

PR-COUP BEI SCHLAG DEN HENSLE

HesherBall wenige Wochen nach Beteiligung mit TV-Präsenz zur Prime Time!

Mit der BITO Lagertechnik GmbH stieg Mitte Mai ein Global Player aus Rheinland-Pfalz bei der Headis GmbH ein. Wohlwissend, dass Headis seit Jahren immer wieder für Aufsehen im deutschen und internationalen TV sorgt. Die Funsportagentur umfasst zwei Marken: Headis und HesherBall. Im Wesentlichen ist Headis Tischtennis mit dem Kopf und HesherBall ist Billard mit der Hand. In beiden Fällen wurde das Spiel simpler und deutlich spektakulärer gemacht. Mediales Highlight dabei waren zwei eigene „TV Total Headis Spezial“-Sendungen mit Stefan Raab.

„Noch während der Live-Sendung auf Pro7 wurden hunderte Sets vorbestellt“, berichtet René Wegner (Geschäftsführer HEADIS). „Nach ein paar Minuten versteht man wie das Spiel funktioniert und schon beim Zusehen bekommt man Lust es auszuprobieren und die Kugel einzulochen, außerdem kann man es praktisch überall spielen.“, erklärt Wegner den Erfolg.

DER ERFOLG KOMMT NICHT VON UNGEFÄHR

Pro7 hat mal wieder früh einen Trend erkannt und gefördert, sogar bereits wenige Wochen vor dem Verkaufsstart. Doch der Erfolg kommt nicht von ungefähr. Wegner, der am Samstagabend in der Sendung als Schiedsrichter fungierte, ist kein Unbekannter. Mit seinem Funsport Headis war er bereits acht Mal bei Pro7 zu Gast. „Seit 2008 besteht ein sehr guter Kontakt zu Brainpool und Pro7. Damals wurden wir mit Headis zu TV Total eingeladen, als gerade der Headis Ball herausgekommen ist. Fast so wie heute mit HesherBall“, erklärt Wegner.

Mit Headis hat sich das fünf Mann starke Gründerteam aus Kaiserslautern einen Namen gemacht. Da die Anfragen zum ursprünglichen Hobby so viel geworden sind, dass sie nur noch mit professionellen Strukturen zu bearbeiten waren, wurde 2012 gegründet. Heute ist aus der Headis Trendsports UG von damals die Headis GmbH geworden, längst gibt es einen Weltverband und internationale Franchiser u.a. in Japan, China und Australien. Weit über 500 Millionen Klicks in den sozialen Netzwerken in den vergangenen Jahren sowie unzählige TV-Auftritte in der ganzen Welt sprechen für sich. Der unabhängige Anbieter für Insights und Analysen der Sportbranche Nielsen Sports hat einen Werbewert für die Videos von Headis für das Jahr 2016 im mittleren 7-stelligen Eurobetrag berechnet.

Die geschäftliche Komponente geht dabei immer mit extrem hohem Spaßcharakter einher. Verkleidete Spieler bei den offiziellen Weltcupturnieren sind an der Tagesordnung. „Uns ist es sehr wichtig Spaß und Professionalität zu verbinden. Daher können wir mit z.B. Arsenal London, Citroën, Borussia Dortmund oder TAG Heuer zusammenarbeiten“, zeigt sich Wegner zufrieden. „Frau Bittmann von BITO hat das riesige Potenzial sehr schnell erkannt und die gemeinsamen Schnittstellen machen BITO zu einem großartigen Partner für die Zukunft“.

Die Ecken des HesherBall-Sets wurden durch die Hilfe von BITO noch weiterentwickelt und in Serie gefertigt. Die BITO Lagertechnik GmbH ist ein Familienunternehmen aus Meisenheim in Rheinland-Pfalz, das weltweit mit über 1000 Mitarbeitern tätig ist. In erster Linie beschäftigt man sich in Meisenheim mit Systemen der Lagertechnik für die ganze Welt, doch auch der Zugang zur deutschen und internationalen Startup-Szene wird aktiv hergestellt. „Mir ist es wichtig mit jungen Leuten zusammenzuarbeiten, die eine Vision haben und immer weit über den Tellerrand hinausschauen. Bei Headis stimmen die Voraussetzungen dafür, dass die schnelle Entwicklung noch weiter geht – da bin ich mir sicher. Daher haben wir uns über die inhaltliche Zusammenarbeit hinaus für eine langfristige Partnerschaft, auch in Form einer finanziellen Beteiligung entschieden. Das Team hat bewiesen, dass es neue Ideen erfolgreich an den Markt bringen kann“, erklärt BITO-Gesellschafterin Sabine Bittmann.

Im ersten Schritt liegt die Beteiligung im niedrigen 6-stelligen Bereich. Die zweite Runde der BITO-Beteiligung, die noch dieses Jahr ansteht, wird bereits verhandelt.

HÄNDLER IN DEN USA, INDIEN, SÜDAFRIKA UND EUROPA STEHEN BEREIT

Bereits im Januar wurde HesherBall als Finalist des ISPO Brandnew Awards ausgezeichnet. Die ISPO ist die weltweit größte Messe der Sportartikelindustrie. Dort haben der Bayern-Star Javi Martinez oder Halldór Helgason (einer der besten Snowboardfahrer der Welt) bereits HesherBall gespielt, aber auch internationale Händler sind auf die neue Spielidee aufmerksam geworden. „Wir stehen mit Händlern aus den USA, Indien, Südafrika und ganz Europa in Kontakt und haben schon einige internationale Vorbestellungen erhalten. Die USA ist gerade verrückt nach Tabletop Games“, berichtet Wegner. Gespannt darf darauf geblickt werden wie es für HesherBall weitergeht. „Bei Headis hätte vor zehn Jahren niemand daran gedacht, wo wir heute stehen. HesherBall profitiert von unseren Erfahrungen und Kontakten und ist im Vergleich schon um



Jahre weiter als Headis zum gleichen Zeitpunkt. Wir sind fest überzeugt, dass wir mit BITO zusammen schnell auf den Markt kommen und dort überzeugen. Der Verkaufsstart ist für August angesetzt“, so Wegner.