Barça y Madrid 'pescan' en WWP, que ficha a un ex de la Euroliga

Guillermo G. Recio
10 ago 2016 - 05:00

Baile de sillas en la industria del deporte en España. La agencia austríaca de marketing deportivo WWP ha nombrado a Rayde Luis Baez como nuevo director general de la filial en el país, en sustitución de Arno Trabesinger, que a finales del pasado año fichó por el FC Barcelona como director de la oficina de Nueva York.

Baez llega a la compañía alemana tras ser el responsable de contenidos y marketing digital de la Euroliga, una figura intermedia entre los departamentos de patrocinios y de marca y comunicación. Precisamente, WWP estuvo trabajando durante los últimos años con la máxima competición europea de baloncesto en diferentes acuerdos de patrocinio.

Tal y como explica el nuevo ejecutivo de la agencia a *Palco23*, el principal reto es tener más comunicación directa con las empresas, porque a diferencia de en España, "en la región DACH (Alemania, Austria y Suiza) la compañía es muy conocida por los fundadores, los esquiadores campeones del mundo Harti Weirather y Hanni Weirather-Wenzel".

Aunque actualmente están físicamente en Madrid y Barcelona, la primera oficina se abrió en la capital catalana en 2001 para gestionar la relación con Dorna, principalmente el acuerdo por el *safety car* de MotoGP con BMW M, que a día de hoy sigue vigente. Quince años después, la compañía alemana quiere aumentar su presencia en el país, por lo que desde la incorporación de Baez "ya se han establecido relaciones comerciales con otros clubes de fútbol de la Liga Santander". Además, también seguirán gestionando proyectos de patrocinio y *hospitality* con el Real Madrid y el FC Barcelona, entre los que destaca el de coche oficial de Audi con ambos clubes.

Por otro lado, según comenta el directivo, WWP también quiere potenciar la Península Ibérica, donde cuentan con 14 empleados para convertir la filial en "la ventana hacia el mercado de Estados Unidos y Latinoamérica, a la vez que extendiendo el alcance de WWP en el Sur de Europa". Y una de las grandes apuestas del grupo es el acuerdo de D/UNIT (filial digital de WWP) con Sportradar, como catalizador de la transformación en la industria del deporte a través de la tecnología.

El cambio en la dirección general no es la única que se ha producido y no sólo el Barça ha *pescado* en WWP. El Real Madrid ha fichado a René Kohr como ejecutivo del área de patrocinios. Este directivo llega tras cuatro años en WWP, donde ha gestionado contratos como el de la casa de apuestas Bwin, la petrolera Ipic y la aerolínea Emirates.

La compañía fundada en 1987 tiene alrededor de 100 empleados repartidos en sus oficinas de Liechtenstein, Austria, España, Italia, Alemania y Abu Dhabi, desde donde gestionan todo el marketing de la escudería Toro Rosso de Fórmula-1 y algunas patrocinios de Red Bull.