

#01 THW KIEL – DIE CHAMPIONS- MARKE

Inhalt

| | |
|---------------------------------------|----|
| #01 THW Kiel – die Championsmarke | 02 |
| #02 Regional perfekt im Spiel | 04 |
| #03 Nationaler Champion in Print & TV | 06 |
| #04 International eine Macht | 08 |
| #05 Werden Sie Teil unseres Netzwerks | 10 |

WER GEWINNEN WILL, SETZT AUF DEN THW

So einfach liest sich das Ergebnis der verschiedenen Marktstudien rund um den THW Kiel und Handball in Deutschland und Europa. Ausschlaggebend für diese Auszeichnung sind der permanente sportliche Erfolg in Meisterschaft, Pokal und Champions League sowie ein konsequenter Markenaufbau über alle Vereins- und Ländergrenzen hinweg.

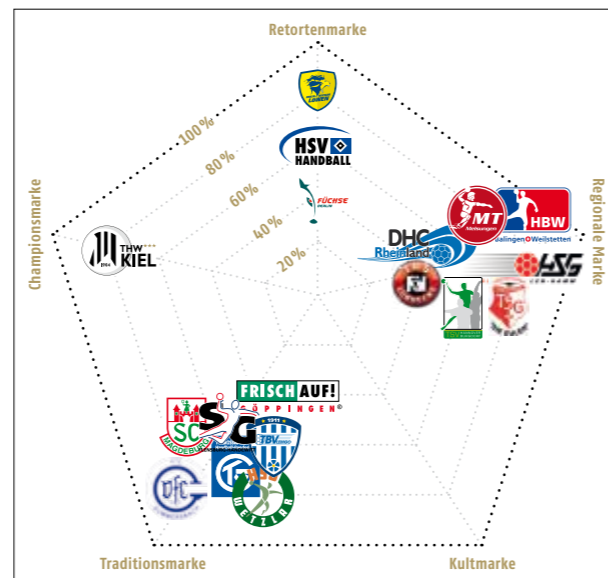
„SICH BEIM THW ZU POSITIONIEREN, HEISST MITSPIELEN AUF HÖCHSTEM NIVEAU.“

Setzen Sie auf Begeisterung und Synergien. Der THW Kiel vereint wie kein zweiter Verein in der Handball-Bundesliga internationalen Spitzensport, beste Unterhaltungs- und Sympathiewerte über die Vereinsgrenzen hinweg mediale Reichweite und besitzt dazu noch das größte Fanpotenzial in Deutschland.

„ALLES, WAS GEHT.“

Als Top-Märke bietet der Club darüber hinaus sowohl seinen Fans als auch seinen Partnern und Sponsoren alle Möglichkeiten, diesen Erfolg mitzuleben und für die eigenen Ziele zu nutzen. THW bedeutet mehr als Handball. THW ist Erfolg. Für regionale, nationale und internationale Partner.

THW KIEL – DIE EINZIGE CHAMPIONSMARKE IN DER HBL



© QUELLE: Studie „Marken im deutschen Profisport“ 2011

17 MAL DEUTSCHER MEISTER

1957, 1962, 1963, 1994, 1995, 1996, 1998, 1999, 2000, 2002, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010 und 2012



3 MAL CHAMPIONS-LEAGUE-SIEGER

2007, 2010 und 2012



8 MAL DHB-POKALSIEGER

1998, 1999, 2000, 2007, 2008, 2009, 2011 und 2012



3 MAL EHF-POKALSIEGER

1998, 2002 und 2004



5 MAL SUPERCUPSIEGER

1995, 1998, 2005, 2007, 2008 und 2011



1 MAL SUPER-GLOBE-SIEGER

2011



#02 REGIONAL PERFEKT IM SPIEL

DIE BESTEN PLÄTZE DES THW

Es gibt viele Möglichkeiten, sich und seine Marke beim THW Kiel optimal ins Spiel zu bringen. Die Sparkassen-Arena und das unmittelbare THW-Umfeld bieten Sponsoren und Partnern ein vielfältiges Angebot, in einzigartiger Atmosphäre neue Kontakte zu knüpfen und die eigene Markenbekanntheit zu steigern – ob in der exklusiven THW-Business-Lounge oder direkt am und rund ums Spiel- bzw. Spielergeschehen.

Schon heute nutzen über 200 Unternehmen den THW als ihre Plattform und setzen auf die Synergieeffekte einer exklusiven Kooperation sowie auf den hoch-emotionalen Mehrwert des sportlichen Groß-Ereignisses.

