



NEUE SPIELER WILLKOMMEN HEIßEN

Als Einzelhändler neue Kunden gewinnen und ihnen mit
Rat und Tat zur Seite stehen

Wpn.Wizards.com

NEUE SPIELER WILLKOMMEN HEIßEN

Als Einzelhändler neue Kunden gewinnen und ihnen mit
Rat und Tat zur Seite stehen

Wpn.Wizards.com

Neue Spieler willkommen heißen: Als Einzelhändler neue Kunden gewinnen und ihnen mit Rat und Tat zur Seite stehen

©2014 WIZARDS OF THE COAST LLC.

Dieses Buch ist nach dem Urheberrecht der USA geschützt. Jegliche Reproduktion oder Nutzung des darin enthaltenen Materials oder der darin enthaltenen Illustrationen ohne vorherige schriftliche Einwilligung von WIZARDS OF THE COAST LLC ist verboten.

WIZARDS OF THE COAST, *Magic: The Gathering*, *Dungeons & Dragons* und die entsprechenden Logos sind Marken von WIZARDS OF THE COAST LLC in den USA und anderen Ländern.

Besuchen Sie unsere Website: Wpn.Wizards.com

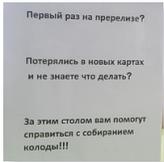
Inhalt



Neue Spieler sind die Zukunft des Wizards Play Networks..... 5



Das Geschenk des neuen Spielers 6



Wie heißen Sie neue Spieler willkommen? 9



Optimieren Sie den Nutzen der Einstiegs-Decks 10



Was haben Sie getan, um Ihre Spieler zu überraschen und bei bester Laune zu halten?..... 12



Warum ein einfaches Geschenk einen Kunden ein Leben lang an Sie binden kann 13



4 praktische Ideen für Giveaways 15



Wie beziehen Sie neue Spieler während eines Events ein? 16



Auf die Ausgewogenheit kommt's an! 18

Der Schlüssel zu stetigem Wachstum 20

Neue Spieler sind die Zukunft des Wizards Play Networks.



Indem Sie neue Spieler gewinnen und ihnen mit Rat und Tat zur Seite stehen, sorgen Sie für eine noch solidere Geschäftsbasis und ermöglichen ein nachhaltiges, langfristiges Wachstum.

Dieser Leitfaden hilft Ihnen dabei, die notwendigen Schritte umzusetzen. Sie erfahren, wie Sie Einstiegsbarrieren verringern, neue Spieler gewinnen und ihnen auf dem Weg vom Casual-Spieler zum leidenschaftlichen Veteranen zur Seite stehen.

Sind Sie bereit?



Das Geschenk des neuen Spielers

Es war ein typischer Freitagabend in meinem Store, [Wonko's Toys and Games](#). Die Beteiligung am Friday Night Magic war mit 30 Leuten für Standard und 16 für Draft prima, und bei beiden Formaten saßen auch ein paar Neue da.



Einer davon, er hieß Frank, kam zu Beginn der 2. Runde auf mich zu und verlangte den Geschäftsführer zu sprechen. Ich gab mich zu erkennen – und machte mich auf eine Beschwerde gefasst.

Was dann geschah, überraschte mich völlig.

Neuer Spieler sucht netten Store

Frank erzählte, er habe schon so ziemlich überall in der Stadt *Magic* gespielt. Aber egal wohin er ging, er erlebte ständig das Gleiche: Alle tickten immer nur im Wettkampf-Modus, und keiner brachte die Geduld auf, einem neuen Spieler ein paar Fragen zu den Regeln zu beantworten.

Vor zwei Wochen hatte er dann Wonko's entdeckt.



Endlich angekommen

Schon unser „Fair Play“-Grundsatz auf den Anmeldeunterlagen hatte Frank das Gefühl gegeben, bei uns richtig zu sein. Dann, zu Beginn der ersten Runde, verkündeten wir wie üblich die Regeln.

Er spielte im FNM-Draft und der Meister des Tisches gab ihm nicht nur Tipps, wie man im aktuellen Block draftet, sondern half auch beim Deckbau.

