

INTERVIEW MIT PATRICK OLIVER GRAF

Geschäftsführer / Managing Director
NCP engineering GmbH

Die NCP engineering GmbH ist seit Juni 2020 offiziell Hauptsponsor der Nürnberg Ice Tigers. Was sind die Gründe, die für diese Partnerschaft sprechen?

Wir sehen mehrere Faktoren, die für die Partnerschaft sprechen. Zum einen hatte Thomas Sabo sein Engagement nicht verlängert, was uns überhaupt erst die Möglichkeit gab, intern über ein weiteres Sportsponsoring nachzudenken. In den vergangenen Jahren hat NCP mit dem WTA-Turnier in Nürnberg bereits ein großes Sportereignis in der Region unterstützt. Die Sportbegeisterung bei NCP ist groß, nicht nur in der Geschäftsleitung, sondern auch bei unseren Kolleginnen und Kollegen. Eishockey verfügt grundsätzlich über ein positives Image. Die Ice Tigers sind ein seriös geführter Verein mit einer professionellen Geschäftsführung, der über ein starkes Umfeld und tolle Fans verfügt. Als international tätiges Unternehmen aus Nürnberg die Ice Tigers als Hauptsponsor unterstützen zu dürfen, macht es für uns zu etwas ganz Besonderem.

Welche Rolle hat bei der Entscheidung für das Engagement gespielt, eine neue Ära in Nürnberg aktiv mitprägen zu können?

Das Ganze war eine wohlüberlegte Entscheidung, gerade in dieser schwierigen Zeit, in der niemand wusste, ab wann wieder Normalität und damit auch Planungssicherheit herrscht. Das Positive hat in der Gesamt-Betrachtung ganz klar überwogen einen Neubeginn mit unterstützen zu dürfen. Zumal wir ja schon zuvor zum Pool der Sponsoren der Ice Tigers gehörten – eben nur in kleinerem Rahmen. Und daraus ist in der Konsequenz unsere Entscheidung entstanden.

NCP ist als Marke deutlich sichtbar in der Arena und auch auf den Trikots der Mannschaft. Aber auch mit interaktiven Formaten wie beispielsweise der Pre-Game-Show auf Facebook. Was macht für Sie den perfekten Mix aus?



Der Mix aus Live-Zuschauern in der Arena und der Medien-Präsenz durch beispielsweise Magenta Sport wäre das Optimum. Als Unternehmen aus der digitalen Branche wollen wir natürlich auch die Fans auf digitalen Plattformen wie Facebook und Instagram mitnehmen, um NCP und die Menschen, die hinter der Marke NCP stehen, vorzustellen. Gemeinsam mit den Ice Tigers wollen wir den Fans mehr Einblicke bieten und sehen solche Formate als sinnvolle und logische Ergänzung zu unserer Markenpräsenz. Am schönsten wäre es natürlich, bald wieder Live-Zuschauer in der Arena begrüßen zu dürfen.

Welchen Effekt erhofft sich NCP als IT-Dienstleistungsunternehmen für sichere digitale Kommunikation und Remote-Work-Lösungen durch das Sponsoring?

Wir sind Software-Hersteller und als solcher Marktführer im Bereich Remote Work, das vielen eher unter den Begriffen Homeoffice oder mobiles Arbeiten begegnet. Unsere Technologie steckt in vielen Produkten, die weltweit genutzt werden. Da sind wir quasi ein Hidden Champion. NCP war auch schon vor dem Sponsoring bekannt, durch die Kooperation mit den Ice Tigers erzielen wir einerseits eine noch größere regionale Bekanntheit und erhöhen auf der anderen Seite unsere überregionale Sichtbarkeit.

Das Engagement begann unter erschwerten Bedingungen für den Eishockeysport durch die Corona-Pandemie. Mal ehrlich, wie sehr hat auch NCP auf den Saisonstart hingefiebert und die Ice Tigers bei dem Prozess begleitet?

Tatsächlich sind wir unter erschwerten Bedingungen gestartet. Wir haben uns zunächst darauf konzentriert, das

Sponsoring mit Leben zu füllen, das braucht aber einige Vorbereitungszeit. Dabei hatten beide Teams – also die Ice Tigers und wir von NCP – sehr schnell zusammengefunden und zwischen uns ist ein richtig guter Spirit entstanden. Natürlich waren wir letztlich gespannt und auch ein wenig angespannt, wann es losgeht, auch wenn wir uns im Prinzip sicher waren, dass gespielt werden wird. Als das finale Go kam, waren wir dennoch alle ein Stückweit erleichtert, da beide Seiten intensiv auf den Saisonstart hingearbeitet hatten. Und jetzt fiebern wir vor allem auf Magenta Sport mit. Anders geht es leider momentan nicht.

Wie hat NCP als Unternehmen der digitalen Branche diese Zeit, in der Homeoffice-Lösungen verstärkt gefragt sind, wahrgenommen und welche aktuellen Erfahrungen aus der Praxis können Sie mit uns teilen?

NCP hat sich schon vor der Pandemie mit diesen Themen befasst und Technologien entwickelt, die mobiles Arbeiten und Homeoffice ermöglichen. Die auf einen Schlag veränderte Situation durch die Pandemie und der damit einhergehend rasant gestiegene Digitalisierungsbedarf, um Unternehmen produktiv zu halten, hat uns gewissermaßen zusätzlich in die Karten gespielt. Und doch ist es am Ende wie im Sport, das haben wir auch selbst so erlebt: Es ist gut, starke Einzelakteure zu haben. Erfolgreich ist allerdings nur, wer den Teamgedanken lebt, zusammenhält und es schafft, dabei gut miteinander zu kommunizieren. Dabei ist natürlich auch die Führung gefragt, den Zusammenhalt aktiv zu fördern und hochzuhalten.

Wer sind die größten Eishockeyfans bei Ihnen im Unternehmen?

Ich kann mit Sicherheit sagen, dass wir in jeder Abteilung Eishockeyfans haben, natürlich vor allem der Ice Tigers. Wir haben intern eine Task Force aus Mitarbeitern gegründet, die sich zusätzlich zum Tagesgeschäft auch mit dem Thema Ice Tigers und unserem Sponsoring beschäftigen. So haben wir auch intern eine schlagkräftige Truppe, die motiviert an die Umsetzung mit dem Team der Ice Tigers geht. Das macht uns allen großen Spaß und zeigt, dass wir unser Sponsoring aktiv leben. ■