

Pressemitteilung

„HANDBALL - ES LEBE DER SPORT“: Mitmach-Kampagne des deutschen Handballs macht sich stark für authentischen und ehrlichen Sport

Handball wirbt mit provokanten Sprüchen, Motiven und Spots auf allen Plattformen für authentischen und ehrlichen Sport

Köln, 8. März 2017 - Handballdeutschland hat die bundesweite Image-Kampagne „Handball – Es lebe der Sport“ gestartet. Die Kampagne will die Aufmerksamkeit und den gesellschaftlichen Stellenwert des Handballs in Deutschland erhöhen, indem sie Attribute des Handballs, wie authentisch, leidenschaftlich, echt und ehrlich mit provokanten Sprüchen, Motive und Spots plakativ in Szene setzt.

Initiatoren sind die DKB Handball-Bundesliga mit ihren 38 Erst- und Zweitligaklubs, der deutsche Handballbund (DHB), die 18 Landesverbände sowie die Handball-Bundesliga der Frauen und deren Klubs. Zusätzliche Schlagkraft gewinnt die Image-Kampagne durch die Unterstützung zahlreicher prominenter National- und Vereinsspieler, die sich mit der Imagekampagne identifizieren. Die Kampagne, die ausdrücklich alle Handball- und Sportbegeisterten zum Mitmachen animieren will, hat eine Laufzeit bis mindestens 2019. Ein Jahr vor den olympischen Sommerspielen 2020 in Tokio sind die Nachbarländer Dänemark und Deutschland Gastgeber der Handballweltmeisterschaften der Männer. Bereits im Dezember 2017 ist Deutschland Gastgeber der Frauen-Weltmeisterschaften.

Neben Partnersendern des Handballs, setzt die Kampagne auf die Nutzung digitaler Kanäle und bundesweiter Out of Home-Maßnahmen. Dies insbesondere an den Bundesligastandorten und weiteren Städten, in denen Handballhighlights ausgetragen werden. Aktiviert wird die Kampagne in allen Spielstätten der Bundesligisten durch Face to Face-Kommunikation sowie durch Bandenwerbung und Anzeigen in Vereinspublikationen und Printmedien. Im Bereich Online wird die Kampagne durch kurze Virals visualisiert. Herzstück der Kampagne „Handball – Es lebe der Sport“ ist die Landingpage www.handball-

es-lebe-der-sport.de. Sie bietet einen umfassenden Überblick auf alle Bestandteile der Kampagne. Sämtliche Anzeigenmotive, die provokante Slogans mit Action-Szenen prominenter National- und Klubspieler kombinieren, können von der Landingpage ebenso kostenfrei heruntergeladen und verwendet werden, wie die polarisierenden Spots. In Abstimmung mit den Initiatoren ist es zusätzlich möglich, vorhandene Anzeigenmotive zu individualisieren, bzw. klubspezifisch anzupassen. Wie das funktioniert, zeigt anschaulich die filmische Gebrauchsanleitung der Kampagne mit Handballlegende Andreas „Der Hexer“ Thiel.

Jürgen Schweikardt, Vorsitzender der AG Markenentwicklung und Geschäftsführer des TVB Stuttgart 1898: „Wir wollen Handball so inszenieren, wie er ist: unverkrampft und echt. Dafür sind unsere Anzeigenmotive und Spots ein gutes Beispiel. Wir wollen mit der Kampagne Markenstärkung mit gesellschaftlicher Relevanz verbinden. Wir wollen ein Zeichen für Vielfalt und gegen Monokultur im Sport setzen. Die Chancen sind gut, denn wir greifen mit unserer Initiative die Sehnsucht sportbegeisterter Menschen nach sauberem, fairem und authentischem Sport auf“.

Die Initiatoren: Die für zunächst drei Jahre konzipierte Kampagne wird von der DKB Handball-Bundesliga mit ihren 38 Erst- und Zweitligavereinen, dem deutschen Handballbund (DHB) und seine Nationalmannschaften sowie der Handball-Bundesliga der Frauen getragen. Auch die Landesverbände und alle Vereine in Handball-Deutschland begleiten die Kampagne. Neben den Profi- und Spitzensportverbänden ist es Ziel, dass sich auch der Breitensport des Handballs in die Kampagne „Handball-Es lebe der Sport“ einbringt.

Medienkontakt:

Oliver Lücke, Leiter Unternehmenskommunikation

DKB Handball-Bundesliga

Tel.: 02203 98 96 7 17

Mobil: 0163 2043757

Email: luecke@dkb-handball-bundesliga.de