

Wilhelmshaven, Juni 2010

World Cup South Africa goes Local -

Ein lokales Cross Media-Projekt der „Wilhelmshavener Zeitung“ für Wilhelmshaven und Friesland

Ansprechpartner

Christian Hinze

Telefon +49 4421 488 19 0

ch@wzonline.de

Ein Projekt der

Wilhelmshavener Zeitung

Parkstraße 8

26382 Wilhelmshaven

Die Idee

Euphorische Fans, großartige Spiele, wehende Fahnen – ein Sportereignis zieht die Welt in seinen Bann. Vom 11. Juni bis 11. Juli 2010 ist die Weltmeisterschaft in Südafrika und natürlich ist das Turnier in den Medien wieder omnipräsent. Auch die lokalen Tageszeitungen berichten ausführlich vom WM-Geschehen. Seit der WM 2006 hat sich jedoch gezeigt, dass der lokale Fokus dabei auf den sogenannten Fanmeilen liegt, die sich in vielen Städten rund um die öffentlichen Public-Viewing-Veranstaltungen gebildet haben.

So vereinte die Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland Fußballfans aus aller Welt, die gemeinsam friedlich auf den zahlreichen Fanmeilen ihre Mannschaften feierten. Die Fanmeilen wurden zum Ausdruck des kollektiven Freudentaumels – ganz gleich ob in Metropolen wie Berlin und Hamburg oder in kleineren Städten wie Wilhelmshaven.

Die „*Wilhelmshavener Zeitung*“ nimmt die Fußballweltmeisterschaft in Südafrika zum Anlass, um die lokale Berichterstattung von den Fanmeilen im Verbreitungsgebiet Wilhelmshaven und Friesland über Print hinaus auf verschiedene multimediale Kanäle auszudehnen. Ziel des Cross-Media-Projekts ist eine direkte Ansprache des lokalen Publikums, das zum Teil nicht mehr zum engen Kreis der Abonnenten gehört. Lokale Nachrichten sollen so zum Beispiel junge Leser erreichen, die ihre Informationen in der Regel eher aus dem Internet, als aus der Tageszeitung beziehen. Darüber hinaus werden für die örtlichen Unternehmen plattformübergreifende Anzeigenlösungen entwickelt, um ihre Produkte und Dienstleistungen gezielt im lokalen Markt zu bewerben.



Public Viewing auf dem Wilhelmshavener Rathausplatz zur WM 2006. Foto: WZ

Ausgangspunkt des Cross-Media-Projekts der „*Wilhelmshavener Zeitung*“ ist ein lokales Fanportal für Wilhelmshaven und Friesland im Internet – **Wilhelmshavener-Fanmeile.de**.

Das Cross Media-Projekt ist ein Gemeinschaftsprojekt der Redaktion und des Anzeigenverkaufs der „*Wilhelmshavener Zeitung*“ sowie der Abteilungen Marketing und Elektronische Medien.

Der Projektzeitraum umfasst den 11. Juni bis 11. Juli 2010.

Die Strategie

Im Mittelpunkt des lokalen Cross-Media-Projekts steht das lokale Fanportal **Wilhelmshavener-Fanmeile.de** (www.wilhelmshavener-fanmeile.de). Das Portal bündelt alle Nachrichten, Bilder und Videos von den WM-Veranstaltungen in Wilhelmshaven und Friesland. Aktuelle Geschichten von den Fanmeilen, lokal verankerte Vorberichterstattungen und Veranstaltungstipps machen das Portal zur ersten Adresse für Nachrichten rund um das lokale WM-Geschehen.

Die Online-Plattform hält zudem Veranstaltungs- und Gastronomie-Einträge bereit. **Wilhelmshavener-Fanmeile.de** ist nicht nur ein reines Informations- und Unterhaltungsportal, sondern auch ein „Mitmach-Portal“, das Nutzern die Möglichkeit bietet, sich mit eigenen (Video- und Foto-)Beiträgen zu beteiligen.