Das sei nun zwei Wochen her, und gerade eben sei er wieder so empfangen worden – aber von ganz anderen Leuten!

„Ich habe endlich einen Ort gefunden, wo ich mich heimisch fühle.“



Ein beispielloses Angebot

Diese Worte alleine machten mich schon ungeheuer stolz, aber dann legte Frank noch einen drauf: mit dem Angebot, drei Booster-Displays – meiner Wahl – zu kaufen und sie für den Preis-Pool dieses und des nächsten FNM zu spenden.

Ich war platt. So etwas hatte mir noch niemand angeboten.

Ich wollte ihm entgegenkommen und bot an, er könne die Displays zum Einkaufspreis haben. Er schlug ein – erhöhte aber die Menge auf vier.

Freudentaumel

Am Ende von Runde 3 bat ich alle um ihre Aufmerksamkeit. Ich verkündete, dank einem neuen Spieler lägen an diesem Abend pro zahlendem Spieler 3 Packs im Pool.

Die Menge war natürlich hellauf begeistert. Irgendwer fragte: „Was ist denn los?“

Ich erklärte, sie hätten mit ihrem Sportsgeist, ihrer Hilfsbereitschaft und ihrem freundlichen Verhalten jemanden überzeugt, Wonko's als sein neues *Magic*-„Wohnzimmer“ zu wählen.



Beifall kam von allen Seiten. An diesem Abend vertrauten uns sogar einige der anwesenden Profispieler an, dass sie wegen der guten Atmosphäre am liebsten zu uns kommen.

Irgendwann rief jemand dazwischen, dass unser Store für ihn wie eine große Familie ist, weil hier schon immer Spaß und Fairness im Vordergrund stehen. Ich bekam richtig feuchte Augen und bedankte mich bei allen.

Was lernen wir daraus? „Wie man in den Wald hineinruft ...“ Behandeln Sie andere mit Respekt – und erwarten Sie genau dieses Verhalten auch von ihren Mitmenschen. Ermutigen Sie alle dazu, ob Kids oder Stammspieler, und erleben Sie, wie ein großartiges Umfeld für Spieler entsteht.

Sie werden sehen: Dieses Umfeld kann sich manchmal überraschend als Selbstläufer erweisen ...

Von Eric Dow, [Wonko's Toys and Games](#)



Vordere Reihe: Erica, Rebekah & Denise Dow
Hintere Reihe: Alex Tune, Brian M. & Eric Dow
Abwesend: Keith Blackard and Ray Rimmer

Wie heißen Sie neue Spieler willkommen?

[Game On](#) in Cheltenham, Großbritannien, ist davon überzeugt, dass auch bei Spielern Liebe durch den Magen geht. Sie begrüßen ihre neuen Spieler mit Kuchen, damit sie sich gleich wohl fühlen.

Im [Chimera Brierly Hill](#) in Großbritannien spenden erfahrene Spieler oftmals den Neulingen die häufigen und nicht ganz so häufigen Karten ihrer Drafts. Für neue Spieler ist das ein tolles Gefühl, und sie fühlen sich dem Store stärker verbunden.



Optimieren Sie den Nutzen der Einstiegs-Decks

Die Einstiegs-Decks sind nicht nur ein tolles Instrument, um die Regeln von *Magic: The Gathering* zu vermitteln, sondern können auch hervorragend zu Marketingzwecken genutzt werden.

Und so funktioniert es:

Seien Sie enthusiastisch

Bevor Sie das Spiel vorstellen, zeigen Sie ein paar Ihrer Lieblingskarten aus dem Deck und erklären Sie, warum Sie gerade diese besonders schätzen.

Halten Sie es unkompliziert

Nehmen Sie es mit den Regeln nicht zu genau. Das Ziel ist es, den Leuten zu vermitteln, dass Magic Spaß macht und es sich lohnt, mehr darüber zu erfahren.

Bieten Sie einen Anreiz zur Rückkehr

Am Ende der Demo können Sie das zweite Einstiegs-Deck plus Teilnahme am Friday Night Magic (oder ein anderes spielerfreundliches Event) gratis anbieten. Zeigen Sie den Spielern, wie man die zwei Einstiegs-Decks zu einem turnierlegalen Deck im Standard-Format kombiniert.

