



Die Fußball-Europameisterschaft bietet dem Handel eine hervorragende Gelegenheit, spezielle Angebote und Aktionen zu gestalten, um mehr Kunden anzuziehen und den Umsatz zu steigern. Wir zeigen Euch hier einige Strategien, wie Ihr diesen Anlass für Euch nutzen könnt.

Anlassbezogener Konsum ist Trumpf

Bereits [in diesem Artikel](#) und [in diesem Podcast](#) haben wir über das große Thema des anlassbezogenen Konsums gesprochen. Wir bekommen in diesem Jahr ein Top Event auf dem Silbertablett serviert, das dem Handel ein gutes Umsatz-Potenzial bietet. Einerseits im Allgemeinen, andererseits in den Stätten, in denen die Spiele stattfinden.

Vernetzung ist Trumpf

Jetzt heite gemeinsam an einem Strang zu ziehen: Jetzt darf das ganze Potenzial einer Werbegemeinschaft, dem Citymanagement und der Gastronomie ausgespielt werden. Viel Zeit bleibt nicht, sich die passenden Maßnahmen auszudenken, daher habe wir schon mal

für Euch vorgedacht. Los gehts!

Das gilt im Allgemeinen

Der no-Brainer: Themenbezogene Produktangebote: Bietet offizielle Fan-Artikel, Trikots der Nationalmannschaften, Schals, Flaggen und andere Merchandise-Artikel an.

Party- und Grillzubehör: Da viele Fans Spiele gerne in Gruppen ansehen, sind Produkte für Grillpartys oder Fußballabende gefragt. Denken Sie an Grills, Partygeschirr und Dekorationen in den Farben der teilnehmenden Nationalmannschaften.

Rabattaktionen und Verkaufsförderungen: Bietet spezielle Rabatte auf relevante Produkte während der Turnierphasen an, besonders an Spieltagen.

Bundling-Angebote: Erstellt Pakete, die für Fußballpartys nützlich sind, wie zum Beispiel Snacks und Getränke oder Fan-Artikel-Pakete, zu einem Preis, der ruhig ohne Rabatte auskommt.

Public Viewing Veranstaltungen: Wenn es der Platz erlaubt, organisiert Public Viewing Events in oder vor Eurem Geschäft. Dies kann durch Kooperationen mit lokalen Gastronomen unterstützt werden.

Wettbewerbe und Gewinnspiele: Veranstaltet Tippspiele oder Wettbewerbe, bei denen Kunden Preise gewinnen können, wie Tickets für Spiele, signierte Artikel, Gutscheine für Euer Geschäft oder andere „Money can't buy“ Goodies.

Themenbezogene Kampagnen: Nutzt soziale Medien, um spezielle Angebote zu bewerben, teilt Inhalte, die die Fußballeuphorie widerspiegeln, und interagiert mit Eurer Community durch Fußball-bezogene Diskussionen.

E-Mail-Marketing: Versendet Newsletter mit speziellen Angeboten, Informationen zu Veranstaltungen oder Spielen und exklusiven Gutscheincodes.

Kooperationen und Sponsoring mit lokalen Sportvereinen: Arbeitet mit lokalen Fußballvereinen oder Sportbars zusammen, um gemeinsame Veranstaltungen zu fördern oder Angebote zu kreieren, die Fans und auch die Vereinsmitglieder anlocken.

Community-Events: Beteiligen Sie sich an oder sponsern Sie lokale Events rund um die Europameisterschaft, um die Sichtbarkeit Ihres Geschäfts zu erhöhen.

Dekoration und Store-Branding: Nutzt die Dekorationen, die die EM-Atmosphäre widerspiegelt, um Kunden anzulocken und das Einkaufserlebnis zu verbessern.

-Schaufenster: Erstellt ansprechende Schaufenster, die Fußball und die Europameisterschaft thematisieren, um die Aufmerksamkeit von Passanten zu gewinnen.

Und die Städte, in denen die Spiele stattfinden?

Genau diese Städte haben das große los gezogen, denn die Spiele ziehen tausende potenzielle Kunden in die Stadt. Allein in unsere Stadt Düsseldorf sind 50 Sondermaschinen am Airport angemeldet, 5 Spiele finden hier statt. Die ganze Stadt zieht an einem Strang, da sollte sich der Handel ebenso engagieren. Hier unsere Tipps:

Erweiterte Öffnungszeiten: Passt Eure Öffnungszeiten an die Spielzeiten und das Rahmenprogramm an, um den Besuchern mehr Flexibilität beim Einkaufen zu bieten.

Lokale Partnerschaften und Netzwerke: Arbeitet mit dem lokalen Tourismusbüro oder Veranstaltern zusammen, um Euer Geschäft in Willkommenspaketen, Stadtplänen oder Apps für Veranstaltungsbesucher zu platzieren.

Kooperationen mit Hotels und Gastronomie: Bietet spezielle Angebote oder Rabatte für Gäste lokaler Hotels und Restaurants.

Mehrsprachiges Marketingmaterial: Stellt sicher, dass Werbematerialien und Hinweisschilder in Eurem Geschäft auch in anderen Sprachen verfügbar sind, um internationale Besucher anzusprechen.

Soziale Medien nutzen: Veröffentlicht Inhalte in verschiedenen Sprachen, um auch internationale Fans zu erreichen und informiert über besondere Angebote, Events oder Rabatte in Eurem Geschäft.

Stadt- oder eventbezogene Souvenirs: Bietet Produkte an, die nicht nur mit der

Europameisterschaft, sondern auch mit Eurer Stadt oder Region verbunden sind, um den Besuchern einzigartige Andenken anzubieten.

Gastfreundlichkeit und Service: Schult Euer Personal im Hinblick auf Mehrsprachigkeit und interkulturelle Kompetenzen, um einen exzellenten Service für internationale Besucher sicherzustellen.

Schafft Erlebnisse: Nutzt die Gelegenheit, um besondere Einkaufserlebnisse zu schaffen, etwa durch Live-Musik, lokale Spezialitäten oder Fußball-Trivia-Spiele im Laden.

Sicherheitsmaßnahmen überprüfen: Stellt sicher, dass Ihr Geschäft auf einen größeren Zustrom von Kunden vorbereitet ist, einschließlich Sicherheits- und Notfallpläne.

Durch die Implementierung dieser Strategien könnt Ihr nicht nur den Umsatz während des Events steigern, sondern auch langfristig positive Beziehungen zu Besuchern aus aller Welt aufbauen und das Profil ihrer Stadt als gastfreundlichen und lebendigen Ort stärken.

Jetzt heißt es: Macht was draus!

Beitragsbild: Dall-E