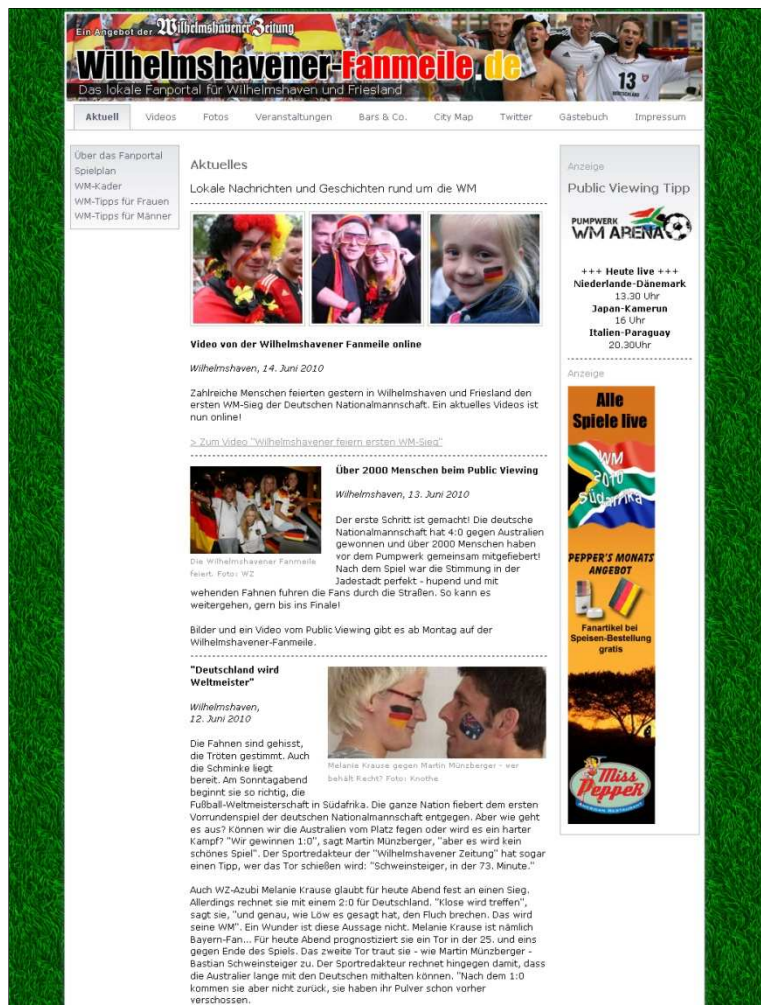
Ein Teil der Inhalte des Online-Portals **Wilhelmshavener-Fanmeile.de** findet sich in der „*Wilhelmshavener Zeitung*“ und auf dessen Internetportal WZONLINE.DE wieder. Um die Reichweite des Portals zusätzlich zu steigern, werden Web 2.0-Plattformen wie Facebook, StudiVZ und Twitter eingesetzt.

Die Tageszeitung verweist mit entsprechend gestalteten Seitenköpfen und Einklinkern auf das Fanportal. Links und Online-Banner verweisen von WZONLINE.DE auf die Internetseite **Wilhelmshavener-Fanmeile.de**. Fotografen und Videojournalisten, die in Bild und Ton von den Fanmeilen in Wilhelmshaven und Friesland berichten, verteilen gestaltete Visitenkarten, die auf das Cross-Media-Projekt der „*Wilhelmshavener Zeitung*“ hinweisen.

Da die multimediale Berichterstattung über das WM-Geschehen in Wilhelmshaven und Friesland nicht nur die Leser der Tageszeitung anspricht, sondern auch ein großes Publikum an Fußballfans im Verbreitungsgebiet, bieten sich für die Werbekunden neue crossmediale Werbestrategien. Im Fokus der Werbekundenakquise stehen Veranstalter und Gastronomen, die im Rahmen der Fußballweltmeisterschaft entsprechende Produkte und Dienstleistungen anbieten.

Die Umsetzung

Wilhelmshavener-Fanmeile.de – Ein lokales WM-Fanportal für Wilhelmshaven und Friesland



Die Startseite des lokalen Fanportals Wilhelmshavener-Fanmeile.de bietet informiert über das aktuelle (lokale) WM-Geschehen. Foto: Screenshot

Das lokale Fanportal der „Wilhelmshavener Zeitung“ bündelt die Berichterstattung rund um das lokale WM-Geschehen in Wilhelmshaven und Friesland.

Aktuelle Meldungen, Berichte, Fotos und Videos finden sich auf den Seiten von **Wilhelmshavener-Fanmeile.de** wieder.

Gastronomen und Veranstalter bietet sich die Gelegenheit, während der Fußballweltmeisterschaft ihr Publikum gezielt anzusprechen. Angeboten werden u.a. Anzeigenplätze für Online-Banner und Premiueinträge in einem Gastronomieverzeichnis.

Erstellung und Programmierung: Die Entwicklung der Website wurde eigenständig von der Brune-Mettcker Druck- und Verlags-GmbH, dem Verlag der „Wilhelmshavener Zeitung“ realisiert. Verantwortlich für Gestaltung und Programmierung ist die Abteilung „Elektronische Medien“ im Verlagshaus. Die Erstellung erfolgte zum Teil auf Basis der Homepage-Lösungen von Jimdo.com.

XMA Cross Media Awards 2010

Wir lassen bewegte Bilder sprechen – Videos von der Fanmeile



Auf den Videoseiten des Fanportals finden sich sowohl lokale als auch nationale Videos zur WM in Südafrika. Foto: Screenshot

Die Redaktion der „Wilhelmshavener Zeitung“ ergänzt seit zwei Jahren ihre Berichterstattung mit lokalen Videobeiträgen.

Mit WZONLINE.TV wird auch das Geschehen auf den Fanmeilen in Wilhelmshaven und Friesland begleitet.