Benötigen Sie mehr?

Kontaktieren Sie Ihren WPN-Vertreter, um gratis neue Einstiegs-Decks zu bestellen!

Bewerben Sie Ihren Store



Kleben Sie einen Sticker mit den Informationen Ihres Stores auf das Einstiegs-Deck sowie einen Aufruf zur Teilnahme am nächsten FNM, um neuen Spielern das Spiel nahezubringen.

Verteilen Sie auch außerhalb Ihres Stores Einstiegs-Decks

Warten Sie nicht darauf, dass neue Spieler in Ihren Store spazieren und nach einem Einstiegs-Deck fragen. [Dizzy Dugout](#) in Collinsville, Illinois, verteilt Einstiegs-Decks während des „Halloween-Laufs“ in ihrer Stadt.

Verteilen Sie die Einstiegs-Decks bei lokalen Veranstaltungen wie Messen, Volksfesten und überall da, wo sich potenzielle neue Spieler versammeln könnten.



Hilfsmittel zur Einführung in Magic

Machen Sie aus neuen Spielern Stammkunden – mit diesen Downloads!

Wer neue Spieler an *Magic: The Gathering* heranführen will, sollte mit einer tollen Demonstration den Anfang machen.

Um Ihnen dabei zu helfen, haben wir viele kostenlose Downloads für Sie!

Demo-Anleitung als Flipbuch



Mithilfe der [Demo-Anleitung](#) können Sie neue Spieler persönlich durch eine *Magic: The Gathering* Demo-Partie führen, Schritt für Schritt und intuitiv. Lassen Sie die einzelnen Seiten in einem Copyshop laminieren und

mit einer Spiralbindung versehen, damit Sie die Demo-Anleitung immer wieder verwenden können.

Schnellstart-Anleitung

Laden Sie die [Schnellstart-Anleitung](#) herunter, drucken Sie sie aus und verteilen Sie sie, um einen umfassenden Eindruck von den wesentlichen Aspekten des Spiels zu vermitteln. Die Anleitung enthält sogar ein Glossar von Schlüsselwörtern und Fähigkeiten!



Regelreferenzkarte

Richten Sie einen Demo-Tisch ein, indem Sie die [Regelreferenzkarte](#) herunterladen, ausdrucken und flach auf dem Tisch festkleben!



Duels of the Planeswalkers

Setzen Sie *Duels of the Planeswalkers* als zusätzliche Unterstützung ein.

[Laden Sie sich das kostenlose Tutorial herunter](#) und richten Sie in Ihrem Store eine Demo-Station ein!

Vergessen Sie nicht, Ihren neuen Spielern ein Einstiegs-Deck, eine Promo-Boosterpackung oder vielleicht sogar ein Intro-Pack mit auf den Heimweg zu geben und sie zu Ihrem nächsten Event einzuladen!

Wie bringen Sie neuen Spielern die Regeln bei? [Erzählen Sie uns davon!](#)



Was haben Sie getan, um Ihre Spieler zu überraschen und bei bester Laune zu halten?

Christian Liedtke von [Blitzplatz](#) verschenkt T-Shirts mit dem Logo seines Stores. Spieler tragen diese, wenn sie in anderen Stores spielen, um allen zu zeigen, woher sie kommen. Die Stores in seiner Gegend haben eine starke Community und diese Praxis ist Teil des Spielerlebnisses.



Derrick Sheets von [Game On](#) sagt: „Wir vergeben häufig Teilnehmerpreise bei Events. Wir haben gerade erst ein *From the Vault: Twenty* verschenkt . . . Ich finde, Teilnehmerpreise sind fantastisch. Zufällige Verlosungen sind auch hervorragend. Die Leute müssen nur vorbeikommen, teilnehmen – und schon bekommen sie das Zeug gratis. Wenn Sie 5 Euro für die Teilnahme an Ihrem Event bezahlen und hin und wieder mal eine Promokarte umsonst ergattern, dann werden sie es lieben.“

Warum ein einfaches Geschenk einen Kunden ein Leben lang an Sie binden kann

Vor ein paar Jahren hörte ich allerhand Gutes über ein reines Online-Schuhgeschäft namens [Zappos](#).

