



The digital fan

Supporter & opponent in one person

2015 EHF Club Management Seminar

28 May 2015

Dr Stefan Walzel



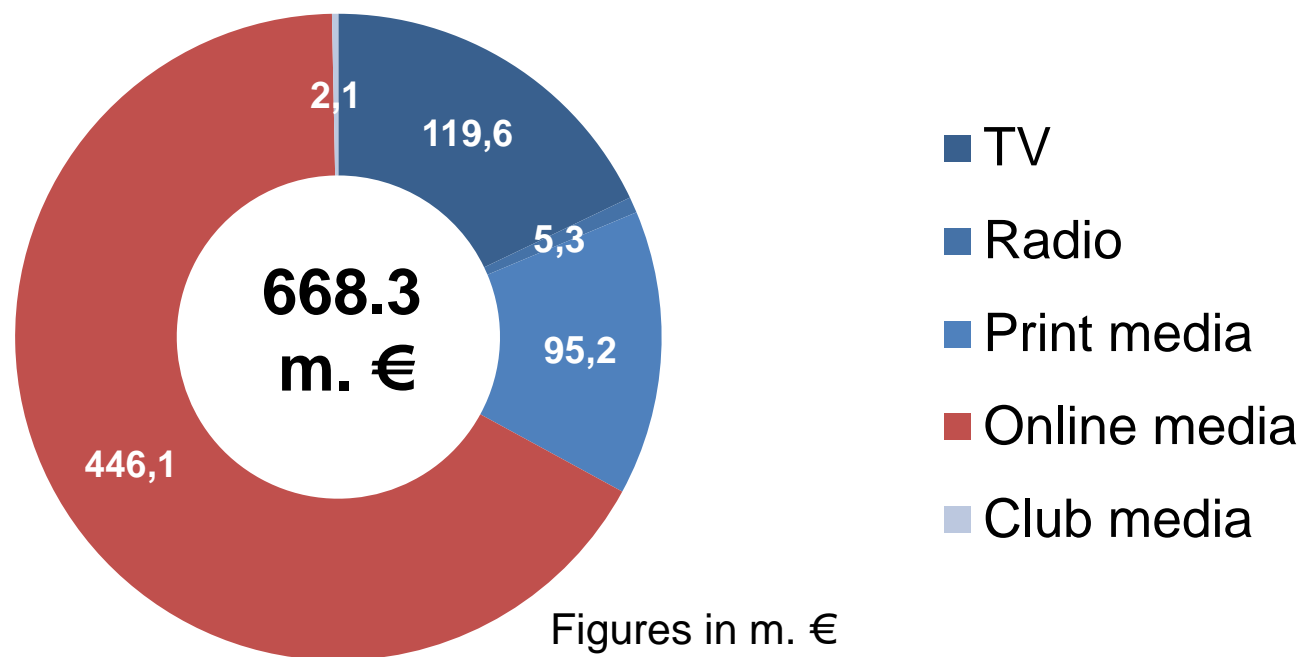




- 1) *Where do you see the relevance of the topic for handball management?*
- 2) *How would you justify additional investments in digital media communication?*

