



CZECH REPUBLIC

29.6

JACQUES LEMAY  
SPILT: 0.5  
SPILT: 24.9

STIHL  
TIMBERSPORTS  
LIEBHERR

The Amarak.

LIEBHERR

LIEBHERR

LIEBHERR

# ECHE BEGEISTERUNG



Begeisterte Fans, ausverkaufte Arenen und der positive Image-Transfer auf STIHL – mit der TIMBERSPORTS® Series hat STIHL eine Plattform geschaffen, die die Marke mit Emotionen auflädt. Ein Blick hinter die Kulissen der weltweit bedeutendsten Wettkampfsere im Sportholzfällen.

Leidenschaft, Ehrgeiz, Kraft und die richtige Technik sind die Erfolgsgeheimnisse der TIMBERSPORTS®-Athletinnen und Athleten. Normalerweise jubeln ihnen bei den Wettkämpfen tausend begeisterte Zuschauerinnen und Zuschauer zu. Pandemiebedingt fanden die Wettkämpfe zuletzt jedoch ohne Publikum statt. Weniger spannend macht sie das nicht.



**D**ie Anspannung ist spürbar. Mit verschränkten Armen steht er vor der Bühne, den Blick starr auf das nur wenige Meter von ihm entfernte Geschehen gerichtet: Späne fliegen, Sägen zerteilen im Sekundentakt Baumstämme, Äxte werden geschwungen. Szenen, die für den Österreicher Erich Rettenmoser seit 2010 nicht nur zu seinem Berufsleben gehören. Es ist eine echte Herzensangelegenheit. Denn das Sportholzfällen – vielmehr die Königsklasse dieses Sports – hat ihn in seinen Bann gezogen. Inzwischen ist er als Bühnenmanager dafür verantwortlich, dass bei den Wettkämpfen wirklich jeder immer zur richtigen Zeit am richtigen Ort ist und alles wie am Schnürchen läuft.

Von seiner Tiroler Heimat abgesehen gibt es für ihn kaum einen besseren Ort als die Kulissen der STIHL TIMBERSPORTS® Series: „Es ist ein bisschen wie eine Sucht. Es ist viel Arbeit, aber es gibt kaum etwas Besseres.“ So hat er inzwischen entscheidenden Anteil daran, dass die Wettkämpfe nicht nur weltweit immer beliebter werden, sondern auch immer besser. Als detailverliebter Perfektionist, wie er sich selbst beschreibt, möchte er „immer etwas anders machen als die anderen“. Daher gibt es seit acht Jahren für den Einzel-Weltmeister eine Trophäe, die jährlich individuell von einem Goldschmied angefertigt wird.



MEHR ALS

**791**

MILLIONEN MENSCHEN WELTWEIT wurden über die Berichterstattung zu TIMBERSPORTS® über verschiedene Kanäle erreicht.



**»Für uns ist  
TIMBERSPORTS®  
zu einem echten  
Familiengeschäft  
geworden. Alle  
machen mit. Es ist  
unser Leben.«**

**SJUUL JANSEN (21),**  
verantwortlich für Videotiming und die  
allgemeine Wettkampfkontrolle

Sjuul Jansen ist verantwortlich für das Zeitnahme-System und wirkt in der Schaltzentrale für die Wettkampfkontrolle hinter den Kulissen. Dort hat der 21-jährige Niederländer alles im Blick. Seit er zwölf Jahre alt war, gehört er zum Team. Sein Vater Bart Jansen ist ein echtes TIMBERSPORTS®-Urgestein und nahm den Sohn damals mit zum Wettkampf – er durfte die Musik einspielen. Später waren es die Drohnenaufnahmen und heute ist er als Schiedsrichter für die Wettkampfkontrolle per Video zuständig. Weil sein Vater bereits so lange dabei ist, gab es für Sjuul kaum eine andere Wahl: „Bei uns daheim dreht sich eigentlich immer alles um STIHL oder den Sport.“ Dabei ist er kaum noch zu Hause, mehr als die Hälfte des Jahres ist er für TIMBERSPORTS® unterwegs. Neben seinem Vater ist auch sein jüngerer Bruder dabei, seine Mutter kümmert sich um den Papierkram, bucht Reisen und organisiert. Nur seine Schwester beschwert sich manchmal, dass es kein anderes Thema gibt. Aber: „Für uns ist TIMBERSPORTS® mehr als ein Job, es ist unsere Passion und Lebensgefühl zugleich.“

#### **LANGE TRADITION, NEU INTERPRETIERT**

Das Sportholzfällen besitzt eine Tradition, die bis ins 19. Jahrhundert zurückreicht. Nach Australien und Neuseeland eroberte der Sport auch den Rest der Welt. In „Down Under“ und in Nordamerika sind die Wettkämpfe bis heute echte Zuschauermagneten und die Sportler werden zum Teil gefeiert wie Superstars. Einer der Top-Sportler 2021 ist Jason Lentz aus den USA. Völlig ungerührt lässt der fast zwei Meter große Hüne Fototermine, Interviews und den Rest des Trubels während der Weltmeisterschaft über sich ergehen. Er ist extrem fokussiert und konzentriert. Lange, bevor der Wettkampf beginnt. Will er doch in die Fußstapfen seines Vaters treten – und die sind gewaltig. Schließlich ist Mel Lentz in den USA besser bekannt als „King of the Lumberjacks“. Allein sechs STIHL TIMBERSPORTS®-Titel gehen auf sein Konto. Dazu kommen zahlreiche Siege in anderen Sportholzfäller-Wettbewerben weltweit. Und der sagt über seinen Sohn: „Solange er einen kühlen Kopf behält, kann ihn niemand schlagen.“ Damit soll er bei der Einzel-Weltmeisterschaft 2021

in München Recht behalten: In einem echten Herzschlagfinale setzt sich Jason Lenz gegen den bis dahin führenden Routinier Martin Komárek aus Tschechien und Marcel Dupuis aus Kanada durch. „Dieser Titel ist ein Lebens Traum von mir“, sagt der strahlende Sieger am Ende des Wettbewerbs, der für ihn wohl erst der Anfang einer noch langen Sportkarriere ist.



### AUF DIE WERTE KOMMT ES AN

Sein direkter Konkurrent Martin Komárek ist einer der ersten Gratulanten und ihm ist anzusehen, wie sehr er es Jason Lenz gönnt. Überhaupt ist der Tscheche so etwas wie die gute Seele unter den TIMBERSPORTS®-Athleten. Für jeden hat er ein nettes Wort, ist immer gut drauf, fördert die Jungen, die Rookies, und ist immer fair. Dieses tadellose Zeugnis stellen ihm sowohl die Sportler als auch alle anderen gerne aus. Komárek antwortet auf die Frage nach den für ihn wichtigsten Werten: „Loyalität, ein guter, sportlicher Umgang miteinander. Und trotz aller Konkurrenz das Lachen nicht vergessen und das Miteinander genießen.“ Er weiß, dass gerade die erfahrenen Teilnehmenden auch Vorbilder sind: „Deshalb ist nicht immer nur die Leistung oder das Ergebnis wichtig.“ Seit es die STIHL TIMBERSPORTS® Series in Europa gibt, ist Komárek dabei. Das ganz besondere Gefühl,

**»Mein Vater ist in der Szene eine Legende – er ist der ›King of the Lumberjacks‹. Diesen Titel will ich auch.«**

**JASON LENTZ (36), USA**  
Amtierender TIMBERSPORTS®-  
Einzel-Weltmeister





»Die letzten 16 Jahre haben Spuren hinterlassen. Ich bin unglaublich dankbar für die Erfahrungen, die Menschen, die gesamte Zeit.«

ROBERT EBNER (36)

Deutscher Top-Athlet, beendete bei der WM in München seine Karriere



»Als Tiroler bin ich sehr naturverbunden. Jeder bei uns kennt die Holzfäller. Aber TIMBERSPORTS® hebt das Ganze auf ein ganz anderes Level.«

ERICH RETTENMOSER

Stage Manager und bekennender STIHL TIMBERSPORTS®-Fan



das er mit dem Sport verbindet, das Zusammenspiel von Athletik, Kraft und dem Umgang mit messerscharfen Werkzeugen, die Menschen, die verschiedenen, zum Teil spektakulären Wettkampfstätten – all das treibt ihn immer wieder an. Und wenn dann noch seine Familie dabei sein kann, kann er sich kaum etwas Besseres vorstellen.

Leider war die Einzel-Weltmeisterschaft in München Martin Komáreks letzter internationaler Wettkampf – er verstarb am 10. März 2022 bei einem tragischen Unfall. Martin Komárek hinterlässt eine Lücke, die niemand füllen kann, und wird für immer ein herausragender Athlet und Botschafter der TIMBERSPORTS® Series bleiben.

Robert Ebner, einer der bekanntesten deutschen Athleten, hat mehr als 16 Jahre sein Leben ganz auf den Sport ausgerichtet: Training, Ernährung, Wettkämpfe. Der Lohn dafür: 40 Wettkämpfe auf nationaler Ebene auf dem Podium beendet,

darunter 20 Siege und der Gewinn von sieben deutschen Meisterschaften. Darüber hinaus ist er Vizeweltmeister und aktueller Weltrekordhalter in einer der schwierigsten Disziplinen – der Hot Saw. Das sind die Eckdaten einer großen Karriere, die er mit einem zehnten Platz bei der Heim-WM in München und vielen Emotionen Ende 2021 beendete. Trotz einiger Rückschläge möchte der Forstwirtschaftsmeister und Sicherheitscoach keinen Tag bei TIMBERSPORTS® missen. Daran hat auch die Marke STIHL für ihn einen ganz großen Anteil: „Die Marke STIHL und auch die Familie Stihl stehen für Dinge, die mir auch sehr wichtig sind: Stärke, Familie, Verlässlichkeit.“ Daher habe er sich nicht nur mit dem Sport, sondern auch mit den Werkzeugen, mit dem Unternehmen identifiziert.



MEHR INFORMATIONEN ZUR STIHL TIMBERSPORTS® SERIES UND ZU DEN WETTKÄMPFEN GIBT ES UNTER [WWW.STIHL-TIMBERSPORTS.DE](http://WWW.STIHL-TIMBERSPORTS.DE)



»Für den Erfolg bedarf es Durchhaltevermögen und Willen.«

**SEVERIN BÜHLER (32)**

Seit 20 Jahren als Sportholzfaller aktiv





# »EMOTIONEN MACHEN DEN UNTERSCHIED«

## Wie wichtig ist die Marke für den langfristigen Unternehmenserfolg?

ANDREAS BAETZGEN In vielen Märkten sind die Produkte für die Verbraucherinnen und Verbraucher austauschbar. Viele Menschen glauben zudem, dass ein preiswertes No-Name-Produkt manchmal sogar besser ist als ein teures Markenprodukt. Gleichzeitig kommen immer neue und aggressive Wettbewerber – vor allem aus Asien – auf unsere Märkte. In diesem Umfeld spielen die Marke, ihre Glaubwürdigkeit und vor allem die Emotionen, die mit der Marke verbunden sind, für die Kaufentscheidung der Verbraucherin oder des Verbrauchers eine wichtige Rolle und sind häufig ausschlaggebend. Emotionen machen heute den Unterschied.

**ANDREAS BAETZGEN** lehrt als Professor für Wirtschaftskommunikation mit Schwerpunkt Marketing an der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (HTW Berlin). Er hat STIHL in vielen Punkten der Markenkommunikation und Markenentwicklung beratend unterstützt.

## Welchen Beitrag leistet in diesem Zusammenhang TIMBERSPORTS® für STIHL?

BAETZGEN TIMBERSPORTS® ist für mich mehr als nur ein Kommunikationsinstrument unter vielen. Ich sehe es als ein absolutes Alleinstellungsmerkmal an, dass die Serie weltweit als echter Sport und nicht als Marketinginstrument – von Medien, Sponsoren und den Menschen – wahrgenommen wird. STIHL TIMBERSPORTS® passt besser als jedes Sponsoring zur Marke und schafft sich seine Kommunikationsanlässe selbst. Die Serie unterstreicht zudem die Authentizität und Professionalität der Marke STIHL und ist sehr viel dichter am Produkt als jede andere Sponsoring-Aktivität. Dies ist wichtig, denn am Ende des Tages geht es darum, Produkte zu verkaufen. Zudem schafft TIMBERSPORTS® seit fast drei Jahrzehnten einen Mehrwert für die Marke STIHL. Diese Tradition und Kontinuität machen TIMBERSPORTS® nachhaltig und wertvoll für den Austausch mit bestehenden Kundinnen und Kunden sowie die Erschließung neuer Zielgruppen.

## Welche Rolle spielen dabei die Beschäftigten von STIHL?

BAETZGEN Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter spielen eine ganz entscheidende Rolle, denn sie sind das Gesicht, die Botschafterinnen und Botschafter der Marke. Sie sind es, die die Marke STIHL in der täglichen Arbeit prägen und den Kundinnen und Kunden näherbringen. Die beste Marke wäre nichts ohne die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sie mit Leben füllen. Durch sie wird die Begeisterung für das Unternehmen, die Marke, die Produkte und alles, was mit STIHL verbunden wird, authentisch – und bestenfalls natürlich auch ansteckend.

## ZAHLEN UND FAKTEN STIHL TIMBERSPORTS®

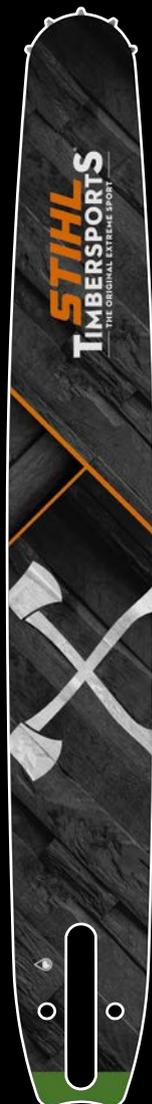
# 1.250.000

FANS folgen TIMBERSPORTS® auf Social Media.



