

Een clubtattoo

Prinker

Het toppunt van toewijding: het logo van je favoriete club vereeuwigen op je lichaam. Sommige supporters gaan zo ver dat zij het clublogo of (gewonnen) prijzen laten tatoeëren op hun huid. Maar niet iedereen zit natuurlijk op zo'n permanente lichaamsversiering te wachten. Daarom zijn er nu een aantal sportclubs die tijdelijke tattoos zetten en verkopen voorafgaand aan wedstrijden. Het is een nieuw verdienmodel en vergroot betrokkenheid bij de club.

29-09-2023



Ontstaan

Voor deze good practice spraken wij met Prinker, een Koreaans bedrijf welke de tattoo printer heeft bedacht. Drie engineers van Samsung Electronics hebben in 2015 de eerste tattoo printer ontwikkeld met waterresistente, cosmetische inkt. Het idee is ontstaan in Korea waar tattoos niet geaccepteerd zijn. Hierdoor worden de tattoos voor feesten op het lichaam geprint en de volgende dag voor werk weer makkelijk verwijderd met zeep of make-upremover. Ondertussen is het bedrijf internationaal gegroeid met winkels in Frankrijk en Engeland en worden de printers zowel persoonlijk als professioneel ingezet.

Hoe werkt het?

Via de Prinker app kunnen er tattoos geüpload en ontworpen worden. Binnen 30 seconden kan dit ontwerp naar de printer zijn gestuurd en op de huid geprint worden. Het is mogelijk om één design achter elkaar door op de huid te printen. Nog leuker is dat supporters ook zelf een plaatje kunnen ontwikkelen om op hun eigen lichaam te printen. Daarnaast kan dit zowel met kleur als in zwart wit. Deze mogelijkheden bieden op professioneel vlak verschillende verkoopmogelijkheden.

Praktijkvoorbeelden

De Prinker printer is al bij meerdere evenementen en clubs ingezet. Zo is het product onder andere in gebruik bij de LA Lakers, tijdens de Barcelona marathon en tijdens de Europa League finale van Sevilla tegen Roma. Op deze manier biedt de club of het evenement een unieke ervaring en speciale interactie en binding met de aanwezigen of fans. Ze worden letterlijk onderdeel van de club en het geeft een samenhangingsgevoel.

Daarnaast kan deze fysieke interactie nog verder uitgebreid worden naar een digitale ervaring. Een voorbeeld hiervan is van Spotify en een Koreaanse band genaamd Black Pink. Met deze samenwerking heeft de band een Spotify barcode ontwikkeld van een van de eigen nummers. Zodra deze op de huid was geprint kregen fans toegang tot exclusieve content.



Een andere mogelijkheid is nog het posten van de tattoo onder een bepaalde hashtag waarmee bijvoorbeeld prijzen worden verloot. Hiermee wordt zowel de online als offline engagement met de fans vergroot.

Of het nou voor de sier is of zelfs als toegangsbewijs: met deze printer geef je bezoekers eenvoudig een tijdelijke tattoo. Je kunt het ter plekke ontwerpen en printen op de huid.



Vragen over Prinker? Of heeft jouw club ook een mooi voorbeeld wat het delen met je betaald voetbal collega's waard is? Neem contact op met KNVB Expertise via expertise@knvb.nl.