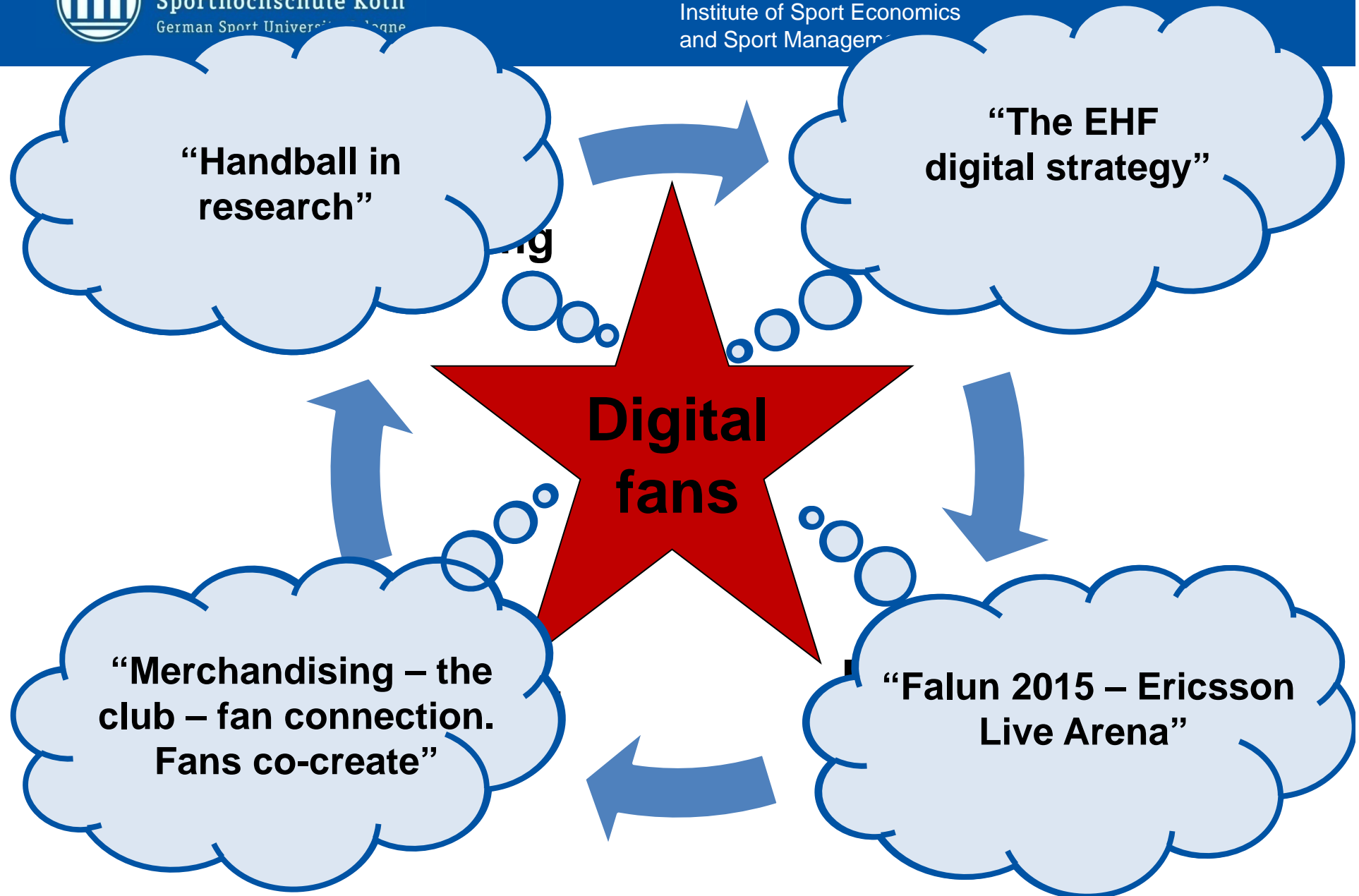


MEDIA VALUE - SEASON 2014/15



Two-thirds of the media value (446.1 M Euros) of a German Bundesliga Club comes from online media.







WHAT

Ansicht Chronik Lesezeichen Extras Hilfe

ps://www.facebook.com/thwhandball?fref=ts

THW Kiel

Frank K. Stein
Gestern um 19:34

Wer hat noch nicht, wer will nochmal, 2 Karten für das Final Four sind übrig. Block 220 Reihe 5, bei Interesse bitte PN.

Gefällt mir · Kommentieren

THW Kiel
24. Mai 2014 · Kiel ·

Der THW Kiel wird zum 19. Mal Deutscher Meister

24. Mai 2014 hier: Sparkassen-Arena

In einem der dramatischsten Bundesliga-Finals der Handball-Geschichte sichert sich der THW Kiel im Fernduell mit den Rhein-Neckar Löwen den 19. Meistertitel. Am Ende haben die Kieler nur zwei Tore Vorsprung auf den punktgleichen Vizemeister.

