

07.02.2025

Bonus-Sieg für FC Bayern Basketball beim REWE Game Day

Für die Fans des FCBB veranstaltete REWE als Game Day Presenter einen EuroLeague-Abend der Extraklasse

Autor:in

Bianca Mittrach

Referentin Unternehmenskommunikation



Das Heimspiel des FC Bayern Basketball gegen LDLC ASVEL Villeurbanne im SAP Garden wurde von REWE Bonus präsentiert. (Copyright: REWE // Johannes Ritter)

Am Donnerstag, den 06.02.2025, drehte sich beim EuroLeague-Spiel des FC Bayern Basketball gegen die französischen Gäste LDLC ASVEL Villeurbanne diesmal nicht nur alles ums Punkten. Als Platin-Partner des FCBB präsentierte REWE den Spieltag unter dem Motto „Euros statt Punkte sammeln“ und bewarb im Rahmen des Basketballspiels das neue Vorteilsprogramm REWE Bonus.

REWE Bonus – das neue Vorteilsprogramm

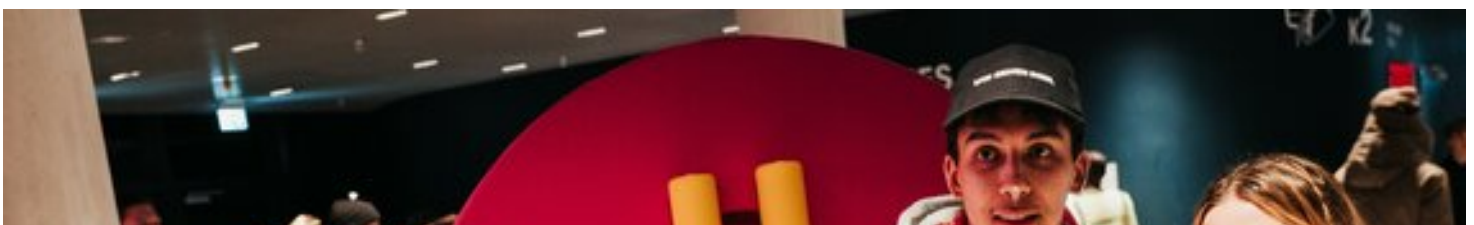
Vor rund 11.200 begeisterten Zuschauer:innen im SAP Garden stand das innovative Bonusprogramm im Mittelpunkt, mit dem Kund:innen Guthabenbeträge direkt in Euro in der REWE App sammeln können und für ihren Einkauf belohnt werden. Diese neue Euro-Mechanik ist bisher einzigartig im deutschen LEH. Dafür hat REWE zusammen mit dem Programmnamen REWE Bonus eine neue Brand innerhalb der REWE Welt geschaffen – inklusive des Characters „Bo“, der mit seinem farbstarken Design auch im SAP Garden auftrat. Gemeinsam mit dem Bayern-Maskottchen Ben verteilte Bo T-Shirts und posierte für Fotos. Zusätzlich wurde REWE Bonus auf digitalen Bildschirmen, der LED-Bande, den Klatschpappen und durch eine Promotion-Aktion beworben.



An dem Spieltag wurde REWE Bonus bei den Zuschauer:innen des Basketballspiels vielfach beworben. (Copyright: REWE // Johannes Ritter)

„Schmiddi Schmeckts“ live vor Ort

Vorab wurde der REWE Game Day groß über Social Media beworben. Der Influencer Tizian Schmid, unter dem Namen „Schmiddi Schmeckts“ bekannt, probierte in einem Münchner REWE Markt Produkte seine Lieblingsprodukte und verlost VIP-Courtside-Tickets sowie Plätze im REWE Familienblock für das Spiel an seine Community. Während des Spiels testete er live via TikTok das Catering im SAP Garden und zog sein vertrautes Fazit: „Schmiddi schmeckts, aber wo schmeckt es am besten? Im REWE!"





Influencer Tizian Schmid, unter dem Namen „Schmiddi Schmeckts“ bekannt, berichtete live via TikTok. (Copyright: REWE // Johannes Ritter)

REWE Courtside-Kids: Ein einmaliges Erlebnis

Bei der Partnerschaft mit dem FC Bayern Basketball setzt REWE auch besonders Fokus auf die Jugend, um ihnen schon in jungen Jahren die Wichtigkeit von Sport, Bewegung und Ernährung nahe zu bringen. Deshalb durften auch die kleinen Fans im Mittelpunkt stehen: über Social Media gewann das Jugendteam „München Baskets U12“ die Teilnahme als REWE Courtside-Kids. Dabei durften sie am Spielfeldrand das Aufwärmen der Profis beobachten und im Anschluss vor großem Publikum selbst Körbe werfen. Nach dem Spiel das große Highlight: Erinnerungsbilder und Autogramme im Spielertunnel mit den FCBB-Spielern – ein Augenblick, den die jungen Basketballer nie vergessen werden.





Die REWE Courtside-Kids wurden alle mit Trikot und Fan-Schal ausgestattet. (Copyright: REWE // Johannes Ritter)



Vom Spielfeldrand aus durften sie das Aufwärmen der Basketballprofis live beobachten. (Copyright: REWE // Johannes Ritter)

Ein Hauptgewinn der Extraklasse

In der Halbzeitpause sorgte das REWE Bonus-Quiz mit einem Hauptgewinn der Extraklasse für Begeisterung bei den Zuschauer:innen: ein 1.000 Euro REWE Einkaufsgutschein. Dafür beantworteten die Teilnehmenden Quizfragen zum FCBB und zu REWE über ihr Smartphone. Auch die Plätze 2 bis 5 blieben nicht ohne Belohnung: Neben REWE Einkaufsgutscheinen im Wert von 250 und 100 Euro erhielten die Gewinner:innen die begehrten FCBB Garden Jerseys.

Sieg für den FCBB: Essenzielle Zähler im Playoff-Rennen

Der deutsche Double-Gewinner demonstrierte über das Spiel hinweg seine Stärke: Mit 76:67 setzte sich der FC Bayern Basketball klar gegen die französischen Gäste durch und bestätigte seine Ziele im Rennen um die EuroLeague-Playoffs. Nur noch acht Partien liegen vor dem Team bis zur Endrunde.



Influencer "Schmiddy schmeckts" promotete vorab den Spieltag und verlost Tickets über seine Social Media-Accounts. (Copyright: REWE // Jana Herbert)



Promoter erklärten den Basketballfans die REWE App und wie sie Guthaben mit REWE Bonus sammeln können. (Copyright: REWE // Johannes Ritter)

