

COOLE STIMMUNG AUF DER DACHTERRASSE

Neben der Notwendigkeit, die Spieler physisch und mental fit für eine anstrengende Saison zu machen, ist es auch wichtig, den Profis von Zeit zu Zeit den Markencode des Clubs in Erinnerung zu rufen. Schließlich sind sie alle Botschafter, die den Verein nach Außen hin repräsentieren. Dazu ließ es sich unser Markenstrategie Prof. Dr. Gerdum Enders nicht nehmen, das gesamte MT-Team ins CODE LAB Kassel einzuladen.

sie im Markt, welchen Code senden sie? Hier punktete neben einigen Spielern vor allem unser Trainer.

"Prof. Gerdum" – wir duzen uns ja alle beim Handball – hielt es kompakt. Drei Hebel machen Erfolg jenseits des Spielfeldes aus:

1. Wir verstehen uns als Marke
2. Unsere Marke ist klar (Zukunftscodex)
3. Und wir alle stehen für die Marke

Nach dem mentalen Input brauchte

keiten und kam so an das letzte Bio-Puten-MT-Brötchen.



Und was nehmen die Spieler mit nach Hause? Finn Lemke bringt es auf den Punkt: "Jeder von uns steht für die MT, wir sind die Botschafter für die Marke."



Und da wir bei der MT alle eine Family sind, sind natürlich auch unsere Fans wichtige "Botschafter", die den Spirit der MT weitertragen. Darauf sind wir stolz. Und Prof. Gerdum würde wohl sagen: MT ist unser Love-Brand. – RED



4 Fotos: A. Käsler

Worum ging es? – Nun, Sport ist nicht nur Leidenschaft, sondern tatsächlich auch "Business". Und unsere MT ist ja mittlerweile ein sehr professionell geführter Verein. Also nahm uns der Marketingprofi persönlich mit in die Welt der Markenführung von Sportmarken mit.

die Mannschaft jetzt auch mal ihren energetischen Nachschub, sie kamen ja direkt vom Training: Also gab es erstmal Bio-Putensteaks, leckeren Salat und knoblauchintensive Cremes von Janine, der Assistentin von Gerdum, dazu gebrandete MT Dinkelbrötchen von Bäckerei Streiter. Klar, die Tischgespräche gingen rund um den Handball: Wie können wir die Marke MT gemeinsam jenseits des Spielfeldes/sportlichen Wettbewerbs nach vorne bringen?

Chill und Grill-Brainstorming. Da haben wir nun wieder einiges in der Pipeline. Ein rundes Programm für Körper Geist und Seele, denn es ging ja um den Markenspirit unserer MT. Später Gast war dann noch Gerd Rauch unser Experte & Mannschaftsarzt, er brachte gute Neuig-



Bei lockerem Barbecue über den Dächern Kassels tauschten wir erstmal aus, was moderne Markenführung heute bedeutet. Und da wir ja ein BBQ machten, ging es gleich mal um Biermarken. Welche Bildstrategien nutzen sie, welche Position spielen