Deutscher Meister 13/14

1.531 Personen gefällt das.

21 weitere Kommentare anzeigen

Klaus Bunsen A NEVER ENDING STORY "THW KIEL"

28. Mai 2014 um 10:20 · Gefällt mir

go Butz Die Macher von der SAP-Löwen Seite sind ja ganz arme Lichter. Da breicht man die Wunden, dass deren Fans ganz schlechte Verlierer

Ansicht Chronik Lesezeichen Extras Hilfe

THW Kiel

28.07.2014: KN-Interview mit Thorsten Storm: "Ich werde auf die THW-Fans zugehen"

Kiel. Anfang Juni sorgte Handballmeister THW Kiel mit der Verpflichtung von Manager Thorsten Storm...

59 Personen gefällt das.

1 geteilter Inhalt

Andre Schorath Hoffe er verlässt sich

28. Juli 2014 um 21:34 · Bearbeitet · Gefällt mir · 6

Lars Fischer Wenn er auf mich zu geht, weiche ich aus!

28. Juli 2014 um 21:35 · Gefällt mir · 6

Burghard Gaede Ich werde seine Art und Weise was er dem THW, in letzten Jahren angetan hat nie verzeihen. Die treu wegen unserer Mannschaft und unserem Trainer der Welt.

28. Juli 2014 um 21:38 · Gefällt mir · 17

Monika Hufen er kann weg bleiben, wer braucht ihn schon??????

28. Juli 2014 um 21:41 · Gefällt mir · 6

Matthias Mannott Thorsten Storm, vergiss es, manche Dinge verzeihen Fans nicht, bleib einfach weg.

28. Juli 2014 um 21:43 · Gefällt mir · 13

Burghard Gaede genau bleibe fern aus Kiel

28. Juli 2014 um 21:53 · Gefällt mir · 2

Sylvia Wendt Ja, da muss der Herr Storm wohl nen zehnten, wenn die THW-Fans alle schreien raus nehmen

28. Juli 2014 um 22:05 · Gefällt mir · 3

Ansicht Chronik Lesezeichen Extras Hilfe

THW Kiel

Freitag, 5. Juni 2015 um 20:15 Uhr

204 Gäste

BEITRÄGE AUF DER SEITE

Birgit Bill Huster
Gestern um 20:29

Final4 EHF Handball CL bei uns auf Leinwand. Samstag 15.16 Barcelona. Mehr anzeigen

Gefällt mir · Kommentieren

Frank K. Stein
Gestern um 19:34

Wer hat noch nicht, wer will nochmal, 2 Karten für das Final Four sind übrig. Block 220 Reihe 5, bei Interesse bitte PN.

Gefällt mir · Kommentieren

Rishanda Häusser
Gestern um 19:30

Hallo Liebe Facebook Gemeinde. Ich versuche auf diesem Weg meinen ä... Mehr anzeigen

Gefällt mir · Kommentieren

WURDE VON DIESER SEITE MIT „GEFÄLLT MIR“ MARKIERT

EHF Champions League · Gefällt mir

famila familia Nordost · Gefällt mir

WARSTEINER · Gefällt mir

Deutsche Sporthochschule Köln · Impressum/Lieferungsbedingungen · Cookies · Werbung · Datenschutzinfo · Mehr · Facebook © 2015