Interessiert zu erfahren, ob der Hype berechtigt war, bestellte ich ein Paar Chuck Taylor All Stars. Nachdem ich meine Bestellung abgeschlossen hatte, twitterte ich über meinen Einkauf.

Zu meiner Überraschung antwortete der [Zappos Kundendienst](#) prompt darauf. Sie wollten meine E-Mail-Adresse erfahren, damit sie mir eine kleine Überraschung mit der Bestellung liefern konnten. Begeistert stimmte ich zu.

Die Schuhe wurden mir am folgenden Morgen – Tage vor dem eigentlichen Liefertermin – an die Haustüre geliefert, mit einer Notiz von Zappos: Ich war nun ein VIP-Kunde bei Zappos und hatte ein lebenslanges Anrecht auf Lieferungen am Folgetag.

Ein Geschenk sagt mehr als tausend Worte



Mit einem ebenso einfachen wie unerwarteten Geschenk hatte Zappos einen loyalen Kunden fürs Leben gewonnen.

Ich kaufe seither alle meine Schuhe bei Zappos. Und dank einiger öffentlicher Auftritte habe ich schon mindestens 500 Leuten diese Geschichte erzählt.

Dabei ist meine Geschichte nicht einmal einzigartig.

Sie besuchen wahrscheinlich auch gewisse Geschäfte, dank kleiner Gesten und Geschenke.

Es ist sogar wahrscheinlich, dass Sie einige Kunden haben, die Ihnen treu ergeben sind, weil Sie etwas für diese Menschen getan haben.

Warum ist das so?



Eine Hand wäscht die andere

Wenn jemand etwas für Sie tut, dann sind Sie geneigt, den Gefallen zu erwidern. Dieses psychologische Phänomen ist als [Reziprozität](#) bekannt.

Einfach gesagt, zieht positive Interaktion weitere positive Interaktion nach sich. Aber lässt sich das Ganze auch messen?

Die (geringen) Kosten der Loyalität

Nehmen wir an, Sie investieren 2 Euro, um jeden neuen Kunden, der durch Ihre Ladentür tritt, zu überraschen und zu erfreuen. Wie häufig glauben Sie, wird diese Strategie aufgehen?

Gehen wir mal vom schlechtesten Fall aus und sagen, dass nur 1 % Ihrer Kunden sich entschließt, wiederzukommen.

Nur um einen einzigen Kunden von hundert zu überzeugen, haben Sie 200 Euro ausgegeben. Auch wenn die Ausbeute nicht großartig ist, so haben Sie doch ein gutes Geschäft gemacht.

Was glauben Sie, wie viel Geld ein treuer Kunde im Laufe der Jahre bei Ihnen ausgeben wird?

Werfen Sie einen Blick auf den Abschnitt [Store-Entwicklung](#) auf dieser Seite, um zu erfahren, *wie* Sie noch mehr positive Interaktion generieren können, um Ihre Kundenbindung zu verbessern. Dann lassen Sie die Kräfte der Reziprozität für Ihren Store wirken!



Von Paul Hagan, Senior Trade Marketing Manager, Wizards of the Coast



4 praktische Ideen für Giveaways

Wenn es um Giveaways geht, dann sind Promokarten eine großartige Idee. Aber Spieler lieben auch kleine Gesten, die ihre Verbundenheit mit Ihrem Store unterstreichen.

Eine schnelle Google-Suche zum Stichwort „Werbegeschenke“ produziert Unmengen an Websites, auf denen man selbstkreierte – und oft gar nicht teure – Werbegeschenke mit Logo entwerfen kann.

[Laut einer Studie](#) der Promotional Products Association International sind die erfolgreichsten Werbegeschenke:

Kleidungsstücke: 41 %

Schreibgeräte: 35 %

Getränkebehälter: 19 %

Hier für den Anfang ein paar Ideen von anderen Stores:

Aufkleber



Notizblöcke



T-Shirts mit Logo



Anstecker



Was tun Sie, um Ihre Spieler zu überraschen und zu erfreuen? [Schicken Sie uns Ihre Geschichten und Fotos per E-Mail!](#) Wir freuen uns auf Ihre Rückmeldungen!

