

Pokkeri kui mõttespordi populariseerimise kampaania Eestis 2009-2010

Kuldmuna konkursitöö (€30k+) suhtekorraldusprojektide kategoorias

Esitaja: KPMS (projektimeeskond: Henri Käsper, Heiki Laja). Tellija: PokerStars

Eelarve: üle 30 000 euro, täpne eelarve maht on vastavalt kliendilepingule konfidentsiaalne

Kampaania eesmärgid:

Projekti lühiajaliste eesmärkide hulka kuulus pokkeri selge eristamine kasiinomängudest, pokkerile professionaalse mõttespordi ja samas glamuurse meelelahutuse kuvandi loomine, pokkeri populariseerimine ja harrastajate arvu kasvatamine Eestis ning kohaliku pokkerikogukonna ühendamise. Pikaajalisteks eesmärkideks seati pokkeri tunnustamine spordialana ja pokkerit reguleeriva seadusandluse eristamine kasiinomängudest.

Strateegia lühikirjeldus:

- Eelduste loomine pokkeri kajastamiseks nii spordi kui meelelahutusmeedias, sh pokkeriuudiste rubriigid *online*-meedias, pokkerisaated televisioonis, suursündmuste kajastamine trükimeedias, kõneisikute intervjuud raadios
- Pideva ja kvaliteetse laiemale avalikkusele huvi pakkuva uudisvoo tagamine, keskendudes suurtele pokkerisündmustele, eestlaste edule rahvusvahelisel areenil, suurematele võitudele ning ühiskonnas tuntud ja pokkerit armastavatele inimestele
- Aktiivsete pokkeriharrastajate kaasamine võitlusesse valdkonna maine eest
- PokerStarsi brändituntuse kasvatamine läbi seaduse raames püsivate reklaamiprojektide ja sponsorsuhete
- Põhisõnumid: pokker on 21. sajandi sport, olles kümne aastaga võitnud üle saja miljoni harrastaja maailmas; profipokker on võrreldav mis tahes teise profispordiga ning seal liiguvad suured auhinnarahad; eestlased on edukad pokkerimängijad; pokker on ka mõnus ja glamuurne meelelahutus harrastajatele; pokkeris (erinevalt kasiinomängudest) on kõigil osalejatel võrdsed võimalused.

Lühikokkuvõtte teostusest

KPMS suutis tele-eesrises läbi murda esimese pokkeriteemalise reklaamiga, veendes telekanalit ja ka järelevalveorganit, et tegemist ei ole hasartmängureklaamiga. Kampaania oli teerajajaks mitmetele hilisematele pokkeri mängimise võimalusi tutvustavatele reklaamidele.

Lisaks enam kui sajale perioodi jooksul levitatud pokkeriteemalisele pressiteatele ja vähemalt sama paljudele artiklitele-videouudistele leidis valdkond meediapinda ka läbi eksklusiivsete kajastuste seitsmelt eri pressireisilt Las Vegasesse, Bahamale ja mitmetesse Euroopa linnadesse.

Teistele spordialadele sarnaselt nägime kohta ka eraldi pokkerirubriigile uudisteportaalides. Läbimurre saabus kevadel 2009 Delfis, kellele põhjendasime rubriigi loomist arvestatava lugejahuvi ja võimaliku reklaamituluga. Teise sarnase rubriigi loomiseks järgnesid edukad läbirääkimised Õhtulehega. Sügisel 2009 nõustus Eesti vaadatuim telekanal Kanal 2 lülitama programmi iganädalase pokkerisaate. 2010 sügisel alustas regulaarse igakuise pokkeriküljega juhtiv venekeelne nädalaleht MK Estonija.

Vastavalt strateegiale oli oluline osa pokkeri populaarsuse kasvatamisel kuulsuste kaasamisel. PokerStarsi esimene "spordistaar" Eestis oli Martin Mürsepp, kellel olid mitmed head tulemused juba esimestel kuudel ning kelle laialdane kajastus meedias oli kindlasti ka julgustavaks argumendiks seni avalikkust peljanud pokkerimängijatele. Mürseppale järgnesid mitmed teised kuulsused, kes oma pokkerihuviga avalikkuse ette tulid, sh Mart Mardisalu, Maarja-Liis Ilus, Mart Mardisalu, Joel Lindpere, Tanel Padar, Marek Reinaas, Kaire Leibak jne.