AGENDA

1 Introduction to the topic and seminar

2 Choosing the right lens

3 Theoretical fundament

4 Conclusion and outlook



AGENDA

1 Introduction to the topic
and seminar

2 Choosing the right lens

3 Theoretical fundament

4 Conclusion and outlook



DEFINING THE DIGITAL SPORTS FAN

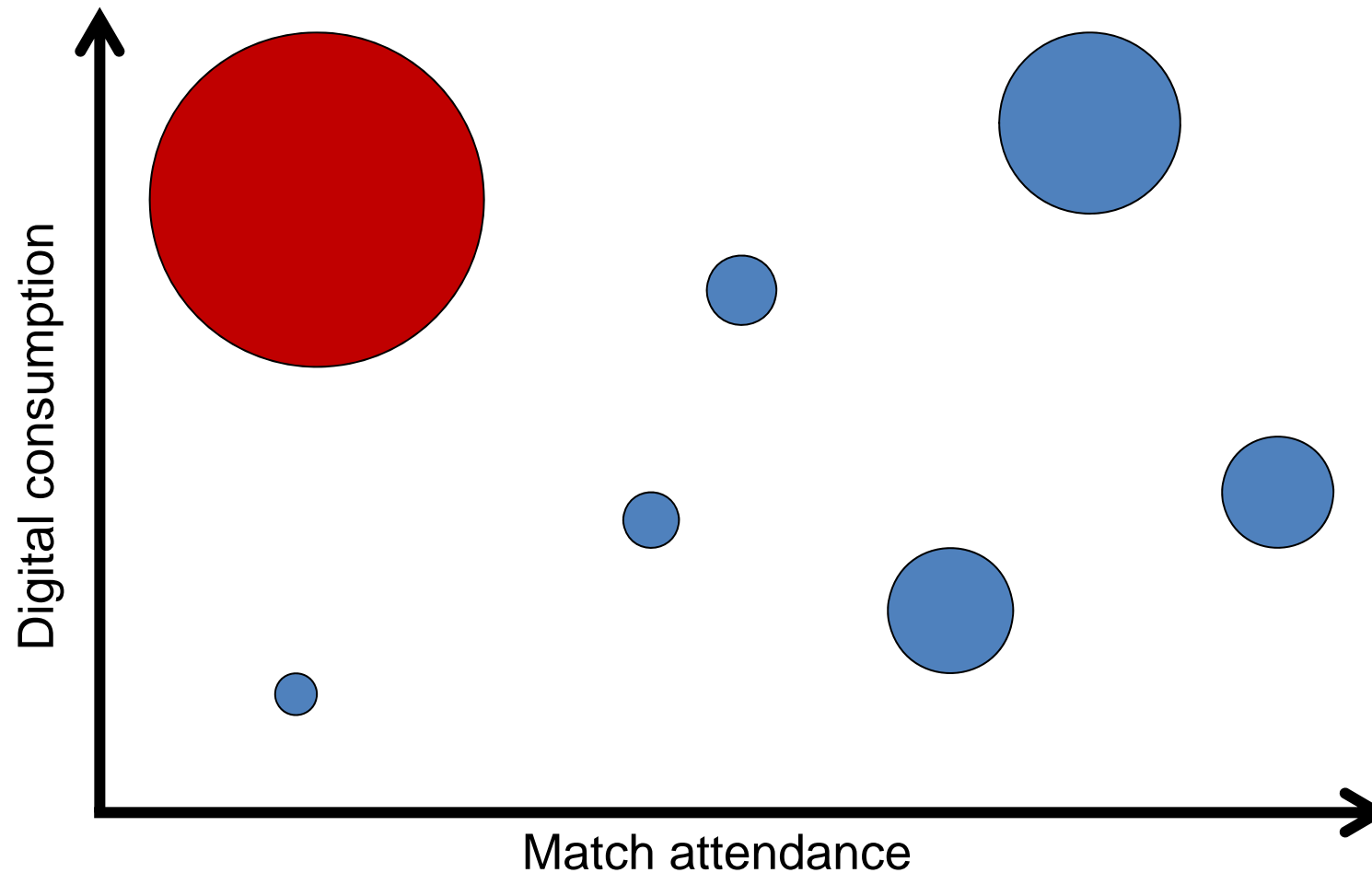
How you describe a digital fan, and what distinguish a digital fan from a „normal“ fan?



A digital sports fan is a person who is enthusiastic about sports, a certain sport, a certain sports club, a certain sports men or women and/or a certain sports league, and follows the events via online media platforms.

