Etats und Kampagnen

Die **FXFlat Bank AG**, Ratingen, wird künftig den niederländischen Fußballverein VVV Venlo als Sponsoring-Partner unterstützen. Der deutsche Onlinebroker weitet damit sein Engagement im Sportbereich auf die Niederlande aus, wo er seit kurzem als Anbieter tätig ist. Die Partnerschaft hat in der laufenden Saison 2021/22, konkret am 1. Februar 2022 begonnen. Für diese Spielzeit, die am 30. Juni dieses Jahres endet, umfasst das Sponsoring-Paket bereits eine ganze Reihe von Maßnahmen. So wird der Onlinebroker via Presseankündigung als neuer Partner des Vereins über die Club-Kanäle vorgestellt. Im Rahmen der Spiele des VVV Venlo wird für jeweils 20 Sekunden vor der Begegnung, in der Halbzeit sowie nach dem Spiel ein Videowall-Commercial eingespielt. FXFlat darf zudem das VVV-Venlo-Logo als offizieller Partner des Vereins nutzen. Im Gegenzug wird das Logo des Brokers auf E-Tickets, im Business-Bereich des Stadions sowie im Business-Newsletter platziert.

Zu den Leistungen im Rahmen des Engagements zählen zudem ein Flex Partner Business Seats Paket mit acht flexibel in der Saison einsetzbaren Business-Einzel-Tickets sowie die Mitgliedschaft im Business-Club des VVV Venlo, die unter anderem mit Business-App-Accounts verbunden ist. Wöchentliche Vereinsinformationen sollen über einen deutschen Newsletter veröffentlicht werden. In der kommenden Saison 2022/23, die ab dem 1. Juli beginnt, wird die Sponsoring-Partnerschaft noch einmal ausgeweitet. Dann erhält FXFlat zusätzlich die Gelegenheit, sich pro Heimspiel für zwei Minuten im Zuge einer LED-Bandenwerbung (Full-Ring) zu präsentieren. Ein „Sponsor of the Day Paket", in dem sechs Business-Tickets und umfassende Kommunikationsmaßnahmen rund um das betreffende Heimspiel enthalten sind, kommt ebenso hinzu wie die Ausweitung des Flex Partner Business Seats Pakets auf dann 16 flexibel in der Saison zu nutzende Business-Einzel-Tickets.

Als Grund für das neue Engagement von FXFlat beim VVV Venlo führt der Broker nicht zuletzt die regionale Verbundenheit an: Venlo ist keine 30 Autominuten vom deutschen Stammsitz des Unternehmens entfernt. In Deutschland ist FXFlat bereits Sponsor von mehreren Traditionsclubs, so etwa des Fußballvereins Fortuna Düsseldorf und des Eishockey-Clubs Düsseldorfer EG.

Die Versicherungsgruppe **die Bayerische** bleibt auch 2022 offizieller Versicherungspartner von BIG und Hauptsponsor beim BIG League-of-Legends-Team, das im Jahr 2021 beide deutschen Meistertitel gewinnen konnte. Anfang des vergangenen Jahres 2021 hat die Bayerische mit BIG das Engagement in der Welt des elektronischen Sports gestartet. In der kommenden Saison wird sie weiterhin als offizieller Versicherungspartner von BIG fungieren und ihr Engagement beim League-of-Legends-Team als Hauptsponsor weiter ausbauen. Zusätzlich wird das Unternehmen auch im Jahr 2022 als Partner des erfolgreichen Trackmania-Fahrers Dennis „Massa" Lotze sowie beim Starcraft-2-Profispieler Tobias „ShoWTimE" Sieber auftreten.

Ein wichtiger Teil der Partnerschaft im vergangenen Jahr war die Kreation des neuen Spielertrikots des League-of-Legends-Team für die Saison 2022. Im Rahmen Trikot-Kampagne konnten BIG Fans ihre Entwürfe einsenden. Im Anschluss wurden die besten Vorschläge zur Wahl gestellt und mit Preisen honoriert. Das Gewinner-Trikot dient seit Anfang Januar als offizielles Spieler-Trikot der League of Legends.

Die am 30. August 2021 gestartete Employer-Branding-Kampagne der **ING** geht online in die zweite Runde. Im Herbst 2021 hatte die ING in Frankfurt und Nürnberg an Bahnhöfen, am Flughafen und anderen gut besuchten Orten mit Plakaten auf ungewöhnliche Weise

Vantage wird Sponsor von McLaren Racing Extreme-E

Der internationale Multi-Asset-Broker – Vantage hat eine mehrjährige Partnerschaft mit McLaren Racing als offizieller Partner des McLaren Extreme E (MX)-Teams bekannt gegeben. Die Extreme E-Rennserie ist ein neues Konzept im Motorsport, bei denen die Teams in elektrischen SUVs Geländefahrten in entlegene Gebiete der Welt unternehmen, um auf die Auswirkungen des Klimawandels aufmerksam zu machen. Die Partnerschaft zwischen Vantage und McLaren Racing ist ein Zusammenschluss zweier gleichgesinnter, weltweit anerkannter Marken, die an dieselben Werte glauben: Nachhaltigkeit und Vielfalt sowie Gleichstellung der Geschlechter, Inklusion und Repräsentation. Gleichzeitig möchten sie für die Auswirkungen des Klimawandels sensibilisieren.

Vantage schließt sich dem MX-Team von McLaren für seine Debütsaison in der Rennserie an, die erst zum zweiten Mal stattfindet. Das Branding ist auf der Chassis-Seite und dem Dach des McLaren MX-Rennwagens angebracht. Die Fahrer Tanner Foust und Emma Gilmour tragen während der fünf Rennen der diesjährigen Saison außerdem die Vantage-Farben auf ihrem Rennoverall.

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH

um Mitarbeiter geworben. Den Motiven lag eine Mitarbeiterumfrage zugrunde, bei der Mitarbeiter verschiedenen Aussagen zur Unternehmenskultur zustimmen oder sie ablehnen konnten. So hieß

es beispielsweise „Bei uns kannst Du alles tragen. Sogar Nadelstreifen. 90 Prozent unserer Kolleg*innen stimmen zu" oder auch „Bei der ING entwickelst Du nicht nur Software, sondern auch Dich selbst. 85 Prozent unserer ITler*innen stimmen zu." Online kommen jetzt weitere Motive dazu – etwa zu den Themen Work-Life-Balance oder Diversity.

Das Insurtech-Unternehmen **Wefox** ist neuer Premium-Partner und offizieller Versicherer des AC Mailand. Als Teil der Vereinbarung trägt die Rückseite der Trikots der Herrenmannschaft seit dem 25. Februar das Logo des Insurtechs.

Künftig soll es in allen Spielen der Serie A und der Coppa Italia sowie in allen Freundschaftsspielen zu sehen sein. Mit diesem Engagement untermauert das 2015 gestartete Unternehmen seine Expansion in den italienischen Markt im März 2022.

Im Pitch um die Etats für Kreation und Markenstrategie der **Signal Iduna** hat sich der bisherige Etathalter KNSK Group durchgesetzt. Die Hamburger Agentur ist bereits seit 2017 Leitagentur des Versicherungskonzerns in den Bereichen Markenstrategie, Corporate Design, Awareness- und Produktkampagnen und interne Transformationskommunikation.

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH