

## VENUE EXPERIENCE CONSULTING

### Erlebniswertoptimierung in Markenerlebnisräumen

Steilpass berät Marken, Veranstaltungen, Einrichtungen und Destinationen bei der Optimierung ihrer Angebote. Erfahren Sie exemplarisch an verschiedenen Projektbeispielen, wie Steilpass mit dem Ansatz Venue Experience Consulting die Attraktivität und Wirtschaftlichkeit von Venues steigert.

#### Herausforderung Kundenerlebnis

In einer idealen Welt bieten Marken ihren Kunden an jedem Markentouchpoint der Customer Experience ein kongruentes, qualitativ hochwertiges Markenerlebnis. Markenversprechen und Markenauftritt sind dabei an den medialen Touchpoints (z. B. Internet, TV, Printmedien) verhältnismäßig leicht in gleichbleibend hoher Qualität abrufbar. Es gibt wenige Störfaktoren, die negativen Einfluss auf das Markenerlebnis nehmen können. Überall da aber, wo Produkt und Kunde unmittelbar aufeinandertreffen (z. B. in Show Rooms oder VIP Bereichen) ist es ungleich schwieriger, die Aufmerksamkeit der Kunden zu gewinnen und die gewünschte Markenbotschaft zu platzieren.

#### Was ist ein gutes Erlebnis?

Eine große Gefahr besteht darin, gutes Erlebnis mit gutem Catering und gutem Service gleichzusetzen. Beides wird allerdings mittlerweile von den Kunden vorausgesetzt, erfüllt bestenfalls die Erwartungen und ist damit kein Alleinstellungsmerkmal mehr.

Die Chance liegt aber darin: Je differenzierter und einzigartiger das angebotene Erlebnis ist, desto größer sind die Möglichkeiten in der Vermarktung! Außergewöhnliche Erlebnisse bleiben in Erinnerung und sorgen für eine hohe Wiederkehrer-Rate.

#### Die vier Quadranten für ein gutes Erlebnis

##### Erlebnisvielfalt

Emotionale und psychologisch ansprechende Elemente abgestimmt auf die Markentonaltät

Laughter
Visual Entertainment
Learning By Being Creative
Learning If It's Useful To You
Being Close To Or On Water
Viewing Something Rare
Mental Challenge
Using Your Hands
Hearing



##### Abwechslung

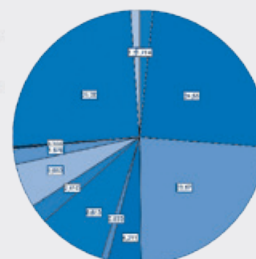
Wechsel zwischen verschiedenen Erlebnisarten

##### Multisensorische Ansprache

Vermittlung von Erlebnis- und Informationsinhalten über unterschiedliche Sinneswahrnehmungen



Ort  
 ■ Catering  
 ■ Catering außerhalb  
 ■ Catering intern  
 ■ Eventshop  
 ■ Fressen  
 ■ Laden/Algebra  
 ■ Merchandise Stand  
 ■ Stadtrundlauf  
 ■ Spielen  
 ■ Vorwand  
 ■ Wägen  
 ■ Zugang



##### Zeitverteilung

Räumliche und zeitliche Verteilung der Aktivitäten

Wie abwechslungsreich und einzigartig ist Ihr Erlebnisangebot?



## 1. FC NÜRNBERG

### Erlebniswertoptimierung Businessbereich

Steilpass wurde beauftragt, Optimierungspotenziale des VIP Bereichs des 1. FC Nürnberg zu identifizieren und auf Basis der Erlebnis-DNS-Analyse konkrete Maßnahmen zur Erlebniswertsteigerung zu entwickeln. Entstanden ist ein völlig neues Raumnutzungskonzept für ein dynamischeres VIP Erlebnis und optimierte Integrationsmöglichkeiten der Sponsoren.