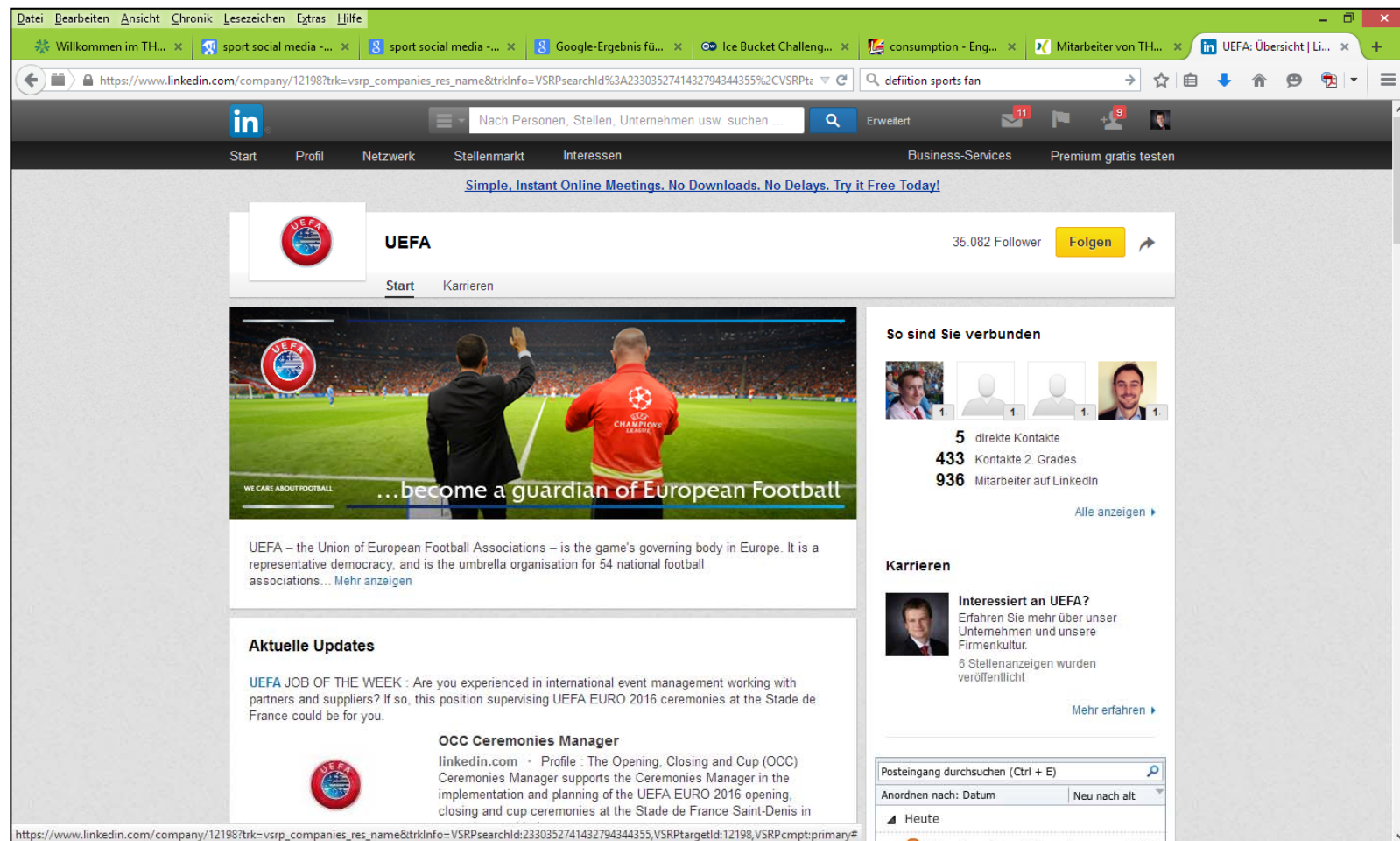


TYPES OF DIGITAL SPORTS FANS



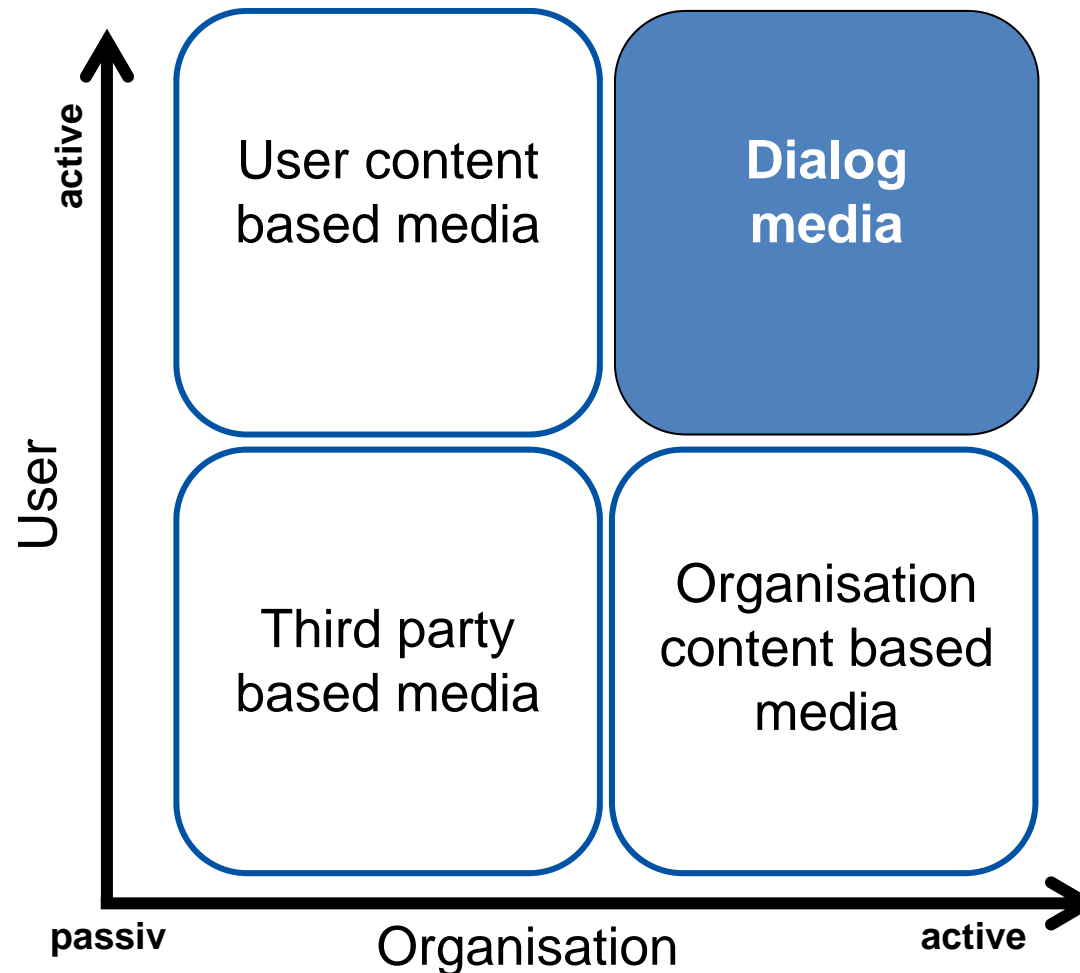


B2C AND B2B





DIGITAL MEDIA STRATEGIES





AGENDA

