



HAMBURG SCHOOL OF BUSINESS ADMINISTRATION

University of Applied Sciences

Studium Generale

Dienstag, 4. Mai 2010, 18.00 bis 19.30 Uhr

Gastvortrag:

Aon + Manchester United: United in 2010

Warum die bekannteste Fußballmannschaft der Welt ab 1. Juni einen Versicherungsmakler auf dem Trikot trägt

Vortrag:

Sportsponsoring scheint die Spielwiese der B2C-Marketer zu sein. Telekommunikation, Energiedienstleister, Touristik, Kleidung, Getränke. Aber ein Industrierversicherungsmakler? Welchen Mehrwert ein B2B-orientiertes Geschäftsmodell aus dem Sponsoring der bekanntesten (und erfolgreichsten) Fußballmannschaft der Welt zieht ist nicht unmittelbar ersichtlich. Doch neben allgemeiner Markenbekanntheit und gezählten „views“ gibt es noch viele andere Assets, die im Sportmarketing zählen: Kundenveranstaltungen, Merchandising, Stars zum Anfassen, Tickets für die exklusivsten Plätze bei besonderen Spielen, eigene Veranstaltungen mit Spielern, Trainern oder Managern – all diese Möglichkeiten sind auch für B2B-orientierte Unternehmen hochinteressant. Und ganz nebenbei eröffnet das Sponsoring neue Märkte und verstärkt die Durchdringung bestehender Zielgruppen.

Der Referent:

Frank Helmert ist Marketing-Leiter von Aon Deutschland. Aon ist der weltgrößte Versicherungsmakler. Ein Schwerpunkt der Arbeit von Aon liegt in der Beratung von Industrie- und Großunternehmen. Die global operierende Aon Corporation ist börsennotiert und in mehr als 120 Ländern mit rund 36.000 Mitarbeitern tätig. In Deutschland beschäftigt das Unternehmen rund 1.500 Mitarbeiter an sieben Standorten.

Frank Helmert arbeitet seit über 10 Jahren als Marketing- und Kommunikations-Leiter für Finanzdienstleister. Seine Schwerpunkte liegen im Bereich Direktmarketing (B2C und B2B), Brand-Management und PR.

Im Anschluss an den ca. 45-minütigen Vortrag besteht die Möglichkeit zur Diskussion und vertiefenden Fragen.

Der Vortrag findet statt in der Handelskammer Hamburg (Adolphsplatz 1, 20457 Hamburg), Raum Merkur