

Nürnberg, den 20. März 2019

Rückenwind im Abstiegskampf: NÜRNBERGER Versicherung verlängert Club-Partnerschaft

Die NÜRNBERGER Versicherung bleibt weitere drei Jahre Haupt- und Trikotsponsor des Fußball-Bundesligisten 1. FC Nürnberg.

Seit der Neuausrichtung der Marke NÜRNBERGER setzt das Versicherungsunternehmen auf Fußball. Eine Sportart, die sich in Deutschland größter Beliebtheit erfreut, den Alltag von Millionen Menschen bereichert und unterschiedlichste Gesellschaftsschichten vereint. Die Partnerschaft mit dem 1. FC Nürnberg entwickelt sich seit Juli 2016 für beide Seiten so positiv, dass nun die Verlängerung der Zusammenarbeit um weitere drei Jahre bekanntgegeben wurde.

Verlässlicher Partner

Aus sportlicher Sicht blicken der 1. FC Nürnberg und sein Hauptsponsor auf ereignisreiche Jahre zurück. Emotionaler Höhepunkt war der ersehnte Aufstieg in das Fußball-Oberhaus und das von der NÜRNBERGER organisierte Fanfest, das auch im Fernsehen übertragen wurde. In der laufenden Saison gestaltet sich der Klassenerhalt wie erwartet schwierig. „Unsere Vertragsverlängerung ist ein starkes Signal, dass wir hinter dem Verein stehen und auch in bewegten Zeiten ein verlässlicher Partner sind. Unser Bekenntnis zum 1. FC Nürnberg ist Zeichen unserer soliden Ausrichtung und soll den Club unterstützen, sportlich erfolgreich zu sein“, erklärt Dr. Armin Zitzmann, Vorstandsvorsitzender der NÜRNBERGER Versicherung.

Niels Rossow, Kaufmännischer Vorstand des 1. FC Nürnberg, ergänzt: „Unsere Vision ist, den Club mittelfristig als Erstligist zu etablieren. Bewerbstelligen wollen wir dies durch sportlichen Erfolg, basierend auf einer wirtschaftlich breiteren Basis. Ich bin froh, dass mit der NÜRNBERGER Versicherung ein starker Partner aus der Region unsere Zukunftspläne mitträgt. Die frühzeitige Verlängerung ist Ausdruck des gegenseitigen Vertrauens, das unserer Partnerschaft prägt.“

Neue Ansätze

Dass die Spieler eines Proficlubs den Namen und das Symbol ihrer Heimatstadt auf der Brust tragen, ist bundesweit einmalig. Für die Fans des Vereins ist diese Verknüpfung ein emotionaler Pluspunkt. Die NÜRNBERGER hat über ihre Partnerschaft mit dem 1. FC Nürnberg verbunden mit einer TV-Kampagne die Bekanntheit in den relevanten Zielgruppen bundesweit signifikant gesteigert.

Zukünftig möchte das Unternehmen an diesen Erfolg anknüpfen und die generelle Fußballbegeisterung hierzulande noch stärker für das Erleben der Marke nutzen. Neben einer aktiven Rolle bei der Vernetzung der Spitzensportpartner, die die Europäische Metropolregion Nürnberg unter dem Motto „Sport bewegt uns!“ anstrebt, werden aktuell verschiedene Ansätze zur Förderung des Breiten- und Nachwuchssports und sozialer Projekte geprüft.