

PRESSEMITTEILUNG

AOK und DHB bauen Kooperation aus

Gesundheitskasse wird Partner der DHB-Frauen

Hamburg/Dortmund, 17. August 2017 – Die AOK und der Deutsche Handballbund (DHB) erweitern ihre exklusive Gesundheitspartnerschaft. Die Gesundheitskasse engagiert sich künftig auch bei der deutschen Frauen-Nationalmannschaft. Das Logo der AOK ziert deshalb ab sofort neben den Trikots des Männer-Europameisters auch die des Gastgebers der Weltmeisterschaft 2017 der Frauen. Der erste Auftritt als offizieller Gesundheitspartner der Ladies wird am 27. September 2017 in Oldenburg das Länderspiel gegen Litauen sein. Dabei geht es bereits um die Qualifikation zur EHF EURO 2018. Die von Lagardère Sports, dem exklusiven Vermarktungspartner des Deutschen Handballbundes, vermittelte Partnerschaft ist vorerst bis zum 31. Dezember 2019 ausgelegt.

Die AOK erhält im Rahmen der Partnerschaft ein umfangreiches Leistungspaket und wird neben der prägnanten Logo-Präsenz auf dem Trikot unter anderem auch auf den TV-relevanten Banden, Bodenklebern sowie auf dem Medizinkoffer der Mannschaftsärzte am Spielfeldrand zu sehen sein. Darüber hinaus decken PR-, Promotion- und Online-Aktionen das umfangreiche Leistungspaket ab.

„Die Gesundheitskasse AOK und der Deutsche Handballbund haben es sich zur Aufgabe gemacht, den Breitensport zu fördern und vor allem junge Menschen für Bewegung zu begeistern. Mit ihrem vorbildlichen Auftreten und ihren engagierten Leistungen haben die Bad Boys seit Bestehen der Kooperation wesentlich dazu beigetragen. Das zeigt auch das ungebrochene Interesse an den gemeinsamen Projekten wie dem AOK Star-Training und den Grundschulaktionstagen. Kinder und Jugendliche orientieren sich gern an Vorbildern und dazu zählen auch die Ladies der Frauen-Nationalmannschaft. Mit ihrer Unterstützung wollen wir nun weitere Potenziale schöpfen und die erfolgreiche Zusammenarbeit ausbauen. Mit Clara Woltering haben wir übrigens schon dieses Jahr eine Schirmherrin beim AOK Star-Training an Bord“, sagt Martin Litsch, Vorsitzender des Vorstands des AOK Bundesverbandes. „Ich persönlich freue mich natürlich wieder auf einen großen Wettbewerb vor heimischer Kulisse. Eine WM im eigenen Land ist immer etwas Besonderes. Es wäre schön, wenn im Anschluss an die WM vor allem auch viele Mädchen den Weg in die Handballvereine finden.“

„Die AOK ist bereits seit 2014 ein starker, verlässlicher und aktiver Partner des Deutschen Handballbundes. Mit dem AOK Star-Training haben wir gemeinsam eine sehr erfolgreiche Marke geschaffen, die auf unsere großen Ziele Prävention und Mitgliedergewinnung einzahlt. Umso mehr freuen wir uns gut 100 Tage vor der WM im eigenen Land über die Ausweitung des Engagements und die Unterstützung auch unserer Frauen-Nationalmannschaft“, sagt Mark Schober,

Generalsekretär des Deutschen Handballbundes. „Das erweiterte Engagement der AOK unterstreicht die Attraktivität des Handballsports in seiner Gesamtheit. Ein gesundes Leben zählt auch zu unseren Zielen. Mit unseren Nationalmannschaften helfen wir der AOK, ihre Kommunikationsziele als Gesundheitskasse zu erreichen.“

„Mit Hinblick auf die Turniervorbereitung zur Weltmeisterschaft im eigenen Land sind verlässliche Partner wie die AOK für die Ladies enorm wichtig. Die AOK profitiert von dem medialen Interesse und Präsenz des Handballsports im Rahmen der Weltmeisterschaft und kann dies für die eigene Kommunikation effektiv nutzen“, ergänzt Christian Hesselbach, Senior Director Sports bei Lagardère Sports.

Über die AOK

Seit mehr als 125 Jahren steht die AOK als größte Krankenversicherung in Deutschland für Sicherheit und umfassende medizinische Versorgung im Krankheitsfall. Die AOK versichert mehr als 25 Millionen Menschen – fast ein Drittel der Bevölkerung. Im Rahmen ihres Präventionsengagements kooperiert die AOK seit 2014 mit dem Deutschen Handballbund, unter anderem bei gemeinsamen Projekten wie den Grundschulaktionstagen oder als exklusiver Gesundheitspartner der Männer-Nationalmannschaft. Aufgrund der bisher sehr erfolgreichen Zusammenarbeit wird das Engagement der Gesundheitskasse 2017 auch auf die Nationalmannschaft der Frauen ausgeweitet.

Über Lagardère Sports Germany

Hervorgegangen aus SPORTFIVE und als Teil der global agierenden Sportmarketingagentur Lagardère Sports and Entertainment, ist Lagardère Sports in Deutschland an 18 Standorten vertreten und bietet als Pionier und Markttreiber Expertise, Marketingrechte sowie Dienstleistungen für wertstiftende Partnerschaften in der Sportvermarktung. Neben dem Kerngeschäft Fußball agiert Lagardère Sports in Deutschland auch auf weiteren reichweitenstarken Plattformen im Handball-, Winter- und Motorsport. Weitere Informationen unter www.lagardere-se.com

PRESSEKONTAKT

- Kristin Podewils – Manager Corporate Communications
T +49 (0)40 37 67 71 48 - E kpodewils@lagardere-se.com