

# XTiP und Lagardère Sports: Mit Location Based Services zur gezielten Fan-Ansprache

Espelkamp/Hamburg.

Sportwettanbieter XTiP, ein Tochterunternehmen der familiengeführten, ostwestfälischen Gauselmann Gruppe aus Espelkamp (NRW), und die Vermarktungsagentur Lagardère Sports haben ein digitales Pilot-Projekt

gestartet und gehen mit dem DSC Arminia Bielefeld und dem MSV Duisburg damit innovative Wege in der Sponsoring-Kommunikation: Durch die Integration sogenannter Location-Based Services-Technologie in die mobilen Apps der beiden Vereine können Nutzer nun gezielt mit Inhalten angesprochen werden, die an ihre jeweiligen Aufenthaltsorte angepasst sind. Der Pluspunkt für die Fans: Befinden sie sich an einem Spieltag rund um die Bielefelder Schüco-Arena oder die Schauinsland-Reisen-Arena, erhalten sie Push-Nachrichten von XTiP, in denen sie beispielsweise über aktuelle Stadion-Promotions oder spezielle Angebote des Sportwettanbieters informiert werden.



„XTiP und Lagardère sind gemeinsam mit dem DSC Arminia Bielefeld und dem MSV Duisburg die ersten, die Location Based Services im Fußball nutzen. Dabei handelt es sich um eine Win-win-Situation, denn XTiP kann gezielter auf die Fans vor Ort eingehen, während diese von

tollen Angeboten rund um ihren Lieblings-Verein profitieren“, erklärt Mathias Dahms, Geschäftsführer XTIP Sportwetten. Söhnke Preuß, Senior Director Digital bei Lagardère Sports ergänzt: „Als moderne Sportmarketingagentur haben wir den Anspruch, innovative digitale Plattformen für unsere Rechteinhaber zu entwickeln und werthaltige Sponsoringformate für Marken zu kreieren. Wir freuen uns daher, gemeinsam mit XTIP diese neuartige Aktivierung der Partnerschaft bei Arminia Bielefeld und dem MSV Duisburg umzusetzen und mit dem Thema Location-Based-Services ein spannendes Pilotprojekt im Bereich Digital Sponsorship begleiten zu dürfen.“

Bei der technischen Umsetzung hat Lagardère Sports mit Accengage zusammengearbeitet, einem führenden Anbieter in den Bereichen mobile Customer-Relationship-Management (CRM) und Push-Benachrichtigungstechnologie.

Lagardère Sports konzipiert und entwickelt die Mobile Apps für aktuell zwölf deutsche Vereine und berät Rechteinhaber bei der Umsetzung weiterer digitaler Plattformen und deren Vermarktung.