige Erträge durch die Werbung auf den Bildschirmen einnehmen, was eine unverzichtbare Einnahmequelle für uns darstellt, die zuvor nie möglich gewesen wäre.

„Unsere Sponsoren schätzen die Werbefläche, die wir für ihre Unternehmen schaffen, und dies für einen Preis, der unserer Meinung nach vollkommen fair ist. Wir präsentieren sie bei jedem unserer Heimspiele auf vierzig Bildschirmen zehntausenden von Fans.“

John Bird ergänzt: „Wir haben die digitale Beschilderung nicht nur für externe Werbeträger genutzt, sondern konnten das System auch für die Werbung für den Club einsetzen, für die Vorstellung neuer Trikots, für die Werbung für Saisonkarten und Verkäufe im Club-Shop. Wir können schnell und kreativ reagieren, Werbung innerhalb von Minuten auf die Bildschirme bringen,

statt uns beispielsweise darauf verlassen zu müssen, dass die Druckerei rechtzeitig liefert.

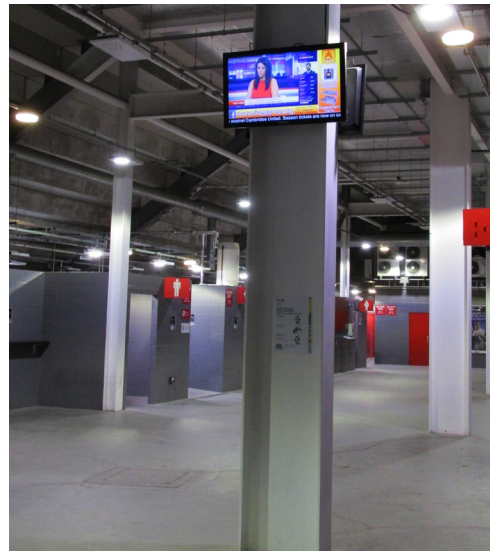
„Unsere Fangemeinde darüber auf dem Laufenden zu halten, was ihnen zur Verfügung steht, ist für uns als Club entscheidend, und dies sowohl aus Perspektive der Umsatzgenerierung, aber auch, um unsere Fans zu halten, und dafür zu sorgen, dass sie sich als Teil des Clubs fühlen.“

EINFACHE BEDIENUNG UND MINIMALER ZEITAUFWAND

An einem Spieltag ist ein Teammitglied von Rotherham United dafür verantwortlich, sich um die digitale Beschilderung und die IPTV-Bildschirme zu kümmern, um sicherzustellen, dass die Austauschspieler und die Tore auf den TV-Bildschirmen gezeigt werden. Für die gewerbliche Perspektive hat man eine externe Agentur beauftragt, um nicht selbst Werbekunden finden zu müssen.

„Wir besitzen nicht den Luxus eine Telemarketing-Teams, deshalb haben wir eine Agentur beauftragt, um Sponsoren zu beschaffen, wobei wir auf Kommissionsbasis arbeiten. Aber seit wir eine digitale Beschilderung und IPTV besitzen, können wir uns dies leisten“, so Steve Coakley.

„Unser IT-Team unterstützt die Technologie, die Fan-Services stellen sicher, dass der Inhalt erstellt wird, und unsere Agentur sorgt dafür, dass der Bildschirmplatz gefüllt ist und wir Werbeeinnahmen machen. Wir haben ein funktionierendes Gleichgewicht gefunden, und wir sind glücklich mit unserer Entscheidung, mit Tripleplay zusammenzuarbeiten.“



AUF EINEN BLICK

KEY CHALLENGES

Rotherham United ist 2012 in ein speziell für diesen Zweck gebautes Stadion umgezogen und wollte eine Möglichkeit finden, die TV- und Jumbo-Bildschirme im Stadion effizienter zu nutzen, um eine verbesserte Spieltag-Erfahrung sowie ein neues Potenzial zur Umsatzgenerierung zu schaffen.

THE SOLUTION

Rotherham United hat die digitale Beschilderung und IPTV von Tripleplay implementiert, mit integrierter Einspeisung an Spieltagen auf 50 TV-Bildschirmen an den Treffpunkten, am Eingang, im Club-Shop, in den Spielerkabinen, in den Büros, in den Unternehmens-Boxen sowie auf dem Jumbo-Bildschirm in der Arena.

THE BENEFITS

Bildschirme schaffen einen Fokuspunkt für die Fans und Unterhaltung für die Gäste. Alle TV-Geräte können genutzt werden, um den Fans aktuelle Meldungen aus Live-Spielen bereitzustellen, Werbebotschaften, Clubwerbung und Angebote. Außerdem kann darauf eine Einspeisung von Live-Spielen und Highlights aus dem vorhandenen Filmmaterial bereitgestellt werden. Die Lösung wurde ebenfalls genutzt, um fünfstelligen Werbeumsätze zu schaffen und innerhalb von 12 Monaten eine Rendite (ROI) zu erzielen.

PRODUKTE VON TRIPLEPLAY

TripleTV IPTV, TripleSign Digital Signage, TripleCMS Content Management System, TripleEvent Screen Event Control System