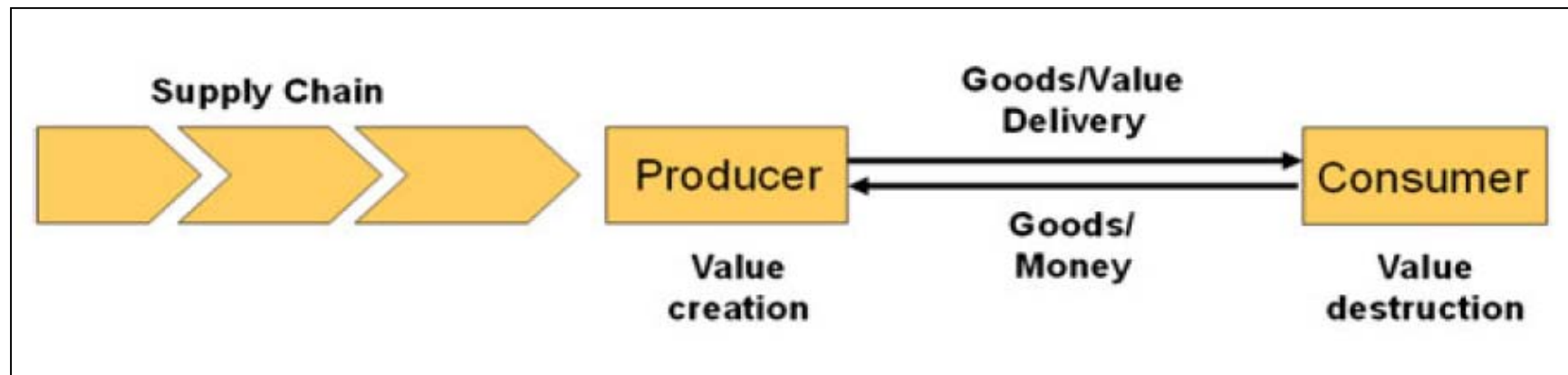
1 Introduction to the topic
and seminar

2 Choosing the right lens

3 Theoretical fundament

4 Conclusion and outlook

GOODS DOMINANT LOGIC (GDL)



