

Major League Baseball zwei Millionen Mal bei BURGER KING

In den Genuss eines King-Deals der besonderen Art kommen diesen Monat die Gäste des Fastfood Giganten BURGER KING: Bundesweit wird ihnen zusammen mit Pommes, Whopper und Getränk eine scharfe Prise MLB-Action präsentiert.

Rund zwei Millionen Mal wird der neue Major League Baseball Trayliner ab dem 25. September in sämtlichen BURGER KING Restaurants Deutschlands ausgeteilt. Hauptthemen sind dabei die anstehenden MLB Playoffs sowie die soeben zu Ende gegangene Spielzeit von Play Ball!. Das offizielle Nachwuchsprogramm



Der MLB Playoffs Trayliner liegt ab dem 30. September in sämtlichen BURGER KING Restaurants Deutschlands auf

der Major League Baseball vermochte in diesem Jahr neue Meilensteine zu setzen. Insgesamt nahmen zum ersten Mal über 140.000 Kinder aktiv an den verschiedenen Programmelementen Pitch, Hit & Run, Roadshow und Play Ball! Liga teil.

Höhepunkt des Trayliners ist schließlich das Gewinnspiel zur World Series 2005. Umrahmt von Informationen zu den MLB Playoffs gilt es für Baseballfans dabei, eine Frage zum alljährlichen Saisonhöhepunkt zu beantworten. MLB, BURGER KING und NEW ERA präsentieren den glücklichen Gewinner dann mit einer All-Inclusive Reise (Flug, Hotel, Tickets) zu den Spielen drei und vier der World Series 2005.

Teilnahmeschluss für das gleichzeitig auf www.burgerking.de, www.mlb-playball.de und im King Magazine anlaufende Gewinnspiel ist Samstag, der 8. Oktober 2005.

MLB wirft ein Auge auf München

Spielen die New York Yankees bald in München? Die bayerische Hauptstadt ist eine von sechs europäischen Metropolen, welche als Austragungsort einer MLB Serie in Betracht gezogen werden.



Wie Tokio 2004 soll auch München schon bald Schauplatz einer MLB Serie werden

Wie Senior Vice President Paul Archey am Rande der Baseballweltmeisterschaft in Holland erklärte, ist Major League Baseball sehr daran interessiert, Regular Season Baseballspiele bereits ab 2007 nach Europa zu bringen. Was München dabei besonders attraktiv macht, ist die ständige Entwicklung der amerikanischen Traditionssportart in Deutschland. Außerdem verfügt das Münchner Olympiastadion als eine der wenigen Sportstätten in Europa über die speziellen, für ein Baseballspiel notwendigen Maße.

In den vergangenen Jahren organisierte Major League Baseball bereits einige Male Spiele fernab der Heimat. 2004, zum Beispiel, bestritten die New York Yankees und die Tampa Bay Devil Rays das offizielle Saisonöffnungsspiel in Tokio.

Weltmeisterschaft in Holland ein Publikumsmagnet

Mit einem Sieg der Nationalmannschaft von Kuba endete letzten Samstag die 36. Baseball-Weltmeisterschaft in den Niederlanden. In den zwei Wochen davor bewies das Turnier eindrücklich, das Baseball auch in Europa über eine immer größer werdende Fangemeinde verfügt.

Egal ob in Rotterdam, Amsterdam oder Eindhoven - Baseball war in unserem westlichen Nachbarland in den vergangenen beiden Wochen omnipräsent. Sieben Fernsehstationen, rund ein Dutzend Radiosender und so bekannte

Tageszeitungen wie De Telegraaf oder Algemeen Daagblad berichteten täglich ausführlich über die insgesamt 83 Spiele. Auch in den Stadien selbst, waren gute Plätze



Simply the Best: Weltmeister Kuba

heiß begehrt. Inklusive dem Endspiel, waren zehn Spiele ausverkauft. Als größter Zuschauer magnet entpuppten sich dabei die Gastgeber, welche acht ihrer elf Spiel vor vollem Haus bestreiten durften. Insgesamt besuchten 135.000 Zuschauer die fünf Stadien in Rotterdam, Amsterdam, Haarlem, Almere und Eindhoven.

Die nächste Baseball-Weltmeisterschaft findet 2007 in Taiwan statt. Dann wird sich auch die deutsche Nationalmannschaft zum allerersten Mal mit den Besten der Welt messen dürfen.

...auch die MLB Roadshow war dabei

Mit Sack und Pack - sprich den drei Eventmodulen „Homerun Hitter“, „Power Pitcher“ und „Discovery Zone“ trug auch die MLB Roadshow zum großen Erfolg der Weltmeisterschaft in den Niederlanden bei. Im Verlauf der vergangenen zwei Wochen nutzten über 40.000 Besucher an den verschiedenen WM-Spielorten die Möglichkeit, allerlei Interessantes über Major League Baseball zu erfahren.

Bundesweit tritt die MLB Roadshow jedes Jahr von Ende April bis Oktober in Erscheinung. Bei Auftritten in mehreren deutschen Metropolen, bei Großveranstaltungen und Sportevents kommen dabei bis zu 300.000 Menschen mit der Marke MLB in Kontakt.

Auf Anfrage kann die interaktive Baseball-Tour zusätzlich auch für private Zwecke genutzt werden.



Sich einmal in die Haut eines MLB Spielers versetzen: die MLB Roadshow macht's möglich

Fragen, Anregungen oder Kommentare zu den MLB Marketing News? Wir freuen uns auf Ihr Feedback.

Major League Baseball Deutschland
ITMS Sports
Frankfurter Landstraße 15
61231 Bad Nauheim

Patrick Fischer
Tel. 06032 / 345-918
Fax 06032 / 345-929
patrick.fischer@itmssports.de