Emotionalisierung VIP-Tunnel

„Das Konzept von Steilpass hat meine Erwartungen voll erfüllt. Die Analyse zeigt uns belastbar und nachvollziehbar Optimierungspotenziale in unserem bestehenden Konzept auf. Das Kreativkonzept liefert uns von ganz einfachen und pragmatischen Vorschlägen bis hin zu einer komplett neuen Raumnutzung konkrete Lösungsvorschläge für eine inhaltliche und wirtschaftliche Optimierung unserer VIP Räume. Die im Konzept vorgeschlagene Struktur wird helfen, unsere Produkte stärker zu differenzieren und die Preisbildung besser nachvollziehbar zu gestalten.“

**SPORTFIVE GmbH & Co. KG c/o 1. FC Nürnberg**  
Christian Jäger, Executive Director

Wie auf dem Platz ist es auch im VIP Bereich entscheidend, auf welcher Position welcher Spieler spielt. Durch einfache Änderungen der Raumaufteilung und Ergänzungen in den vorhandenen VIP Bereichen werden sogenannte „Quick wins“ realisiert. Dabei liegt der Fokus auf minimalem Invest und maximaler Verwendung vorhandener Ressourcen.

## PORSCHE ZENTREN

### Erlebniswertanalyse

Der Wohlfühlfaktor und ein positives Markenerlebnis sind elementare Faktoren eines erfolgreichen Verkaufsprozesses. Beides, „Wohlfühlen“ und „Erlebnis“, lassen sich mit Hilfe verschiedener Steuergrößen wie Architektur, Atmosphäre oder Mitarbeiterfreundlichkeit positiv beeinflussen. Aber erst durch eine geplante und gesteuerte dramaturgische Abfolge wird aus dem Besuch im Porsche Autohaus ein einmaliges Erlebnis.

Im Rahmen umfassender Erlebnisanalysen in Porsche Zentren identifizierte Steilpass die Optimierungspotenziale im Kauf- und Serviceerlebnis und entwickelte konkrete Ideen sowie die strategischen Ansätze für eine nachhaltige Erlebniswertsteigerung.



Analyse-Ergebnisse im Porsche Zentrum

Die entwickelten Ideen und Umstrukturierungen wurden mittlerweile in sechs Porsche Zentren in Deutschland, Italien, Frankreich und der Schweiz erfolgreich umgesetzt.

## VFL BOCHUM

### Optimierung Spieltagerlebnis

Für den VfL Bochum hat Steilpass das Besuchererlebnis (Public und VIP) analysiert und ein Konzept zur Verbesserung der Wirtschaftlichkeit erarbeitet. Eine zentrale Erkenntnis aus der Erlebniswertanalyse: die größten Potenziale liegen außerhalb des Stadions.



Analyse-Ergebnisse Public und VIP

„Wir haben durch die intensive Zusammenarbeit mit den Marken- und Erlebnisberatern von Steilpass systematisch einen sehr umfassenden Input für unser (Spiel-)tägliches Geschäft aufgezeigt bekommen. Darüber hinaus hat Steilpass diese Analyse als Grundlage genutzt, uns sowohl kurzfristige Korrekturmaßnahmen als auch mittel- und langfristige Projektbausteine für einen erlebnissteigernden Aufenthalt an Spieltagen aufzuzeigen. Diese Maßnahmen wurden dabei immer mit dem richtigen Gespür für Machbarkeit und Erlössteigerung für den Verein entwickelt und damit wurden sie für uns auch in der Umsetzung vorstellbar.“

**VfL Bochum 1848 e.V.**  
Stephan Westermann, Bereichsleiter Vermarktung

Durch eine Verbesserung der Aufenthaltsqualität im Außenbereich sowie eine optimierte Logistik kann die Verweildauer signifikant gesteigert werden, die Besucher nutzen Angebote wie Catering und Fanshop intensiver. Damit ergibt sich auch das Potenzial für weitere kommerzielle Angebote in diesem Bereich.

## BADEN RACING

### Erlebniswertanalyse

Die Baden Racing GmbH betreibt die Galopprennbahn Iffezheim mit dem Ziel in Baden Baden neben dem Arc de Triomphe die beste Veranstaltung für Galopprennen in Kontinental-Europa zu etablieren. Steilpass unterstützte Baden Racing bei der Entwicklung eines wirtschaftlich erfolgreichen, nachhaltigen und attraktiven Erlebnisangebots für die Galopprennbahn Iffezheim.