Wie beziehen Sie neue Spieler während eines Events ein?

Diese Geschichte wurde uns von Matt Hanes geschickt, der erzählt, wie sein Sohn zum allerersten Mal ein Sammelkartenspiel spielte.



„Jimmy war von allen anwesenden Spielern der jüngste. Er war sehr nervös, und mir ging es ehrlich gesagt nicht anders. Die meisten Spieler waren Erwachsene, konnten Jimmys Aufregung aber gut nachfühlen.“

Wir spielten ein modifiziertes vorgefertigtes Starterdeck und dachten, wir hätten das ganz gut hingekriegt. Solange wir gegeneinander spielten, funktionierte es gut. Wir waren ja so was von *hoffnungslos* unterlegen.

Aber jeder dort nahm uns unter die Fittiche. Einer schenkte ihm einen Stapel Karten, damit er sein Deck verbessern konnte. Und dann schenkte er uns noch ein Deck, das viel wettbewerbstauglicher war, für unsere nächste Teilnahme an einem Turnier. Jemand schenkte ihm einen Würfel, der zu seinem Hemd passte. Spätestens dann war Jimmy einfach happy – und zappelte weiter, aber jetzt vor Freude ...

Nachdem wir auf dem 27. Platz von 29 gelandet waren, versammelten sich die Sieger und schenkten Jimmy ihre Aufnäher und noch einen weiteren Stapel Karten. Er wurde für die anderen Spieler so etwas wie ein Maskottchen, und jetzt will er bei jeder sich bietenden Gelegenheit spielen.

Obwohl er fast den ganzen Tag über verlor, hatte er doch ein einmaliges Erlebnis.“



Auf die Ausgewogenheit kommt's an!

Es ist ein altbewährtes Rezept: Beim wettbewerbsorientierten Spiel erhalten nur die Besten einen Preis. Beim freundschaftlichen, ungezwungenem Spiel werden die Preise breit gestreut.

Doch wie soll man freundschaftliches Spielen in einer kompetitiven Umgebung fördern? Und wie lässt sich kompetitives Spiel anheizen, ohne dass die freundliche und ungezwungene Atmosphäre leidet?

Diese beiden Stores haben das Rezept entdeckt. Und so stellen sie es an:

Das originelle Verlosungsprogramm von Battlezone

[The Battlezone](#) hat in einer kleinen Stadt in Florida eine blühende *Magic*-Community aufgebaut. In nur acht Monaten haben sie **mehr als 50 neue Spieler gewonnen – beinahe 60 % ihres gesamten Spielerstamms**.

Laut ihrem Organisator, Kyle Halvusen, ist dies vor allem ihrem originellen Verlosungsprogramm zuzuschreiben, das ihnen hilft, an neue Spieler heranzutreten und gleichzeitig den guten Draht zu den Stammkunden aufrechtzuerhalten.

So funktioniert es:

Überreichen Sie für jedes verlorene Spiel 1 Lotterielos (2-1 Sieg = 1 Los, 1-2 Niederlage = 2 Lose). Am Ende des Abends verlosen Sie Spielunterlagen, Deckboxen und Kartenhüllen zusätzlich zu den üblichen Preise für Platzierungen und sportliches Verhalten.

Kyle sagt, dass dies Spielern, die einen schlechten Tag haben, einen „Wohlfühl“-Moment beschert, und ihm gleichzeitig die Möglichkeit gibt, auf Spieler, die zum ersten Mal da sind, zuzugehen – besonders wenn es jüngere Spieler sind:

„Wie groß bist du?“, fragt er die Spieler und überreicht dann pro Zoll Körpergröße ein Los.