IHRE MARKE IN BESTER GESELLSCHAFT

Regionale und nationale Unternehmen gehören schon seit Jahrzehnten unzertrennlich zum Erfolg des THW Kiel.



ÜBER 250.000 LIVE-KONTAKTE BEI HEIMSPIELEN

Das ist Liga-Spitze und heißt für Sponsoren und Partner: Wer sich in der Sparkassen-Arena-Kiel platziert, wird gesehen. Soviel steht fest. Ob mit der eigenen Werbebande, durch Trikotsponsoring oder dem Logo auf der TV-Rollbande.



NEU:

LED-Video-Würfel in der Sparkassen-Arena im 16:9-Format für Video-Spots (30 sec), Presenting-Spots (z. B. Time-Out) und Spieler-Patenschaften.



HIER TRIFFT SICH DAS BUSINESS

Auch wenn es beim THW Kiel vorrangig um Spitzen-Handball geht, gibt es vor und nach dem Spiel sowie in der Halbzeitpause immer noch genug Zeit, Geschäftliches auszutauschen, Kontakte zu Kunden, Partnern und Mitarbeitern zu pflegen oder einfach nur den Tag in der exklusiven und gemütlichen Ambiente der VIP-Business-Lounge ausklingen zu lassen. Natürlich mit exzellenter Bewirtung von unserem lang-jährigen und herausragenden Caterer.

Wer darüber hinaus die Nähe zu regionalen Partnern, THW-Sponsoren oder zum Team sucht, hat die Möglichkeit, über den THW-Sports-Treff und Zebra-Club Teil des THW-Netzwerkes zu werden. Mehr Informationen erhalten Sie auf unserer Webseite www.thw-provinzial.de



GEMEINSAM AUFTRETEN – GEMEINSAM GEWINNEN

Der „Unser Norden“-Cup zeigt: Wenn es um Handball geht, halten die Kieler zusammen. So präsentiert die coop e. G. sky und plaza zum wiederholten Male den hochkarätig besetzten „Unser Norden“-Cup und profitiert dadurch schon vor Saisonbeginn von der Kraft der Championsmarke THW Kiel.





#03 NATIONALER CHAMPION IN PRINT & TV

MEDIAL UNSCHLAGBAR

Auch wenn es um TV, Print und Social Media geht, steht der THW unangefochten an der Spitze der Liga. Das bestätigen die aktuellen Marktstudien rund um den Handball und den THW.

Keiner landet so oft auf den Titelseiten der großen nationalen Zeitungen. Keiner verfügt über mehr Sendezeiten im TV. Dabei beweist der Rekordmeister nicht nur seit Jahren Kontakt-Kontinuität, sondern knackte in der vergangenen Saison 2011/2012 sogar die magische Marke von 100 Mio. bei der TV-Reichweite (inklusive Champions-League-Übertragungen).

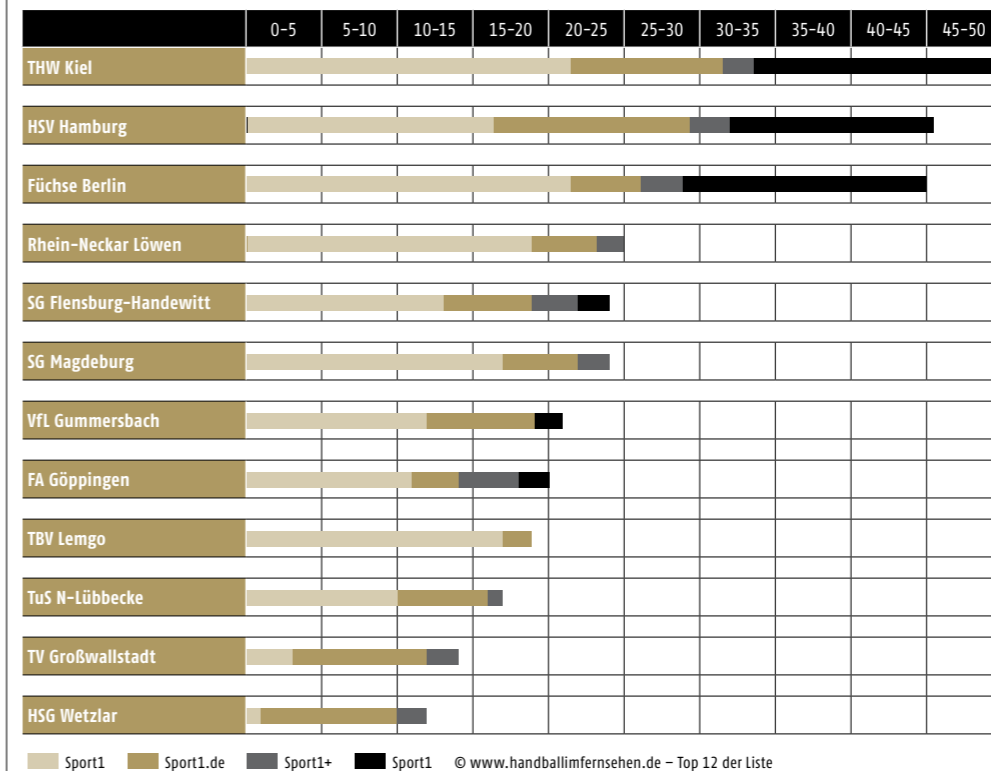
Darüber hinaus wuchs die Social-Media-Aufmerksamkeit dank der nahezu perfekten Saison 2011/12 wie bei keinem zweiten deutschen Verein. Mehr Fans. Mehr Kontakte. Mehr Möglichkeiten für Ihr effizientes Sponsoring.

