

Staples Center in Los Angeles wird in Crypto.com Arena umbenannt

Das Staples Center in Los Angeles, eine der bekanntesten Sport- und Unterhaltungsarenen in den USA, wird in Crypto.com Arena umbenannt, die erste derartige Namensänderung seit der Eröffnung des Veranstaltungsortes mit 20.000 Sitzplätzen im Jahr 1999. Die in Singapur ansässige Kryptowährungsplattform hat sich bereit erklärt, für die nächsten 20 Jahre mehr als 700 Millionen US-Dollar für die Namensrechte an dem Komplex in der Innenstadt von Los Angeles zu zahlen, so die mit der Transaktion vertrauten Personen. Die Umbenennung tritt am ersten Weihnachtsfeiertag in Kraft, wobei sich die physische Beschilderung voraussichtlich bis Juni 2022 ändern wird. Der Deal sichert AEG, dem Eigentümer …

Das Staples Center in Los Angeles, eine der bekanntesten Sport- und Unterhaltungsarenen in den USA, wird in Crypto.com Arena umbenannt, die erste derartige Namensänderung seit der Eröffnung des Veranstaltungsortes mit 20.000 Sitzplätzen im Jahr 1999.

Die in Singapur ansässige Kryptowährungsplattform hat sich bereit erklärt, für die nächsten 20 Jahre mehr als 700 Millionen US-Dollar für die Namensrechte an dem Komplex in der Innenstadt von Los Angeles zu zahlen, so die mit der Transaktion vertrauten Personen. Die Umbenennung tritt am ersten Weihnachtsfeiertag in Kraft, wobei sich die physische Beschilderung voraussichtlich bis Juni 2022 ändern wird.

Der Deal sichert AEG, dem Eigentümer und Betreiber der Arena,

nicht nur einen großen Gewinn, sondern markiert auch einen der auffälligsten Marketing-Tricks eines Kryptowährungsunternehmens bis heute und kommt, da digitale Münzen bei Privatanlegern eine breitere Akzeptanz finden.

Die Arena beherbergt vier professionelle Sport-Franchises Basketballs Lakers, Clippers and Sparks und Eishockeys Kings und zählt neben dem Madison Square Garden in New York zu den beliebtesten Konzertstätten in den USA.

Kris Marszalek, CEO von Crypto.com, sagte: In ein paar Jahren werden die Leute auf diesen Tag zurückblicken und denken, OK, dies ist der Moment, in dem Kryptowährungen den Kosmos in den Mainstream überquert haben.

Auf die Frage, ob das Unternehmen vorhabe, AEG für die Namensrechte mit Kryptowährung zu bezahlen, sagte Marszalek: Nein, das werden wir nicht, es ist nur ein direkter Bargeld-Deal.

Er fügte hinzu: Es könnte einen anfänglichen Widerstand gegen die Idee geben, [the name] ändern, das finde ich ganz natürlich. Aber wir sind bereit, mit der lokalen Gemeinschaft zusammenzuarbeiten und ihnen zu beweisen, dass dies eine Veränderung zum Besseren ist und dazu beitragen, eine bessere Zukunft für LA und die Fans aufzubauen.

Als Marketingprodukt haben die Namensrechte für Stadien in den USA eine gemischte Bilanz, wobei die Titel einiger urbaner Sport- und Unterhaltungsstätten zu einem Synonym für Insolvenzen, Übernahmen oder Skandale werden. Beispiele für den sogenannten Stadionfluch sind das ehemalige Enron Field in Houston und das Sports Authority Field in Denver, das nach dem inzwischen aufgelösten Sportartikelhändler benannt wurde.

Staples, der 2017 von Sycamore Partners privatisierte Einzelhändler für Bürobedarf mit Sitz in Massachusetts, ist seit

der Eröffnung Titelsponsor der Los Angeles Arena. 1999 zahlte der Einzelhändler 120 Millionen US-Dollar für 20 Jahre lang Namensrechte. Zur Hälfte der Laufzeit des Deals zahlte Staples eine nicht genannte Pauschalsumme, um diese Rechte auf Dauer zu behalten.

AEG, die auch die O2 Arena in London und die Mercedes-Benz Arena in Berlin besitzt und betreibt, hat sich laut Todd Goldstein, Chief Revenue Officer, Anfang 2019 endgültig dazu entschieden, die lebenslangen Rechte von Staples aufzukaufen.

Er sagte, dass der Name Staples in die Jahre gekommen sei und dass AEG einen neuen Branding-Partner suche, der in den nächsten zwei Jahrzehnten die nächste Generation von Fans beeinflussen kann .

Bei der Auswahl eines Kryptowährungssponsors glauben wir, dass es eine Zukunft gibt und wir glauben, dass diese Branche benötigt wird , fügte er hinzu.

Crypto.com wurde 2016 gegründet und ist weltweit die zehntgrößte Börse für Spot-Kryptowährungstransaktionen. Das Volumen belief sich in den letzten 24 Stunden auf rund 1,8 Milliarden US-Dollar, verglichen mit mehr als 40 Milliarden US-Dollar an der größten Börse Binance.

Sportsponsoring ist zu einem beliebten Marketinginstrument für Krypto-Plattformen im Einzelhandel geworden. Die italienischen Serie-A-Klubs AC Mailand und Lazio haben in diesem Jahr Partnerschaften mit den Kryptounternehmen Bitmex bzw. Binance unterzeichnet, während die Major League Baseball zugestimmt hat, FTX zu ihrer offiziellen Kryptowährungsbörse zu machen.

Crypto.com hat bestehende Sponsorings mit Ultimate Fighting Championship, dem Fußballclub Paris Saint-Germain und den Philadelphia 76ers des Basketballs.

Zusätzliche Berichterstattung von Eva Szalay in London

Quelle: **Financial Times**

Details

Besuchen Sie uns auf: krypto-news.at