

21. September 2007

Eurohypo mit fokussierter Markenstrategie 2008

- **Sponsoring der Handball-Nationalmannschaften läuft planmäßig aus**
- **Anlassbezogene Zusammenarbeit mit Heiner Brand während der Europameisterschaft**

Das Sponsoring der Handball-Nationalmannschaften durch die Eurohypo endet am Jahresende: Der Vertrag mit dem Deutschen Handballbund (DHB) über das Sponsoring der Handball-Weltmeister läuft planmäßig am 31.12.2007 aus.

Dieses Sponsoring war für die Eurohypo äußerst erfolgreich: Nach entsprechenden Marktanalysen konnte die Bank ihren Bekanntheitsgrad um 22 Prozent steigern. Zuletzt erhielt sie für ihr Sportsponsoring-Konzept den Deutschen Marketing-Preis im Bereich Unternehmenskonzepte/Imagekampagne, den die Zeitschrift "Immobilienwirtschaft" alljährlich auslobt.

Die Eurohypo bleibt aber dem Handballsport – und damit dem DHB – partnerschaftlich verbunden. Die führende Immobilienbank wird ihre Zusammenarbeit mit Bundestrainer Heiner Brand während der Europameisterschaft anlassbezogen fortsetzen.

Das Engagement der Eurohypo für den Handball stand ursprünglich – neben dem damals geplanten Börsengang – auch im Zusammenhang mit dem Ziel, als Bank für Private Kunden eine größere Bekanntheit zu erlangen. Nach der Fokussierung ihres Geschäfts auf das internationale Firmenkundengeschäft und der erfolgreichen Übertragung ihres Privatkundengeschäfts an die Commerzbank im laufenden Jahr setzt die Eurohypo im Rahmen ihrer Kommunikationsstrategie 2008 als Gründungs- und Finanzierungspartner der O2-World in Berlin neue Schwerpunkte.

Die geplanten zahlreichen und hochkarätigen Veranstaltungen an diesem neuen Berliner Veranstaltungsort, der zu den modernsten seiner Art zählt, werden 2008 eine bedeutende Rolle für das Marken- und das Kundenbeziehungsmanagement der Eurohypo spielen.