STARKE PRÄSENZ AUF ALLEN TITELBLÄTTERN



SPITZENREITER IM TV

DER THW LIEGT BEI DER ANZAHL DER TV-ÜBERTRAGUNGEN VORNE.



FACEBOOK – STARKER ZUWACHS

| Fakten | Fans |
|-----------------------|--------|
| Follower 01/06/12 | 31.920 |
| Follower 01/07/12 | 34.616 |
| Steigerung in Prozent | 8,45 % |
| absolute Steigerung | 2.696 |

© Social Media & Sport

„DAS STÄRKSTE ABSOLUTE WACHSTUM MIT 2.696 NEUEN FANS KANN IM JUNI 2012 DER MEISTER, POKAL-UND CHAMPIONS-LEAGUE-SIEGER THW KIEL VERBUCHEN. DIE GESAMTE LIGA KANN SICH DIESEN MONAT UM 4,69% AUF 196.361 FANS STEIGERN. DAS ABSOLUTE WACHSTUM BETRÄGT 8.802 FANS.“

© Social Media & Sport



#04 INTERNATIONAL EINE MACHT

GRENZENLOSE AUFMERKSAMKEIT

Ob Deutschland, Island oder sogar Asien:

Dank der nahezu weltweiten Ausstrahlung der Champions League schafft es die Marke THW seit Jahren immer wieder, Kieler Championshandball über sämtliche europäische Ländergrenzen und sogar Kontinente hinweg zu tragen. Direkt in die Herzen der internationalen Fangemeinde.