## HOT SAW

In dieser **DISZIPLIN** werden mit speziellen Rennsportmotorsägen die „Cookies“ (Baumstammplatten) abgesägt. Die eigens dafür gefertigten Sägen haben eine Leistung von bis zu 80 PS und eine Kettengeschwindigkeit von bis zu 240 km/h.



Die vierte Edition der **TIMBERSPORTS®-SONDERSCHIENE** wurde über

# 90.000

Mal produziert und in 26 Ländern vertrieben.



Das Sportholzfällen hat eine Tradition, die mindestens bis in die

# 1870er

Jahre in Australien zurückreicht. Die **STIHL TIMBERSPORTS® Series** wurde 1985 von **STIHL Inc.** in den **USA** gegründet.

IN MEHR ALS

# 20

**LÄNDERN** ist die **TIMBERSPORTS® Series** aktiv: 2021 fanden, trotz Pandemie, in 18 Ländern über 80 Wettkämpfe statt.



# 3

## FRAGEN AN...



**RAIMONDO NAPOLEONE (34)**, bei STIHL verantwortlich für die internationale STIHL TIMBERSPORTS® Series und das Management der Marke TIMBERSPORTS®.

### Welche Bedeutung hat TIMBERSPORTS® für STIHL?

RAIMONDO NAPOLEONE TIMBERSPORTS® ist ein wichtiges Marketinginstrument und nicht wegzudenkender Multiplikator für STIHL. Es trägt zur Emotionalisierung der Marke bei, spricht neue und jüngere Zielgruppen an und führt sie somit an STIHL heran. Dabei dient TIMBERSPORTS® als effizientes Werkzeug für STIHL, um mit ansprechenden und relevanten Inhalten tagtäglich mit unseren Zielgruppen zu kommunizieren. Daher haben wir für die Umsetzung aller TIMBERSPORTS®-Veranstaltungen den maximalen Anspruch an die Qualität, den wir auch sonst bei STIHL haben. Das wird gesehen und honoriert: Viele Zuschauerinnen und Zuschauer vor Ort in den Arenen, aber auch wiederholte millionenfache Aufrufe auf unseren eigenen Social-Media-Kanälen und Online-Plattformen Dritter zeugen davon. TIMBERSPORTS® hinterlässt also einen starken Eindruck.

### Wie kommt TIMBERSPORTS® vom Stammhaus in die Welt?

NAPOLEONE TIMBERSPORTS® ist kein alleiniges Stammhaus-Projekt, sondern findet mit seinen nationalen Serien auf vier Kontinenten und in über 20 Ländern statt. Wir im Stammhaus geben die Rahmenbedingungen für eine hohe Qualität und die strategische Umsetzung vor. Außerdem sind wir für die internationalen Wettkämpfe, wie etwa die Weltmeisterschaften, zuständig. Um die Wettkämpfe für Zuschauerinnen und Zuschauer weltweit sichtbar zu machen, investiert das TIMBERSPORTS®-

Team viel Energie in die mediale Vermarktung. Neben den eigenen Kanälen von TIMBERSPORTS® hat die Serie diverse Medienpartner an seiner Seite: Dazu zählen unter anderem in Deutschland Sport1 und in Frankreich La Chaîne l'Équipe, der TIMBERSPORTS® 2021 sogar ganze Themenwochen widmete. Hinzu kommen Partnerschaften mit Sendern wie CBS (USA), TSN (Kanada) oder 7 Network (Australien). Der Ritterschlag für uns ist, dass DAZN, ein weltweit agierender und führender Sport-Streaming-Dienst für die wichtigsten internationalen Fußballligen und andere beliebte Sportarten, 2021 erstmals internationale Top-Wettkämpfe in Deutschland, Italien, Österreich und der Schweiz übertragen hat. Das stärkt unsere Wahrnehmung als ernstzunehmende Sportserie.

### Welche anderen Kanäle werden zur Reichweitensteigerung genutzt?

NAPOLEONE Die Live-Übertragungen im Fernsehen und online sind für uns gerade jetzt in Pandemiezeiten, da viele Wettkämpfe noch ohne Zuschauerinnen und Zuschauer stattfinden müssen, sehr wichtig. Deshalb haben wir in den letzten zwei Jahren die Anzahl unserer Live-Übertragungen stark gesteigert, um den Fans somit mehr Live-Sport zu bieten. Unsere Auswertung hat ergeben, dass über die Medienarbeit von TIMBERSPORTS® im Stammhaus und in den Vertriebsgesellschaften insgesamt mehr als 791 Millionen Menschen weltweit mit der Serie und somit auch mit STIHL in Kontakt kamen. Wie erwähnt sind Social Media dabei für uns eine tragende Säule, wenn es darum geht, neue und jüngere Zielgruppen dort zu erreichen, wo sie Inhalte bevorzugt konsumieren.