Die lokalen Videos werden gemeinsam mit Agentur-Videos von der WM in Südafrika ausgestrahlt.

Die Videoausstrahlung erfolgt sowohl über das lokale Fanportal als auch auf WZONLINE.DE und auf dem iPhone-App der „Wilhelmshavener Zeitung“.

Cross-Mediale Videoausstrahlung im Netz



www.studivz.net/wilhelmshaven

XMA Cross Media Awards 2010

Vernetzt – die Wilhelmshavener Fanmeile im Web 2.0

Das lokale Fanportal erreicht auch Menschen, die nicht zu der Stammleserschaft der „Wilhelmshavener Zeitung“ zählen. Insbesondere wird eine junge Zielgruppe aktiviert, die ihre Inhalte zunehmend aus dem Internet bezieht und sich innerhalb von Social Communities austauscht.

Um die Inhalte auch in den Social Communities zu verteilen, werden die Inhalte der **Wilhelmshavener-Fanmeile.de** auf Web 2.0 Plattformen gestreut. Dazu zählen die VZ-Netzwerke (StudiVZ/MeinVZ), Facebook und der Online-Dienst Twitter.



Neue Inhalte von der Fanmeile werden u.a. auf Facebook veröffentlicht.

Foto: Screenshot



Twitter-Einklinker für die Tageszeitung.
Foto: Screenshot

Das Twitter-Profil der Fanmeile im Internet: twitter.com/whvfanmeile.

Foto: Screenshot

Inhalte teilen, Content erstellen

Das lokale Cross-Media Projekt der „Wilhelmshavener Zeitung“ aktiviert nicht nur neue Kontakte im Verbreitungsgebiet, es lädt die Menschen ein, aktiv an der Erstellung von Inhalten mitzuwirken.

Mit Start des lokalen Fanportals sind die Leser und die Online-Nutzer aufgerufen, sich an der Content-Erstellung zu beteiligen.

So sucht die „Wilhelmshavener Zeitung“ über das Fanportal **Wilhelmshavener-Fanmeile.de** den „Ballkünstler der Region“. Alle talentierten Ballakrobaten aus Wilhelmshaven und Friesland können sich mit einem Video bewerben. Alle Videobeiträge werden auf dem Fanportal veröffentlicht. Eine Jury entscheidet am 10. Juni 2010, welcher Ballakrobat als Sieger hervorgeht (www.wilhelmshavener-fanmeile.de/videos/mein-wm-video).

Wer kein talentierter Kicker ist, der kann sich dennoch an der Wilhelmshavener Fanmeile beteiligen. Leser und Online-Nutzer sind aufgerufen, ihre schönsten WM-Momente auf Foto mit der Community zu teilen (<http://www.wilhelmshavener-fanmeile.de/fotos-1/mein-wm-foto/>).

Cross Media: die „WZ“ als Teil der Wilhelmshavener Fanmeile

Cross-Media-Strategien zeichnen sich dadurch aus, dass sie medienübergreifend Inhalte aufbereiten und miteinander vernetzen. Die Redaktion der „Wilhelmshavener Zeitung“ greift Inhalte von der Fanmeile auf und veröffentlicht sie im Print. Um ein einheitliches Erscheinungsbild zu wahren, wird auf den relevanten Seiten die Gestaltung mit dem lokalen Fanportal im Internet abgestimmt.

SEITE 20 **Wilhelmshavener Fanmeile.de** Fußball-Weltmeisterschaft 2010 WILHELMSHAVENER ZEITUNG DIENSTAG, DEN 15. JUNI 2010

WM-Geflüster

Spiele werden auch vom All aus verfolgt

Die Fußball-WM in Südafrika zieht auch die Besatzung der internationalen Raumstation ISS in ihren Bann. Die Russen Alexander Skoworow und Michail Kornjenko verfolgen jeden Abend gemeinsam mit ihrer US-Kollegin Tracy Caldwell Dyson die Spiele im Roundtable. Während Skoworow und Kornjenko ausgemachte Fußball-Fans seien, interessieren sich Caldwell Dyson dafür eigentlich gar nicht. Sie leisten ihnen aber aus Kollegialität Gesellschaft.

William (27) und Harry (25), die Enkel der britischen Königin, lieben Fußball und Afrika. Erstmals sind sie nun gemeinsam auf offizieller Auslandsreise im Süden des Kontinents. Die Prinzenwähler wollen ihre Wohltätigkeitsarbeit bewerben und natürlich auch die englische Mannschaft bei der WM ermutigen. Zugleich unterstützen sie bei dem sechs Tage langen Trip die Bewerbung Englands für die Fußball-WM in acht Jahren. Am Freitag steht zudem ein Besuch des Spiels England gegen Algerien in Kapstadt an. Dabei müssen die Engländer nach ihrem verpatzten WM-Auftritt Gas geben. Nun können sie dabei auf königliche Unterstützung bauen.