Woratschek, Horbel & Popp, 2014, 8

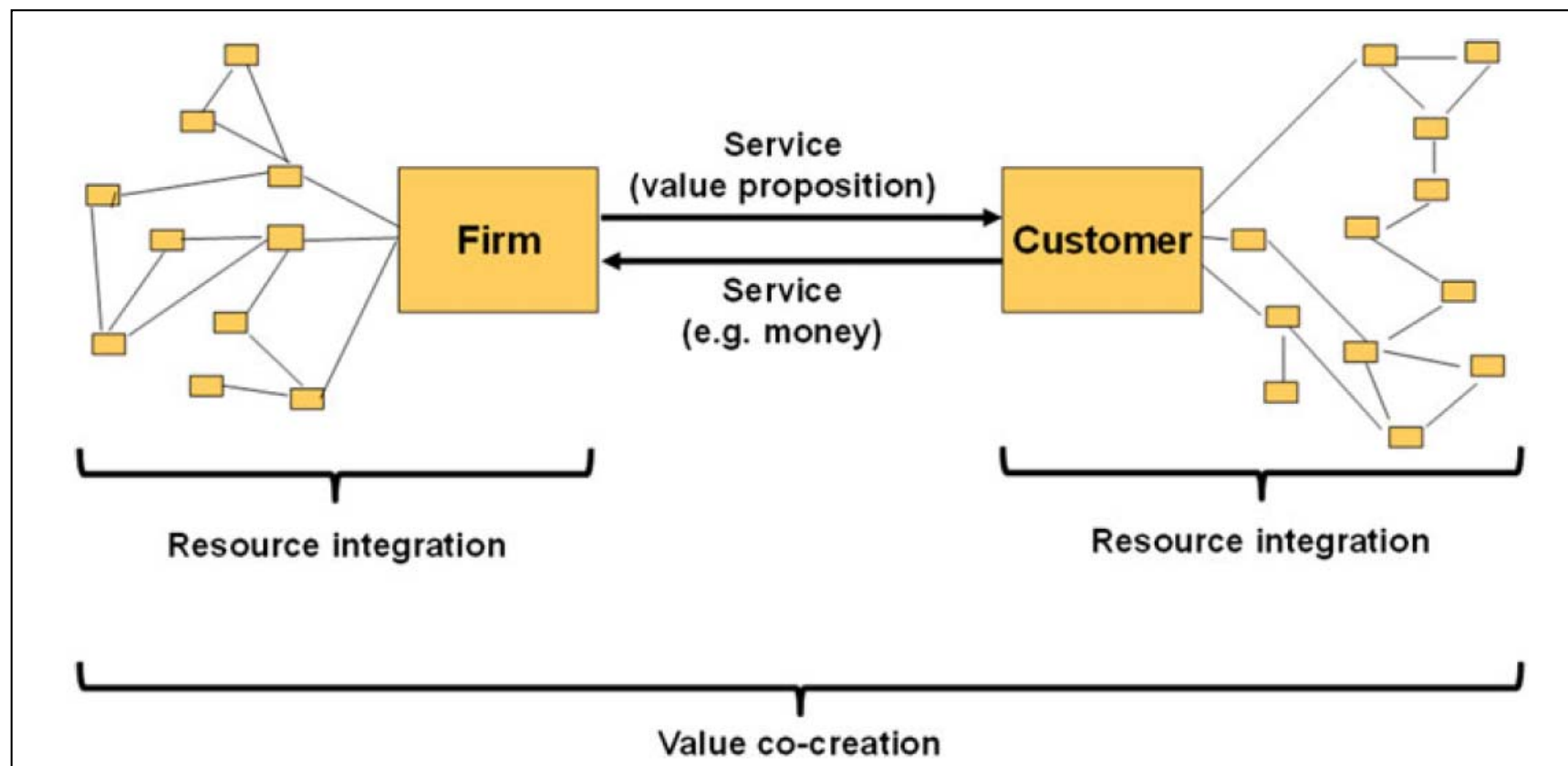
- „Value“ is created through producing and selling a good
- Goods are products as well as services
- Integrating external factor (customer) – Customer buys, consumes and destroys the „value“ → value-in-exchange („value“ = price)



