

PRESSE INFO



20. Juli 2016

NÜRNBERGER Versicherung wird Haupt- und Trikotsponsor des 1. FC Nürnberg – zwei starke Marken am Standort Nürnberg verbinden sich

- **NÜRNBERGER Versicherung will über das Sponsoring Bekanntheit und Image steigern**
- **Umfassendes Sponsoringpaket beinhaltet u.a. TV-relevante Bandenpräsenz, eine starke Stadionpräsenz, digitale Werbung, Presentingrechte und Ticketkontingente**
- **Vereinbarung wurde für zunächst drei Jahre mit weitreichenden Verlängerungsoptionen geschlossen**
- **Abschluss wurde von Vermarktungspartner des 1. FC Nürnberg, Lagardère Sports, begleitet**

Die NÜRNBERGER Versicherung wird ab Beginn der kommenden Spielzeit offizieller Hauptsponsor, offizieller Versicherungspartner und Trikotsponsor des 1. FC Nürnberg. Die Partnerschaft gilt für die 2. Bundesliga und Bundesliga und wurde zunächst für drei Jahre mit weitgehenden Verlängerungsoptionen geschlossen. Sie umfasst neben der Trikotbelegung ein umfassendes Sponsoringpaket, u.a. mit einer umfangreichen TV-relevanten Bandenpräsenz, einer starken Stadionpräsenz, digitaler Werbung, Presentingrechten und Ticketkontingenten.

Die NÜRNBERGER Versicherung, die mit knapp 5 Milliarden Euro Umsatz im Jahr 2015 zu der Spitzengruppe der deutschen Versicherer gehört, geht mit diesem Sponsoring neue Wege in ihrem Marketing. Das Unternehmen befindet sich aktuell in einem Prozess des Wandels, in dem es unter anderem seine Marke neu ausrichtet und mit seinem Sponsoring seine Markenbekanntheit und sein Markenimage als modernes Unternehmen der Versicherungswirtschaft bei seinen Zielgruppen ausbauen will. Über die wirtschaftlichen Konditionen der Zusammenarbeit wurde Stillschweigen vereinbart.

„Freuen uns auf die Partnerschaft“

Dr. Armin Zitzmann, Vorstandsvorsitzender der Dachgesellschaft der NÜRNBERGER Versicherung, erläutert die Motivation des Unternehmens für sein Engagement beim 1. FC Nürnberg: „Mit unserer Partnerschaft mit dem 1. FC Nürnberg verbinden sich zwei starke Nürnberger Standortmarken – es kommt zusammen, was sehr gut zusammen passt – und dies zum ersten Mal seit 116 Jahren. Die NÜRNBERGER Versicherung hat sich für eine Partnerschaft mit dem 1. FC Nürnberg und für ein Engagement im Fußball entschieden, weil beides hervorragend zu unserer Strategie und sehr wahrnehmbar auf unsere im Wandel begriffene Markenpositionierung passt: Fußball steht für Emotionen, der Club für seinen Team- und Kampfgeist und sein Engagement für die Fans und seinen Erfolg. Genau in diesem Verständnis will die NÜRNBERGER ihre Kunden und auch Mitarbeiter als modernes Versicherungsunternehmen mit ihren Leistungen überzeugen. Um dies bestmöglich zu transportieren, bietet ein erfolgreicher Traditionsverein wie der 1. FC Nürnberg eine ebenso aufmerksamkeits- wie reichweitenstarke Plattform. Wir verstehen unser Engagement als einen Schritt hin zu einer moderneren und zeitgemäßen Markenkommunikation und werden für unsere Kunden und Standorte das Sponsoring bundesweit in unserer Kommunikation einbinden. In diesem Sinne freuen wir uns auf unsere Partnerschaft mit dem Club.“

„Für den 1. FC Nürnberg ist es ein absoluter Glücksfall, dass wir mit der NÜRNBERGER Versicherung eine starke Standortmarke, die zudem wie wir die Stadt Nürnberg im Namen führt, als Sponsor und Partner gewinnen konnten“, sagt Michael Meeske, Kaufmännischer Vorstand des 1. FC Nürnberg. „Dieser Vertrag ist nicht nur ein wichtiger Schritt für die Konsolidierung unserer wirtschaftlichen Basis. Die NÜRNBERGER Versicherung kann mit ihrer unternehmerischen Entwicklung darüber hinaus auch wichtige Unterstützung bei der zukunftsweisenden Entwicklung der Organisation des 1. FCN leisten. Mit der NÜRNBERGER verbindet uns dabei weit mehr als nur unsere Nachbarschaft am Standort. Eine Partnerschaft, bei der alles passt und auf die der Club sich sehr freut.“

Partnerschaft umfasst breites Rechtepakete

Die Partnerschaft, deren Abschluss vom Vermarktungspartner des 1. FC Nürnberg, Lagardère Sports, begleitet wurde, umfasst für die NÜRNBERGER neben der Präsenz auf dem Trikot und der übrigen Sportbekleidung zahlreiche weitere Rechte. Hierzu zählen unter anderem eine eigene Loge, eine breite Präsenz auf Banden, Werbe-Spots auf den Videowalls zu jedem Heimspiel, Promotionaktionen für Kunden und Mitarbeiter, Meet & Greet mit Spielern und Club-Verantwortlichen, „Sponsor of the day“-Maßnahmen sowie weitere Rechte. Die NÜRNBERGER wird diese Rechte mit einer umfassenden Aktivierungsstrategie ihres Sponsorings begleiten, von der Kunden wie Mitarbeiter gleichermaßen profitieren sollen.

Neben ihrem Sponsoring des 1. FC Nürnberg ist die NÜRNBERGER auch im Tennis- und Reitsport aktiv. Seit vielen Jahren engagiert sie sich als Förderer im internationalen Spitzentennis. Das WTA-Turnier um den NÜRNBERGER Versicherungscup bietet dabei seit 2013 die Möglichkeit, in Nürnberg Weltklasse-Damentennis live zu erleben. Im Reitsport ist der NÜRNBERGER BURG-POKAL, eine Turnierserie für sieben- bis neunjährige Dressurpferde, seit rund einem Vierteljahrhundert das Herzstück des Pferdesport-Engagements der NÜRNBERGER Versicherung. Zudem ist die NÜRNBERGER Sponsor zahlreicher Aktivitäten in Kultur, Wissenschaft und Sozialem, unter anderem Förderer der weltweit einmaligen Internationalen Gluck-Opern-Festspiele, die als kultureller Leuchtturm bei der Ernennung der Region zur Europäischen Metropolregion Nürnberg mit ausschlaggebend waren.