

10. September 2007

## **Eurohypo gewinnt deutschen Marketing-Preis der Zeitschrift „Immobilienwirtschaft“**

**Eschborn.** Der Eurohypo ist der Marketing-Preis der Zeitschrift „Immobilienwirtschaft“ verliehen worden. Ausgezeichnet wurde das Konzept für das Sponsoring der Deutschen Handball-Nationalmannschaft. Die Eurohypo hat über Jahre hinweg die Weltmeistermannschaft von 2007 begleitet und damit ihrer Markenpositionierung quantitativ und qualitativ einen Schub verliehen.

„Die Auszeichnung ist ein großer Erfolg für uns, weil damit das leidenschaftliche Engagement der Bank durch die Profilierung der Marke und eine beachtliche Mobilisierung unserer Kundschaft Anerkennung findet“, sagte der Vorstandsvorsitzende der Eurohypo Bernd Knobloch.

„Ich freue mich sehr, dass das Engagement der Eurohypo für die Deutsche Handball-Nationalmannschaft mit diesem Preis gewürdigt wird. Für die Unterstützung der Bank möchte ich mich ganz herzlich bedanken“, sagte Handball-Bundestrainer Heiner Brand.

Den mit 3.000 Euro dotierten Preis erhöht die Eurohypo auf 6.000 Euro und spendet ihn an das Kinderhospiz in Olpe, für das Heiner Brand eine Patenschaft übernommen hat. Der Scheck wird am 26. September in Wetzlar im Rahmen eines Länderspiels der Deutschen Handball-Nationalmannschaft gegen Rumänien an den Bundestrainer übergeben.

Bei der Preisverleihung am Freitagabend wurde außerdem die Union Investment Real Estate AG für ihre Imagekampagnen ausgezeichnet.