SERVICE-DOMINANT-LOGIC

1. „... services as the application of specialized competence (knowledge and skills) through deeds, processes, and performances for the benefit of another entity or the entity itself.” (Vargo & Lusch, 2004, 2)
2. Goods are forms of distributing services
3. Customer's view is the centre, not the producer's one
4. Knowledge is the source for competitive advantages
5. „this shift in the primacy of resources has implications for how exchange processes, markets, and customers are perceived and approached” (Vargo & Lusch, 2004, 3)

VALUE CO-CREATION IN SDL



Woratschek, Horbel & Popp, 2014b, 13



SPORT VALUE FRAMEWORK (1/2)

- Applying SDL approach with considering the special features of sports (goods, markets, supply, demand)
- Criticism on previous sport management concepts: lack of explaining mutual working cooperation between sport organisations (Parent & Hervey, 2009) and customers/consumers (e.g. fans)

→ Providing a platform for „value co-creation“



SPORT VALUE FRAMEWORK (2/2)

| | | |
|-------|--|---|
| FP 1 | Sporting activities are the core of sport management. | <div>Nature of Exchange</div> <div>Intra-Level</div> <div>Micro-Level</div> <div>Meso-Level</div> |
| FP 2 | Service is the fundamental basis of exchange in sport. | |
| FP 3 | Sport goods (products and services) are vehicles for service provision. | |
| FP 4 | Firms and customers can only offer value propositions. | |
| FP 5 | Sport firms create value propositions mainly in the configuration of a value network. | |
| FP 6 | Sport customers co-create value primarily by integrating resources from their social groups. | |
| FP 7 | Value is always co-created by firms, customers and other stakeholders. | |
| FP 8 | Co-created value is always value-in-use. | |
| FP 9 | Co-created value is always value-in-context. | |
| FP 10 | The role of firms, customers and other stakeholders is to integrate the resources of their specific networks to co-create value. | |

Woratschek, Horbel & Popp, 2014, 19



AGENDA

- 1 Introduction to the topic
and seminar
- 2 Choosing the right lens
- 3 Theoretical fundament
- 4 Conclusion and outlook**



CONCLUSION & OUTLOOK

- **Digital fans are of great value in many views**
- **Online media offer great potentials from the marketing perspective – clear strategy and professional management are necessary**
- **Providing and managing the digital platform is the challenge and key to success**
- **If you do not do it, your competitors will do it definitely.**



Thank you very much for your attention





EUROPEAN HANDBALL MANAGER (1/3)

- Fact: Further increased significance of economic aspects in handball
- Aim of the new and unique programme: to provide the participants with a professional development course which meets modern market needs in this field
- Part-time programme over 12 months with 250 lessons units (self-study and attendance phases)





EUROPEAN HANDBALL MANAGER (2/3)

- Interdisciplinary approach (economics, law, communication, psychology)

5 Modules:

- 1) Economic & legal requirements of team sport
- 2) Team sport governance & handball management
- 3) Sport marketing and sponsorship
- 4) Financing and licensing
- 5) Media and communication training

Some participants

2015/16:

- **Grit Jurack**
- **Henning Fritz**
- **Christian Fitzeck**
- **Axel Geerken**
- ...



EUROPEAN HANDBALL MANAGER (3/3)

- First intake for English version: 2016/17
- Application deadline: 30th April 2016
- Max. 20 participants
- 16 days of attendance (incl. exams)
- Programme fee: 5,000 Euro

www.dshs-koeln.de/ehm





*Thank you very much for your attention and
please feel free to contact me anytime ...*



Dr. Stefan Walzel

walzel@dshs-koeln.de

Phone +49 221 4982-6093

<https://de.linkedin.com/pub/stefan-walzel/66/62/462>