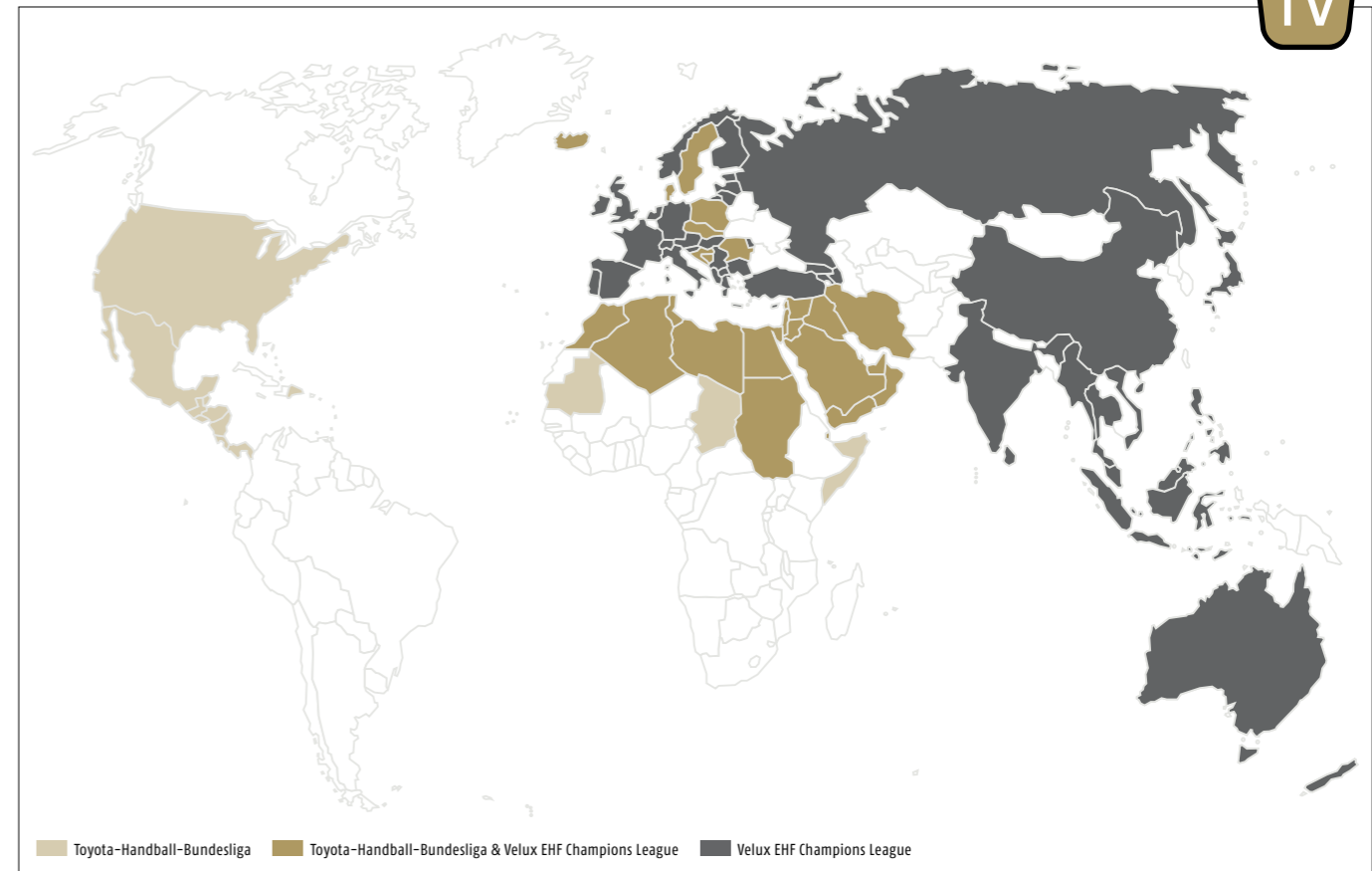
INTERNATIONALER MULTIPLIKATOR „TEAM“

Zunehmend spielt die Strahl- und Anziehungskraft des multinationalen, hochkarätig besetzten THW-Kaders rund um Erfolgscoach Alfred Gislason beim Markenaufbau eine wichtige Rolle – auf und neben dem Platz. Spieler wie Marcus Ahlm, Thierry Omeyer oder Filip Jicha verkörpern zu einhundert Prozent die europäische Championsmarke THW und sind heute schon, neben Trainer Gislason, begehrte Botschafter von international agierenden Marken wie Adidas, Orlen, Veolia oder bwin. In Deutschland. In ihren Heimatländern. Und weltweit.

EINIGE DER INTERNATIONALEN THW-PARTNER:



WELTWEITE AUSSTRAHLUNG.










GEWONNEN, GEFEIERT, EUROPAWEIT GEPUNKTET
Internationale Stars des THW:
Von Trainer bis Team.

#05 WERDEN SIE TEIL UNSERES NETZWERKS

AUFSICHTSRAT

| | | | |
|---|---|---|---|
| Vorsitzender | stellv. Vorsitzender | | |
|  |  |  |  |
| Klaus-Hinrich Vater Vater Unternehmensgruppe | Götz Bormann Förde Sparkasse | Olaf Berner THW Kiel e. V. | Reinhard Ziegenbein Rechtsanwalt und Notar |

WIRTSCHAFTSAUSSCHUSS

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Vorsitzender | stellv. Vorsitzender | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| Ulrich Rüter Provinzial Versicherungen | Dirk Lütje CITI | Dr. Georg Wegner Rechtsanwalt und Notar | Jochen Lahrtz familia | Willi Holdorf adidas AG | Gerd Müller coop e. G. | Helmut Stracke | Norbert Wechselbaum S+W Elektrobau |



THW KIEL HANDBALL-BUNDESLIGA GMBH & CO. KG

Klaus Elwardt, Geschäftsführung
Sabine Holdorf-Schust, Geschäftsführung



Christian Sievers, Marketing und Vertrieb
Marcel Klein, Leiter Vertrieb und Marketing

UNSER STARKES TEAM DER GESCHÄFTSSTELLE

Christine Haasler-Theede, Jutta Kröger, Lydia Kahmke, Fritz Meller, Harald Stenzel, Birte Marxen und Christian Robohm

MARKETING, SPONSORING, KOMMUNIKATION UND HOSPITALITY:

Sie möchten Partner oder Sponsor des THW Kiel werden? Kontaktieren Sie uns unter der **Rufnummer 0431 / 67039-0** oder per **E-Mail an marketing@thw-handball.de** – gerne präsentieren wir Ihnen unser breites Leistungsangebot auch persönlich.