Eesti pokkerikommuuni arendamiseks viidi kampaaniaperioodil läbi mitmeid erinevaid aktsioone. Nii oli pokkerirubriigi avamise puhul võimalik Õhtulehes kommenteerida endale reis Türgi võrkpalli EMile (200+ osalejat), loodi Delfi lugejate pokkerikarika traditsioon (1000+ osalejat nädalas), korraldati portaali PokerNews naismängijate pokkeriliiga (40+ osalejat nädalas), PokerStars Live Series turniirid (100+ osalejat iga kuu) jne.

2010. aasta teises pooles käivitati ka PokerStars.ee Facebooki fännileht, mis pakub valikut värsketest pokkeriuudistest, diskussioone, auhinnamänge ning millel on tänaseks ligi 1000 *like*˚ijat. Lehe arendamist on plaanis tugevalt jätkata 2011. aastal.

2009. aastal alustati iga-aastase Eesti pokkeriauhindade jagamise traditsiooniga, mille eesmärk oli pokkeriharrastajate kaasamine ja ühendamise ning ala parimate tutvustamine laiemale avalikkusele.

Järgnes 2009. aasta lõpus pokkeriklubide ja 2010. aasta alguses neid koondava alaliidu Eesti Turniiripokkeri Föderatsiooni (ETPF) loomine. Rahvusvahelise pokkeriföderatsiooni liikmeks võetud ETPFi presidendiks sai harrastusmängija Marek Reinaas. Alaliidu esimese aasta tegevuste hulka kuulusid pokkeri Eesti meistrivõistluste korraldamine, aasta parimate valimine, Eesti võistkondliku pokkeri karikasarja läbiviimine, tutvustavate ja selgitavate artiklite avaldamine meedias, klubilise tegevuse arendamine, ürituste korraldamine ning professionaalne partnerlus nii avaliku kui erasektoriga.

Olulist rolli kampaania teostusel mängisid sponsorsuhted. Esmakordselt EM finaalturniirile jõudnud Eesti võrkpallikoondis ei saanud riigilt piisavalt tuge ning PokerStars asus koondise peasponsoriks kindla plaaniga saada ka lisaväljundeid brändi tuntuse tõstmiseks. Eesti võrkpalli rahvuskoondise "fännamisele" suunatud välireklaami kampaanias osalesid PokerStarsi logoga võrkpallisärkides president Arnold Rüütel, Europarlamendi liige Vilja Savisaar, ilmatüdruk/laulja Niki ja laulja Koit Toome. Kampaanial oli regulaarne kajastus Reporteris ning see leidis meedias üldiselt palju vastukaja ja ohtralt kommenteerimist, tuues seeläbi suuremat kasu ka võrkpallile. Kampaania lisaväärtuseks oli ka reklaam suurtes võrkpalli- ja pokkerimaades nagu Holland, Venemaa, Soome, kelle tiimid EM finaalturniiril osalesid ning kes mängis oma telekanalites üle kandsid. Lisaks Eesti võrkpallikoondise PokerStarsi logoga vormile toodeti 2009. aastal ka koondise fännisärkid, mida näeb võrkpallikoondise mängudel ja ka suvises linnapildis tänaseni. Samuti kasutab trükipress jätkuvalt fotosid koondislustest särkides, millel on suurelt PokerStarsi logo.

Ühtlasi on PokerStars teist hooaega toetanud Eesti võrkpallimeistrivõistluste läbiviimist, kus peamisteks väljunditeks logod kohtunike vormidel ja telereklaami aeg. Samuti on PokerStars kaks hooaega olnud rannavolle sarja esitlejasponsor, mille raames toimuvad telesaated kõigist osavõistlustest, avaldatakse reklaame televisioonis, raadios ja trükimeedias, logosid kasutatakse võistlussärkidel ning võistluspaikades on mitmekülgne bränding ning erinevad pokkeriga seotud auhinnamängud publikule.