Prinzen in Afrika: Harry (links) und William

Nicht jedes WM-Lied ist ein Hit

TURNIERSONGS Viele Beiträge fallen bei Fans durch und werden vergessen

Zur WM-Hymne 2010 wurde Shakiras „Waka Waka“ bestimmt. Kult-Potenzial hat aber ein anderer Titel.

VON GREGOR THOLL UND MARC ZELINGER

HAMBURG Alle vier Jahre wieder gehört auch Netzwerk zur Fußball-WM. Ein offizielles Musikstück zum Beispiel. Zum Turnier in Südafrika hat der Weltverband Fifa das Lied „Waka Waka (This Time for Africa)“ ausgesucht. Die Kolumbianerin Shakira (33) hat den Pop-Song mit der südafrikanischen Band Freshlyground aufgenommen.

Shakira präsentierte das Lied am Vorabend der WM-Eröffnung beim großen Konzert in Johannesburg und wird den Titel Song auch bei der Abschlussfeier am 11. Juli singen. In den deutschen Charts steht der Hit in dieser Woche immerhin bereits auf Platz vier.

Die „Süddeutsche Zeitung“ warf in der Frage auf: „Wieso ist Shakira, eine Pop-Multimillionärin mit Wohnsitz auf den Bahamas, Tochter eines libanesisch-amerikanischen Vaters und einer spanisch-kolumbianischen Mutter, eigentlich Afrika?“

Bei der WM 1990 in Italien sangen noch Einzelheime die offiziellen Song Gianna Nannini schmetterte damals „Un'estate italiana“ (Ein italienischer Sommer). 1994 in den USA hieß das Fifa-Lied „Gloria“ und kam von Daryl Hall und Sounds of Blackness. Für die WM 1998 in Frankreich sang der Latino-Sänger Ricky Martin sein „La Copa de



Der Hüftschwung jedenfalls ist ein Hit: Popstar Shakira steuerte mit „Waka Waka“ dem offiziellen WM-Song 2010 bei.

erlyland“ und kam von Daryl Hall und Sounds of Blackness. Für die WM 1998 in Frankreich sang der Latino-Sänger Ricky Martin sein „La Copa de

„The Time of Our Lives“ vom Klassik-Pop-Quartett Il Divo auskuriert. Kann jemand aber dürfte sich an dieses Werk erinnern.

Viele Menschen haben eher die ebenfalls von der Fifa in Auftrag gegebene WM-Hymne „Zeit, dass sich was dreht“ von Herbert Grönemeyer im Ohr oder aber das Lied „Love Generation“ von Bob Sinclair. Mingrö-Brenner war aber vor allem „54, 74, '90, 2006“ von der deutschen Indie-Rock-Band Sportfreunde Stiller. Die Nationalmannschaft hörte zu ihrer Erbauung vor jedem Spiel „Dieser Weg“ von Xavier Naidoo.

In diesem Jahr bietet sich dem Team übrigens Bushido an. Der Rüssel-Rapper hat zusammen mit Key One das Lied „Fackeln im Wind“ geschrieben, das nun vor jedem Spiel in der Kabine gespielt werden soll. „Für mich ist es eine große Ehre, einen Song für die Nationalmannschaft machen zu dürfen“, so Bushido.

Beste Chancen, zumindest in Deutschland zur Minsing-Nummer auf Fan-Festen zu werden, hat eine von Studenten umgedichtete Version des Grand-Prix-Hits „Stellte“ von Lena. In Anlehnung an das geprüfte „Deutschland-loben“ heißt der Song „Schland O Schland“. Verschiedene Varianten des Videos mit dem Lied erreichten im Internet bislang über eine halbe Million Klicks.

Für Deutschlands WM 2006 hatte die Fifa übrigens dete die Polizei zur Warnung mit einem lauten Knall eine Rauchbombe. Die Polizei teilte mit, dass sie die bekannten Rädelsführer festnehmen würde. Der Tageslohn der Stadion-Ordner war von umgerechnet 22 Euro pro Tag auf 17 Euro gekürzt worden.

Moderatorin bedauert ihren Fehltritt



Griff verbal daneben: Katrin Müller-Hohenstein

Katrin Müller-Hohenstein hatte im ZDF ein Klose-Tor mit einem „inneren Reichsparteitag“ verglichen. Dafür erntete sie viel Kritik.

JOHANNESBURG (dpa) – Der verbale Fehltritt von Katrin Müller-Hohenstein während des deutschen Auftaktspiels bei der Fußball-WM schlug bei Welle. Das ZDF entschuldigte sich für die „Entgleisung“ seiner Moderatorin.

„Und für Miroslav Klose ein innerer Reichsparteitag, jetzt mal ganz im Ernst, dass er heute hier tritt“, hatte Müller-Hohenstein in der Halbzeitpause beim 4:0-Erfolg der DFB-Elf gegen Australien am Sonntagabend gesagt. Konsequenzen für die Journalistin schloss das ZDF aus.

