

PRESSEINFORMATION

Fahrgast TV-Sender INFOSCREEN bleibt grünweißer Medienpartner Rapid mit wichtiger Vertragsverlängerung vor Winterpause

Wien, Dezember 2016 – Wenige Tage vor der Winterpause hat der SK Rapid Wien seine bereits dreijährige Partnerschaft mit INFOSCREEN abermals verlängert. Der Fahrgast TV-Sender bleibt Medienpartner des SCR und wird auch im nächsten Jahr die Heimspiele ankündigen, gemeinsame Aktionen und Gewinnspiele promoten und das soziale Engagement des Kultvereins unterstützen. Mit dem Einzug in das im Juli eröffnete Allianz Stadion ist die Zusammenarbeit mit INFOSCREEN sogar noch bedeutender geworden. Da Rapid in der laufenden Saison einen neuen Zuschauerrekord verzeichnet, werden die Öffis als Verkehrsmittel immer wichtiger und auch Kapitän und „Fußballgott“ Steffen Hofmann geht als regelmäßiger U-Bahn-Fahrer mit gutem Beispiel voran.

„INFOSCREEN ist dort, wo das Leben ist und wo die Menschen sind. Der SK Rapid Wien ist ein Verein zum Anfassen, der die Nähe zu seinen Fans sucht. Deshalb ist INFOSCREEN ein Medienpartner, der hervorragend zu uns passt“, begründen Christoph Peschek, Geschäftsführer Wirtschaft der SK Rapid GmbH, und sein Direktor Sponsoring & Marketing, Sebastian Pernhaupt unisono die Vertragsverlängerung. Einen guten Grund für die Fortsetzung der Zusammenarbeit liefert freilich auch die Media-Analyse. In Wien erreicht der Fahrgast TV-Sender eine Tagesreichweite von 29,9 Prozent. Unter diesen täglich 460.000 INFOSCREEN-Zusehern ist auch Rapid-Kapitän Steffen Hofmann, der zum Training vorzugsweise mit der U- Bahn anreist und darüber hinaus regelmäßig in den Öffis zu treffen ist. „Dass INFOSCREEN praktisch jede dritte Wienerin und jeden dritten Wiener erreicht, ist ein überzeugendes Argument, unsere Heimspiele in und um die Wiener Öffis anzukündigen“, sagen Peschek und Pernhaupt.

Quotenhoch bei Rapid und INFOSCREEN

Gestiegen sind die Quoten freilich nicht nur bei INFOSCREEN. Im neuen Allianz Stadion erzielt Rapid einen noch nie da gewesenen Zuschauerboom. Mit knapp 22.000 Besuchern pro Heimspiel erweist sich Rapid als Zuschauermagnet ersten Ranges und setzt neue Maßstäbe. „Mit dem Allianz Stadion kann der SCR endlich die enorme Nachfrage nach Tickets decken“ freut sich Sheela Rapf, Head of Marketing bei INFOSCREEN, über das grünweiße Zuschauerhoch. „Als Medienpartner wollen wir diese Dynamik natürlich weiter verstärken.“ Übersteigt dann die Nachfrage sogar das Angebot, zaubert INFOSCREEN via App immer wieder Matchtickets aus dem Hut.

Social Media und soziales Engagement

Bis zu 100.000 Views verzeichnet der Fahrgast TV-Sender etwa auf seiner Facebook-Seite, wenn über die INFOSCREEN App Tickets für das Wiener Derby ausgespielt werden. In einer sogenannten Pop-up-Aktion bekommen INFOSCREEN- und Rapid-Fans kurz vor Anpfiff einen Hinweis, wo die letzten Tickets dafür versteckt sind. „Die Resonanz und die Freude bei den Gewinnern sind so groß, dass wir uns schon auf die nächste Aktion freuen“, sagt Rapf. Eng ist die Kooperation auch bei sozialen Initiativen. So unterstützt INFOSCREEN auch den Rapidlauf. Beim Greenie-Tag für die jüngsten Mitglieder der Rapid-Familie treten Bruno und Speedy, die Maskottchen von INFOSCREEN und Rapid, gemeinsam auf.

Kern (INFOSCREEN), Sebastian Pernhaupt (Rapid), Sheela Rapf (INFOSCREEN) und Lorenz Kirchschrager (Rapid).

