

## **Geheime UEFA Champions League Party: 1.000 Fans feiern in Wien!**

Erleben Sie die geheime Champions-League-Finalparty  
2025 in Wien: Fans, Technik, Emotionen – ein  
unvergessliches Event!



**Wien, Österreich** - Am 4. Juni 2025 erlebten Fußballfans in Wien ein unvergessliches Event anlässlich des Champions-League-Finales zwischen PSG und Inter Mailand. Die „Secret UEFA Champions League Final Party“ wurde von XXL-Media Sport in Kooperation mit den UEFA-Sponsoren Heineken, Pepsi und Lays Österreich veranstaltet. Der Zugang zur Veranstaltung war exklusiv, ermöglicht durch Gewinnspiele und Einladungen von Partnern wie LAOLA1, Energy Österreich und HEUTE Zeitung. Die Location wurde erst kurz vor dem Event durch den Fußball-Influencer Aleks.Social über soziale Medien bekannt gegeben.

Eine Woche vor dem Finale verwandelte sich Wien in ein

Heineken-Grün, das auf 42 DOOH-Standorten von XXL-MEDIA und Infracom zur Schau gestellt wurde. Rund 1.000 begeisterte Fußball- und Champions-League-Fans strömten zu der Veranstaltung, in deren Zentrum eine beeindruckende 76 m<sup>2</sup> große LED-Wall von Conception Solution stand, die das Spiel in herausragender Bild- und Tonqualität übertrug. Beim Einlass gab es eine besondere Eröffnung, bei der die UEFA Champions League Hymne von der Violinistin Mariam live gespielt wurde.

## **Ein spektakuläres Erlebnis**

Ein kreativer Opening Act, der den Geist von „Star Wars trifft Champions League“ auf der LED-Wall inszenierte, stellte den Weg von PSG und Inter ins Finale dar. Diese Entwicklung lässt sich auf eine Idee aus dem Jahr 2016 zurückführen, die Storytelling, Außenwerbung, Technologie und Emotionen kombiniert, um ein einmaliges Event-Erlebnis zu schaffen.

Heineken hat zudem eine neue UEFA Champions League Kampagne mit dem Titel „Champion the Match“ gestartet, die das neunte Jahr der Sponsorship markiert. Die Kampagne, die am 17. Februar begann, umfasst eine neue 90-sekündige TV-Werbung, die global ausgestrahlt wird. Über 120 Märkte nehmen an zusätzlichen Werbeaktionen während der Spielnächte teil.

## **Engagement für Fans**

Die Marketingstrategie zielt darauf ab, die Fans in ihren Spieltagsritualen zu unterstützen und innovative Inhalte vor, während und nach den Spielen zu schaffen. Spielerlegenden, darunter die Barcelona-Legende Xavi, werden für Live-Kommentare und digitale Interaktionen eingesetzt. Die Kampagne enthält auch On- und Off-Premise Promotions in über 90 Märkten, bei denen jede Minute während ausgewählter Spiele Preise gewonnen werden können.

Die UEFA Champions League selbst hat sich über die Jahre zur prestigeträchtigsten Fußballveranstaltung in Europa entwickelt

und symbolisiert sportliche Exzellenz. Die berühmte Hymne, die bei jedem Spiel gespielt wird, und die Anwesenheit hochrangiger Persönlichkeiten, darunter Staatsoberhäupter und Royals, haben zur globalen Marke der Champions League beigetragen. Der Gewinner des Wettbewerbs 2024 erhielt 23,5 Millionen Euro, ein weiterer Anreiz für die Teams und ihre Fans.

Mit über 4,2 Milliarden Menschen, die die UEFA Champions League weltweit genießen, bleibt die Veranstaltung ein bedeutendes Element des internationalen Fußballs und des Sportmarketings. Heineken integriert dabei den verantwortungsbewussten Konsum in alle Aktivitäten rund um die Sponsorship.

Mehr zu den Details der Veranstaltung finden Sie bei **LAOLA1**, Informationen zu Heineken's Kampagne gibt es auf **Heineken** und eine umfassende Analyse der Markenentwicklung der Champions League ist auf **Venture Magazine** zu finden.

Details	
<b>Ort</b>	Wien, Österreich
<b>Quellen</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <a href="http://www.laola1.at">www.laola1.at</a></li><li>• <a href="http://www.theheinekencompany.com">www.theheinekencompany.com</a></li><li>• <a href="http://blog.venturemagazine.net">blog.venturemagazine.net</a></li></ul>

**Besuchen Sie uns auf: [die-nachrichten.at](http://die-nachrichten.at)**