„Das ist eine verbale Entgleisung, die ihr und uns leid-tut. Sie ist im Eifer der Situation entstanden“, sagte ARD/ZDF-Teamchef Dieter Gutschwitzer.

Die umgangssprachliche Redensart soll das Erleben von großer Freude oder Gemütlichkeit beschreiben. Wer allerdings von einem „inneren Reichsparteitag“ spricht, stellt nach Ansicht von Kritikern einen sprachlichen Zusammenhang zur Propaganda der NS-Diktatur her.

Der Vizepräsident des Zentralrats der Juden in Deutschland, Dieter Geuermann, rief von „Hysterie und übertriebener Aufgeregtheit“ ab. „Eine böse Absicht liegt erkennbar nicht vor. Wir sollten es daher dabei bewenden lassen“, sagte er.

Polizei gerät mit dem WM-Ordnungsdienst aneinander

DURBAN (SID/dpa) – Die Ordner strecken, die Polizei setzt Trainingsgags ein. Demonstranten frustrierter Stewards haben bei der Fußball-WM in Südafrika für chaotische Zustände und schwere Ausschreitungen gesorgt. Am Montag war sogar kurzfristig das erste Spiel des Weltmeisters Italien gegen Paraguay in Kapstadt gefährdet.

In der Nacht zuvor hatte es nach dem Spiel zwischen Deutschland und Australien (4:0) in Durban Auseinandersetzungen gegeben, die von der Polizei mit aller Härte beendet wurden. Die etwa 300 Mitarbeiter der Ordnungsdienste hatten am frühen Montagmorgen in der Tiefgarage unter dem Moses-Mabhida-Stadion lauthark gegen eine angebliche Unterbezahlung demonstriert. Als die Lage zu eskalieren drohte, zündete die Polizei zur Warnung mit einem lauten Knall eine Rauchbombe. Die Polizei teilte mit, dass sie die bekannten Rädelsführer festnehmen würde. Der Tageslohn der Stadion-Ordner war von umgerechnet 22 Euro pro Tag auf 17 Euro gekürzt worden.

Noch 53 Spiele bei der WM heißt: Es ist noch 53-mal vor dem Spiel

Fünf Jahre ist es her, dass Harold Pinter den Literatur-Nobelpreis zuerkannt bekam. Zur Begründung hieß es damals in Stockholm: Der Engländer hat „den Abgrund unter dem alltäglichen Geschwätz freigelegt“. Pinter ist längst tot. Das alltägliche Geschwätz wachert unsterblich. Aber wo ist der Abgrund darunter? Bei der WM ist er eingeebnet. Unters flache Geschwätz passt nichts mehr.

Der Auftakt lässt Schlimmes befürchten. Nicht bei den Spielen selbst, sondern vorher. Eine ganze Stunde füllten Katrin Müller-Hohenstein und Oliver Kahn vor dem Deutschland-Spiel im ZDF. Genauer gesagt: Sie schlugen diese Zeit tot mit Spekulationen, Flättern, läppischen Aktionen. Es passiert ja nichts, die Fakten werden erst noch geschaffen. Kahn kann sich zumindest noch in die Gefühle der Spieler versetzen und sie anschaulich schildern.

Der Torwart ist bereiter als seine Partnerin. Die krant doch tatsächlich den Begriff „Sommermärchen“ aus der Kiste. Zählt der infolge kräftiger Abnutzung nicht längst zu den ausgestorbenen Worten wie Gabelnflüstern, Hagestolz, Miez oder, um im Fußball zu bleiben, Mittelläufer oder Halbstürmer? Und dann, ein der Pause in den Nachrichten zur Halbzeit wöhnt sich auch Marietta Slonka im S. Und, ist es zu fassen: Nach dem dritten deutschen Tor träumt sogar Kommentator Bela Rehy von S.

Müller-Hohenstein rutscht in der Pause des Deutschland-Spiels zudem die un-

HINGSCHAUT

Horst Hollmann beherrscht den Doppelpass zwischen Sport und Kultur. Der Sportjournalist und Konzertkritiker nimmt die WM-Berichterstattung im Fernsehen unter die Lupe.

Die Torschützen.“ Das ist die 82. Minute. Hinterher wird dann alles griffliger. Da sprechen die Tatsachen. Vielleicht werden uns diese Analysen, Wertungen, Erklärungen und Kuriositäten nicht einmal bis zum 11. Juli zu viel.

Aber noch 53 Spiele bis dahin bedeuten auch: Es ist noch 53-mal vor dem Spiel. Das könnte der Abgrund sein.