Edukas tegevus kohalikul tasemel ning eelnevalt kahe pisut väiksema (ca 300 osalejat) võistluse korraldamine võimaldas viia Eesti pokkeri maailmakaardile, kui 2010. aasta augustis peeti Tallinnas Swisshotelis Euroopa Pokkeriturnee (EPT) hooaja avaetapp. EPT on maailma suurim pokkerifestival, mille korraldusõiguse eest võistlevad paljud Euroopa suurlinnad. Võistlusel oli 1,6 miljoni euroga Eesti spordiajaloo suurim auhinnafond ning võitja teenis auhinna rahana 400 000 eurot. Üritus oli oluline ka Eesti turismile, kuna nädal aega võõrustas Tallinn ligi tuhandet väliskülalist, esindatud oli 30+ akrediteeritud välismeedia esindajat kõikjal Euroopast. Eesti pokkeriauhindade jagamisel omistati Tallinna EPT-le 2010. aasta pokkerisündmuse tiitel ning sügisel 2011 toimub EPT suure tõenäosusega uuesti Tallinnas ning seda juba Euroopa Kultuuripealinn 2011 raames.

Kampaania tulemuste ülevaade

Perioodi jooksul ilmus üle 1000 pokkeriteemalise uudisloo *online*- ja trükimeedias ning üle 50 tunni telesaateid. Meedias varem üldlevinud umbusk on murtud, mis avab uusi võimalusi nii PokerStarsile kui teistele turul tegutsejatele. Kampaania tulemusel eksisteerib tänaseks võimalus end teatud raamides ka reklaamida.

Diskussiooni kese on liikunud sport vs hasartmäng teljelt uuele ja laiemale – kas mõttemängud (pokker, male, bridž jms) on sport? Spordialaliitude eeskujul on loodud sarnase ülesehitusega alaliit ETPF, mis kuulub rahvusvahelisse katusorganisatsiooni, korraldab meistrivõistlusi jne. Pokkerimängijad on "kapist välja tulnud" ega pelga oma hobist (proffide jaoks tööst) avalikult rääkida.

"Tallinn, Estonia" on tuhandete välismängijate jaoks kinnistunud pokkerisihthohana. Eestit külastas 2010. aastal tänu EPT-le tuhatkond lisaturisti. Ühtlasi on mitu Eesti ettevõtet tänu heale tööle saanud rahvusvahelisi tellimusi pokkerivaldkonnaga seotud tööde/teenuste osutamiseks. Samuti on KPMS oma *know-how* eksportija Läti ja Leetu – Läti Delfis on tänaseks avatud pokkeriuudiste külg, Leedus on aktiivselt tegutsev pokkeriföderatsioon, PokerStarsi tuntus Leedus on oluliselt kasvanud pärast sealse korvpallikoondise üheks põhispensoriks asumist jne.

Kampaania tegevusi alustati selgelt mitteneutraalsest lähtekohast, kus pokkeril oli negatiivne ja kasiinodega seostatud kuvand. Võrdlemisi lühikese perioodi jooksul ja põhjendatud kuludega suudeti valdkonnale tekitada avalikkuses teistele spordialadele sarnane kuvand ning luua meedia positiivne vastuvõtt pokkerialase info kajastamiseks. Kampaania edu tagas põhjalikult läbi mõeldud strateegiline planeerimine ja laiaulatuslik professionaalne teostus, tuues kaasa ala laialdase leviku ja kampaania tellija ootusi ületava tulemuslikkuse. Tellija jaoks oli Eesti antud kaheaastase perioodi jooksul kiireima kasvuga turgusid maailmas, võttes arvesse klientide osakaalu riigi elanikkonnast.

Kampaania tulemusel on üles ehitatud enam kui 60 000 Eesti mängijat hõlmav kliendibaas, kasvatatud pokkeriharrastajate hulka kahe aastaga vähemalt kolm korda ning tõstetud pokker selgelt Eesti harrastatuimaks spordialaks.