Auf Basis der durch die Analyse gewonnenen Erkenntnisse wurden konkrete Verbesserungen im Besuchererlebnis entwickelt und die intuitive Wegeführung und Informationsbereitstellung optimiert.

„Die Ergebnisse der Besucheranalyse bilden eine Grundlage für weitere Aktionen, von denen Sponsoren und Besucher profitieren werden. Erste Änderungen im Publikumsbereich wurden auf der Grundlage der Analyse bereits vorgenommen.“

**Baden Racing GmbH**  
Dr. Benedict Forndran, Geschäftsführer/CEO



Baden Racing ist mehr als nur Pferderennen



## FK AUSTRIA WIEN

### Drehscheibe für Fußball und Wirtschaft

Aus der Markenpositionierung des Clubs heraus entwickelte das Steilpass Team die Leitidee „FK Austria Wien – Drehscheibe für Fußball und Wirtschaft“. Mit der Positionierung wurde eine thematische Klammer geschaffen, die der hohen wirtschaftlichen Bedeutung des Clubs sowie der außerordentlichen Stellung der Stadt Wien als wirtschaftliche Drehscheibe zwischen Ost und West Rechnung trägt.

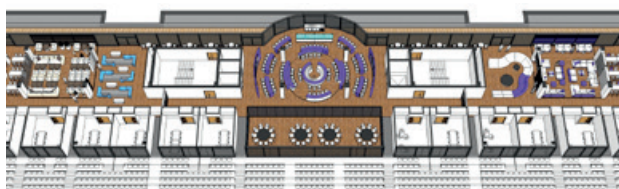


Alleinstellungsmerkmal „Drehscheibe“

### Drehscheibe als Leitidee

Die Leitidee „Drehscheibe für Fußball und Wirtschaft“ wurde als Raumidee ausformuliert, grafisch durchgeplant und zieht sich als roter Faden mit vielen inhaltlichen Details durch das Hospitality Konzept.

Zentrales Element des FK Austria Wien Hospitality Bereichs ist die einzige drehbare Bar Wiens. Die Leitidee findet hier ganz real und auch im übertragenen Sinne ihre Anwendung: Durch die Drehscheibe (innerer Kreis) entstehen immer wieder neue Raumsituationen. Dem Treffpunkt und Netzwerkgedanken wird dadurch Rechnung getragen. Ein Problem vieler Hospitality Bereiche, die geringe Dynamik des Hospitality Erlebnisses durch feste Sitzplatzvergabe, wird bereits durch das Raumkonzept aufgelöst.



Dynamisches Hospitality Erlebnis durch flexible Raumnutzung

„Mit dem fundierten und umfassenden Konzept zur inhaltlichen und gestalterischen Positionierung der Hospitality Bereiche für die neue Generali Arena hat Steilpass zweifelsohne einen wesentlichen Baustein für eine wirtschaftlich erfolgreiche Zukunft des FK Austria Wien erarbeitet. Wir sind sicher, dass wir mit der durch Steilpass entwickelten Leitidee für unsere Hospitality Vermarktung einen einzigartigen Mehrwert im Wettbewerb anbieten können.“

**FK Austria Wien**

Mag. Markus Kraetschmer, Vorstand



Begegnungsräume schaffen

### Fokus Drittvermarktung

Einen wesentlichen Fokus legt das Konzept auf die Drittvermarktungsmöglichkeiten des Hospitality Bereichs. Die Drehscheibe bietet für Wien einzigartige Präsentationsmöglichkeiten und stärkt die Drittvermarktung für den FK Austria Wien.

### Ihr Ansprechpartner:

Jens Leonhäuser

Telefon: +49 711 46059 620

Mobil: +49 172 7561155

E-Mail: [erlebnis@steilpass.com](mailto:erlebnis@steilpass.com)

Hohnerstr. 23 • 70469 Stuttgart

[www.steilpass.com](http://www.steilpass.com)