Balkünstler aufgepasst: Wer das untere Leder liest und Tricks beherrscht, muss sich selbst probieren. Das Video mit Name und Adresse auf www.wilhelmshavenerfanmeile.de. Die Videos dürfen nicht länger als eine Minute und nicht größer als 10 MB sein. Zulässige Dateiformate: mpg, avi und wmv. Die besten Filme werden im Internet auf der Website www.wilhelmshavenerfanmeile.de und auf wozonline.de veröffentlicht. Eine Jury kürzt am Sonntag, 10. Juli, den Sieger.

Cross Media-Lösungen für örtliche Unternehmen

Ein wesentlicher Bestandteil bei der Konzeptionierung des lokalen Cross Media-Projekts ist die Integration von Plattform-übergreifenden Werbelösungen für die örtlichen Unternehmen. Im Online-Bereich wurden für die Unternehmen aus dem Gastronomie- und Veranstaltungssektor neben den Möglichkeiten klassischer Display-Werbung (Online-Banner etc.) Anzeigenlösungen entwickelt, die sich direkt an die Zielgruppe richten.

So verfügt der Internetauftritt Wilhelmshavener-Fanmeile.de u.a. über ein Gastronomie- und Veranstaltungsverzeichnis („Bars & Co.“). In diesem Verzeichnis können Premiumeinträge hinterlegt werden, die auf das Angebot zur Fußballweltmeisterschaft hinweisen. Die Einträge werden zusätzlich mit einer „GoogleMap“ verlinkt, die einen Überblick über WM-Veranstaltungen im Wilhelmshaven und Friesland gibt.

The screenshot shows the website interface with several key elements:

- Top Navigation:** Aktuell, Videos, Fotos, Veranstaltungen, Bars & Co., City Map, Twitter, Gästebuch, Impressum.
- Left Sidebar:** Sportbar, Restaurants, Diskotheken, Freizeitanlagen.
- Main Content Area:**
 - Bars & Co. Section:** Lists venues like Bonny's Diner, Müll, Bürgerhaus Schortens, Disco FUN / LOLLIPOP, and DUB-Quelle.
 - Advertisements:**
 - Public Viewing Tipp:** A red box highlights an advertisement for a public viewing tip at WM Arena, listing matches like Niederlande-Dänemark and Japan-Kamerun.
 - Skyscraper (Online-Banner):** A red box highlights a vertical advertisement for 'Alle Spiele live' and 'Pepper's Monate Angebot'.
 - Premiumeintrag:** A red box highlights a premium entry for 'DUB-Quelle' featuring 'Übertragung aller WM-Spiele'.

Werbelösungen auf Wilhelmshavener-Fanmeile.de

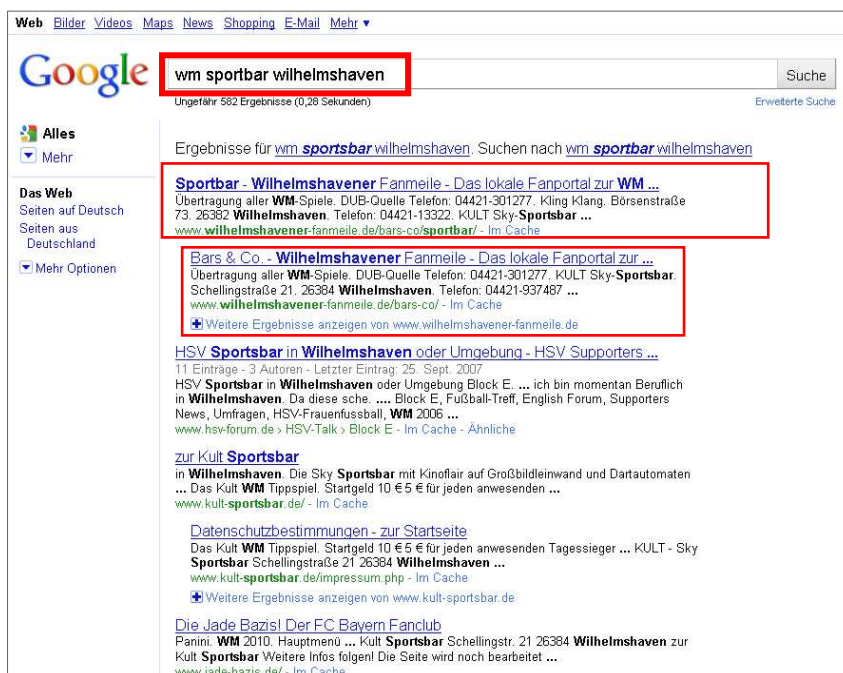
Foto: Screenshot

XMA Cross Media Awards 2010



Die „City Map“ zeigt den Besuchern, wo in Wilhelmshaven und Friesland WM-Partys stattfinden.

Veranstaltungsorientierung dank City Map. Foto: Screenshot



Durch die Ausrichtung des Fanportals auf das lokale WM-Geschehen, belegt das Portal bei den Suchanfragen über Google den ersten Platz. Besonders für die Anzeigenkunden bietet daher der Premium-eintrag eine attraktive und kostengünstige Werbelösung im Bereich der Online-Medien.

