Volkswagen ist neuer Hauptsponsor des Zweitligisten 1860 München

Volkswagen ist neuer Hauptsponsor des Zweitligisten 1860 München

Dreijahresvertrag bis 2016 beinhaltet umfangreiches Werbe- und Vermarktungspaket
"Think Blue."-Schriftzug ziert die "Löwen"-Trikots
Wolfsburg, 15. Juli 2013 - Volkswagen ist neuer Hauptsponsor des TSV München von 1860. Mit dem Verein wurde ein Dreijahresvertrag bis 2016 geschlossen. Der Schriftzug "Think Blue.", hinter dem sich die Nachhaltigkeitsstrategie der Automobilmarke verbirgt, wird künftig die Trikots der "Löwen" zieren.
"1860 München ist für uns in mehrfacher Hinsicht ein interessanter Verein. Ein Traditionsclub mit treuen, leidenschaftlichen Anhängern und guter sportlicher Perspektive, dazu als Spielstätte eines der besten Stadien weltweit und schließlich der Standort München: Das macht die Partnerschaft für Volkswagen zu einer runden Sache. Somit werden wir auch in der attraktiven 2. Bundesliga an sehr prominenter Stelle vertreten sein", sagte Thomas Zahn, Leiter Marketing und Vertrieb Deutschland Volkswagen Pkw.
Am kommenden Freitagabend startet 1860 München mit dem Auswärtsspiel beim FC St. Pauli in die neue Zweitliga-Saison. Erstmals wird dann "Think Blue." auf den Trikots zu sehen sein - passend zu den Farben der "Blauen". Neben der Trikotwerbung wurde in dem Vertrag mit dem Verein ein Paket geschnürt, das zahlreiche weitere Werbe- und Vermarktungsrechte beinhaltet: von der Bandenwerbung über Möglichkeiten für Hospitality bis hin zu PR-Maßnahmen vor Ort.
Robert Schäfer, Geschäftsführer des TSV München von 1860: "Wir sind stolz darauf, dass wir mit Volkswagen einen herausragenden Partner als Hauptsponsor gewinnen und von unserem Weg überzeugen konnten. Das ist eine Riesenchance für 1860 München. Wir freuen uns sehr, dass künftig auf dem Trikot steht, was jeder Löwenfan lebt."

Über "Think Blue."
"Think Blue." ist die ganzheitliche Haltung von Volkswagen, mit der das Unternehmen umweltschonende Mobilität und nachhaltiges individuelles Handeln fördert. Unter diesem Dach bündelt Volkswagen automobile Effizienztechnologien, die Entwicklung alternativer Antriebe, neue Mobilitätskonzepte wie das Carsharing-Projekt "Quicar" sowie das Programm "Think Blue. Factory.", mit dem Volkswagen die Produktion an seinen Standorten bis 2018 um 25 Prozent umweltfreundlicher machen will. Zudem umfasst "Think Blue." zahlreiche Kooperationen mit Umweltverbänden weltweit.

Volkswagen Kommunikation
Sportkommunikation
Nicolai Laude
Telefon: 05361 / 9-47856
Telefax: 05361 / 9-25339
E-Mail: nicolai.laude@volkswagen.de
  www.volkswagen-media-services.com

<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=539116" width="1" height="1">

Pressekontakt

Volkswagen (VW)

38440 Wolfsburg

nicolai.laude@volkswagen.de

Firmenkontakt

Volkswagen (VW)

38440 Wolfsburg

nicolai.laude@volkswagen.de

Der Volkswagen-Konzern mit Sitz in Wolfsburg ist einer der führenden Automobilhersteller weltweit und der größte Automobilproduzent Europas. Im Jahr 2004 gelang es dem Konzern in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld die Auslieferungen von Fahrzeugen an Kunden auf 5,079 Millionen zu steigern, das entspricht einem Pkw-Weltmarktanteil von 11,5 Prozent. In Westeuropa, dem größten Pkw-Markt der Welt, stammt nahezu jeder fünfte neue Pkw (18,1 Prozent) aus dem Volkswagen-Konzern. Der Umsatz des Konzerns erhöhte sich im Jahr 2004 auf 88,9 Milliarden ?. In elf Ländern Europas und in sieben Ländern Amerikas, Asiens und Afrikas betreibt der Konzern 47 Fertigungsstätten. Über 343.000 Beschäftigte produzieren an jedem Arbeitstag rund um den Globus mehr als 21.500 Fahrzeuge oder sind mit fahrzeugbezogenen Dienstleistungen befasst. Seine Fahrzeuge bietet der Volkswagen-Konzern in mehr als 150 Ländern an. Ziel des Konzerns ist es, attraktive, sichere und umweltschonende Fahrzeuge anzubieten, die im zunehmend scharfen Wettbewerb auf dem Markt konkurrenzfähig und jeweils Weltmaßstab in ihrer Klasse sind.