„Damit ist das Eis sofort gebrochen“, sagt Kyle. „Anschließend kommen sie immer wieder und wieder und wieder.“

„Offene Boosterpackungen“ bei Ace Comics

Wer im Rahmen von Friday Night Magic bei [Ace Comics](#) im australischen Brisbane spielt, erhält mindestens eine Boosterpackung – garantiert. Der Haken? Die Packung ist bereits geöffnet.

So funktioniert es:

Angenommen, beim FNM treten 12 Spieler an (wie am 8. August). Diese fügen 12 Boosterpackungen zum Preis-Pool hinzu (eine für jeden Spieler) und öffnen sie. Nach drei Runden dürfen die Spieler in der Reihenfolge ihrer Platzierung eine Boosterpackung wählen, und die Top 4 erhalten eine zweite, ungeöffnete Boosterpackung.

Beiden Stores kommt es darauf an, dass sich ein Sieg zwar lohnen soll, sich aber nicht *alles* ums Siegen drehen darf.

Versuchen Sie es doch gleich diese Woche bei FNM!



Der Schlüssel zu stetigem Wachstum

Friday Night Magic explodierte förmlich im letzten Sommer bei [River City Comics and Games](#).

Nach *Modern Masters* registrierte der Betreiber Joseph Scheib ein riesiges, neues Interesse am Modern-Format. Also wechselte er das Format von FNM zu Modern, wodurch **prompt die Teilnehmerzahl um 77 % im Vergleich zum vorherigen Sommer anstieg**.

Nach dem Wechsel musste er jedoch feststellen, dass er nun ausschließlich die motiviertesten Spieler ansprach und kaum mehr neue Spieler anziehen konnte.

“*„Unsere gegenwärtigen Spieler sind klasse, aber um das Spiel populärer zu machen, muss es auch zugänglich für neue Spieler sein.“* – Joseph Scheib, River City Comics

”

Eben zu diesem Zeitpunkt wurde Joseph von einem der 225 Spieler seines **Modern Pro Tour Qualifiers** angesprochen. Der Vater, ein regelmäßiger FNM-Teilnehmer, berichtete von seinem zehnjährigen Sohn, der ebenfalls Spaß an Magic hatte, sich jedoch nicht bei FNM zurecht fand.

„Er kommt mit gleichaltrigen Spielern besser zurecht“, so der Vater.

Die beiden taten sich zusammen und kamen gemeinsam zu dem Ergebnis, dass die beste Lösung ein einsteigerfreundliches Event für junge Spieler sei.



Ein neues Modell für neue Spieler

Die Idee lautete, eine Turnieratmosphäre zu schaffen und gleichzeitig eine angenehme Umgebung für junge Spieler zu gewährleisten.

Mit diesem Ziel im Kopf gestalteten Sie das Event:

- Zwei Dollar Startgebühr („Um die Turnieratmosphäre zu wahren.“)
- Moderate Gewinne („Damit es etwas zu gewinnen gibt“, was jedoch für Veteranen eher uninteressant ist.)
- REL auf „Hausregel“-Niveau („Um die Kleinen nicht zu überfordern.“)
- Ein Event alle zwei Monate („Die Eltern sollen auch nicht überfordert werden.“)

Für jeden etwas

Das erste Event hatte acht Teilnehmer, von denen einige auch an FNM teilnehmen – ein großer Erfolg, wie Joseph findet.

So wie er es sieht, ist es schon ein großer Schritt zur Erhaltung der Spielerbasis, wenn bei einem Event mit acht Spielern einer dauerhaft dabei bleibt.

Und noch wichtiger: Es ist ein tolles, entspanntes Erlebnis für jüngere Spieler und eine gute Gelegenheit, neue Freundschaften zu schließen und gemeinsam das Spiel zu erkunden, das sie so lieben. Genau so, wie es Joseph sich vorstellt.

„Ich bevorzuge die weniger wettkampflastigen und entspannten Turniere“, gesteht er.

Gute Aussichten

Joseph und seine jungen Spieler freuen sich bereits auf weitere Events. Junge Spieler sind der Schlüssel zu stetigem Wachstum.

Wie gestalten Sie packende Erlebnisse für junge Spieler? Erzählen Sie es uns: WPNStories@wizards.com



Wpn.Wizards.com