Auf Google belegt das Portal schon den 1. Platz. Foto: Screenshot

XMA Cross Media Awards 2010

Wilhelmshavener-Fanmeile.de

Das lokale Fanportal für Wilhelmshaven und Friesland im Internet

Fußball-Fieber

WILHELMSHAVEN, FRIESLAND – Neunzig Minuten, in denen nur ein zähl: Das runde Leder. Zwei Halbzeiten, in denen Mäner Gefühle zeigen und selbst Skeptiker zu Fußballfans werden: Es ist Weltmeisterschaft. Gemeinsam jubeln, zusammen leiden – das Fußball-Fieber verlässt vier Wochen lang die gesamte Nation. Und wo kann man es besser genießen, als auf den Fanmeilen der Region. Vor Großbildleinwand in Wilhelmshaven und Friesland wird gemeinsam gehöhlt und gehängt, nach dem Spiel geht es heftig zum Feiern auf die Stra-ßen. Wo diese Treffpunkte für WM-Fans sind, zeigt eine neue Internetseite der „Wilhelmshavener Zeitung“ – Wil-

helmshavener Fanmeile.de. Sie gibt ab sofort einen Überblick über alle Public-Viewing-Veranstaltungen und Gaststätten, in denen die Spiele bei der WM übertragen werden. In einem Verzeichnis finden sich Aktionen der Gastronomen. Auszüge aus Speisekarten geben einen Einblick in das Angebot während der Weltmeisterschaft. Auf Fotos können die Klatschblätter besprochen werden – damit die Entscheidung für den Fußballabend leichter fällt. Auf der virtuellen Fanmeile werden nach den Spielern außerdem Bilderreden und Videos der Veranstaltungen gezeigt. Besondere Deutschland-Looks, enthusiastische Fans oder einfach nur Partybilder von der gemeinsamen Fußballfeier: Unsere Fotografen und das Videoteam sind bei den Deutschlandspielen und vielen weiteren Partien beim Public Viewing in der Region im Einsatz. Aber die Fanmeile bietet mehr: Aktuelle Nachrichten und bunte Geschichten werden laufend aktualisiert. (Nicht ganz ernst gemeinte) Tipps sollen Frauen und Männern erleichtern, das jeweils andere Geschlecht während der WM zu verstehen und zu beeindrucken. Dazu gehören natürlich auch Part-Tipps für die Fanmeile und Strategien, um das

Fußballverständnis der Freundin zu wecken. Für Kicker bietet die Fanmeile noch einen besonderen Anreiz: Wer das runde Leder liebt und Tricks betrachtet, die selbst Profis vor Nöck erblassen lassen, kann sich als Ballkünstler der Region bewerben. Einfach die Balltricks filmen und das Video an meinvideo@wilhelmshavener-fanmeile.de schicken. Eine fachkundige Jury wird nach der Weltmeisterschaft den Sieger küren. Für iPhone-Besitzer bietet die Fanmeile während der Weltmeisterschaft noch einen besonderen Anreiz: Alle Videos rund um die WM-Veranstaltungen in der Region können über das App der „Wilhelmshavener Zeitung“ angeschaut werden. Dazu ist ein eigener Videobereich eingerichtet worden.

© Mehr Informationen unter wilhelmshavener-fanmeile.de/warrior.de/typen

© Mehr Informationen unter twitter.com/wilfanmeile



Meilen-Gezwitscher

Gezwitscher über die Weltmeisterschaft geht es ab sofort von der Wilhelmshavener Fanmeile. Mit dem Internetdienst Twitter (deutsch: Gezwitscher) schickt die Redaktion schick kurze Nachrichten – Aktuelle Informationen, Lustiges oder einfach nur bunte Mitteilungen. Lesen kann man die Meldungen – egal, ob auf dem Computer oder dem internetfähigen Handy. Der Vorteil: Die neuesten Meldungen der Wilhelmshavener Fanmeile landen sofort beim Leser. Mit Twitter (deutsch: Gezwitscher) bietet die Fanmeile aber noch mehr: Mitreden ist dort ausdrücklich erwünscht. Wer sich als Follower (deutsch: Anhänger) anmeldet, kann nicht nur Meldungen empfangen, sondern auch Nachrichten an uns senden.

