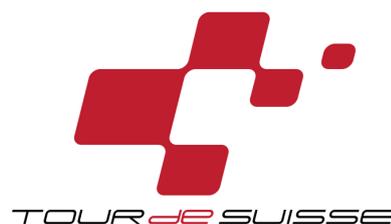


FANS KENNENLERNEN - 365 TAGE IM JAHR

Follower auf Social Media sind wie Zuschauer am Strassenrand. Niemand weiss, wer sie wirklich sind.

www.tourdesuisse.ch



AUSGANGSLAGE

Die Tour de Suisse wird als grösster Schweizer Sportevent über 10 Tage von rund einer Million Zuschauer am Strassenrand unterstützt. Diese kaufen sich keine Tickets und sind den Veranstaltern gänzlich unbekannt, was weder Monetarisierung noch gezielte Kommunikation ermöglicht.

LÖSUNG

In Zusammenarbeit mit Primeo Energie als Sponsor und LivXp als technischen Umsetzungspartner hat die Tour de Suisse eine **digitale Fanzone** geschaffen und in bestehende Kommunikationskanäle eingebunden. Eine Vielzahl digitaler Möglichkeiten erlaubt es den Veranstaltern eine fan-zentrierte Gestaltung verschiedener Touchpoints der Customer Journey, wie beispielsweise:

- Verlosungen von Tickets vor dem Event
- Engagement-Aktivitäten während des Events (Tippspiele, Quiz, etc.)
- Exklusive Fan-Erlebnisse (z.B. Begleitung des Renndirektors)
- Versteigerung & Verlosung von Memorabilia über das ganze Jahr

ERGEBNISSE

First-party-data für ein besseres Fanerlebnis

Im Jahr 2024 haben (Stand Juli) über 100'000 einzelne Fans aus 167 Ländern die TdS Fanzone by Primeo Energie besucht. Diese verbrachten gesamthaft mehr als 2500 Stunden auf der Plattform. Von den registrierten Fans hinterlegten dabei 89% ihren vollen Namen, Adresse, Telefonnummer und Alter, was gemessen an Branchenstandards ein ausserordentlich hoher Wert ist. Diese

Ganzjährige Relevanz

Hand in Hand mit der ganzjährigen Kommunikationsstrategie wurden auch ausserhalb der Eventzeit erfolgreiche Aktivierungen umgesetzt. Nennenswerte Beispiele sind Verlosungen von Objekten, die am Event eine Geschichte geschrieben haben oder der Adventskalender in Dezembermonaten.

TOUR DE SUISSE

- UCI WorldTour Event (♂ & ♀)
- 10 Tage (♂=8, & ♀=4)
- LIVE: 1 Mio Zuschauer am Strassenrand
- TV: 70 Mio Zuschauer in 150 Ländern

MIT LIVXP

- Fanzone mit 450'000+ Visits jährlich
- Teilnahmen aus 167 Ländern
- DSGVO-konforme Fan Datenerhebung



PHILIPP AVENELL

Digital Marketing Manager

“Die digitale Fan-Plattform für die Tour de Suisse ist zukunftsweisend. Sie verstärkt die globale Reichweite und das Engagement von Fans aus der ganzen Welt. Sie schafft eine Gemeinschaft, die über die Dauer des Events hinaus Bestand hat. Durch die Digitalisierung der Fanerfahrung wird die Tour de Suisse zu einem ganzjährigen Erlebnis, das die Bindung zur Marke und zum Sport selbst stärkt.”

TdS Fanzone

Über LivXp