© Mehr Informationen unter twitter.com/wilfanmeile

sport cramer
Monats-Subsottungen
- Sonderkonditionen -
Wir machen es möglich!
sport cramer
Telefon: 0 44 21 90 44 23
Wilhelmshavener Sportcenter
Hauptwegung Norddeutsche

Zur 3. Halbzeit in die
DUR-QUELLE
Bismarckstr. 231 Wilhelmshaven
Tel. 50 12 77

Aktion vom 11.06. - 11.07.2010
Tagesvorteilnehmern
Optimal-Reisen
Lufthansa
City Center
Bismarckstr. 231 Wilhelmshaven
Tel. 50 12 77

... immer
für Sie am Ball!
Stadt-Apothek
Tel. 50 12 77

Damit Sie auch sportlich
mithalten können!
Phara Fit
- mit uns wirds leichter!
Bismarckstr. 231 - Tel. 2 13 27
Grodenpassage - Tel. 50 97 50

MWN
Spezialmitte
Patenstr. 80 - 26382 WNW
Tel. 04421 / 26089
Internet: www.mwn-mittel.de

Echt
Weltmeisterlich!
ab 179,- €
friedo frier
Markstraße 32, 26302 Wilhelmshaven

„Musikcafé Hell Rock Romantik präsentiert“
WM-Live-Übertragung aller Spiele auf Großbildleinwand
im überdachten Biergarten
Anschließend Live-Musik mit Holger Kaiser
(dem Bullmann) und M&B
Für Alle, die Partystimmung lieben.
Vereinsparty! Sonntag, 13. 6. ab 12.00 Uhr
open End
Hookah, Lange Straße 21

Schlecker-Kassen
Tel. 0 44 21 73 53 53

KULT SPORTS BAR
0 44 21 - 93 74 87
Sonntag 13. Juni
Angebot 20.30 Uhr
Deutschland vs. Australien
Wer uns verpasst: Es gibt Sie
an jeder Kasse
alle Spiele der WM 2010
WILHELMSHAVENER ZEITUNG

„Steakhaus“
Großbildleinwand
zur WM im Akdeniz
Tel. 0 44 21 / 80 60 30
WM-Angebot
Steak oder Gyros, oder Hähnchenbrust
+ Salat + Obstsalat-Formen
+ ein 0,3 l Getränk oder ein Glas Wein 0,2 l
(Reservierung erwünscht)
Bei jedem 1er der deutschen Mannschaft gibt es 1 Glas Bier gratis!
* nur in der jeweiligen Lokation

NEU:
zusätzliche Arena
im Bonny's Diner!
bei jedem Spiel ohne deutsche Beteiligung gilt:
GOLDEN GOAL
ungarischer Spielstand = 0,3 l Bier halber Preis
(z.B. 1,60, 2,10, etc.) und unter mehr...

Die Anzeigenlösungen des Cross Media-Projekts sind eng mit den Printausgaben verzahnt. So können Anzeigenkunden, die auf den Online-Seiten werben, in der Tageszeitung im Umfeld der Wilhelmshavener Fanmeile werben.

Darüber hinaus ist mit Erreichen des Viertelfinales der Deutschen Nationalmannschaft die Veröffentlichung einer Beilage zur Wilhelmshavener Fanmeile in der Tageszeitung geplant.

Anzeigenkollektiv zur Fanmeile in der „Wilhelmshavener Zeitung“.

Foto: Ausgabe vom 12. Juni 2010

Ergebnisse

Eine detaillierte Auswertung ist zum jetzigen Zeitpunkt nur schwer möglich, da das Cross Media-Projekt **World Cup South Africa goes Local** erst am 11. Juni 2010 begonnen hat. Gleichwohl haben sich Leser und Online-Nutzer sowie örtliche Unternehmen bereits positiv geäußert.

1. Bessere Beziehungen zum lokalen Publikum (Feedbacks über verschiedene Online-Kanäle)

Mike B. (Samstag, 12 Juni 2010 22:59) / [Gästebucheintrag Wilhelmshavener-Fanmeile.de](#)

Super Portal! Weiter so!

Haben Wilhelmshaven & Friesland es mitbekommen? Die [#WilhelmshavenerZeitung](#) twittert für die Sportfans ab sofort als [@whvfanmeile](#) Welcome!
2:13 AM Jun 11th via web

Twitter-Kommentar vom 11. Juni 2010

2. Allzeit-Tageshoch bei den IVW geprüften Besucherzahlen für die Online-Angebote der „Wilhelmshavener Zeitung“

4.423 Besucher am 15. Juni 2010 (Quelle: INFOnline) / Ø tägliche Besucheranzahl im Monat April 2010: 2.375

3. Hohe Akzeptanz der lokalen Anzeigenkunden

Das Cross Media-Projekt der „Wilhelmshavener Zeitung“ findet auf Grund der vernetzten Werbemöglichkeiten großen Anklang bei den örtlichen Unternehmen. Bereits die Online-Werbebuchungen auf der Wilhelmshavener-Fanmeile.de führten zu einer frühzeitigen Refinanzierung der Online-Investitionen in dieses Projekt.

Die örtlichen Unternehmen signalisieren zudem die Bereitschaft, sich an kommenden Print-Online-Veröffentlichungen (z.B. Beilagen) zur Wilhelmshavener Fanmeile zu beteiligen.

Eine umfangreiche Auswertung des lokalen Cross Media-Projekts der „Wilhelmshavener Zeitung“ erfolgt Ende Juli 2010.