



## **„Leistung. Fairplay. Miteinander.“**

### **Die Stiftung Deutsche Sporthilfe startet Markenkampagne für die Werte des Sports.**

Die Stiftung Deutsche Sporthilfe, 1967 gegründet, ist die erfolgreichste private Sportförderereinrichtung Europas. Den Start in eine neue Phase ihrer nunmehr 40-jährigen Tätigkeit markiert die aktuelle Markenkampagne. „Leistung. Fairplay. Miteinander“ sind die Ideale der Sporthilfe und gleichzeitig auch die Leitbegriffe für die erste Kommunikations-Offensive in der Geschichte der Stiftung.

Die Deutsche Sporthilfe streitet mit dieser Initiative für die Integrität des Sports und kämpft um den Transfer sportlicher Werte in die Gesellschaft. Sie ist der Überzeugung, dass die Werte des Sports, wenn sie auch im alltäglichen Leben und im Beruf praktiziert werden, unsere Gesellschaft leistungsfähiger und menschlicher machen. „Unsere Initiative will deutlich machen: Der Sport mit seiner integrativen Kraft hat eine gesellschaftspolitische Aufgabe“, formuliert Hans Wilhelm Gäb, Vorstandsvorsitzender der Sporthilfe die Zielsetzung der Kampagne. Und deswegen lautet eine ihrer Kernaussagen auch: *Die Prinzipien des Sports stärken unser Land.*

Zum anderen will sich die Stiftung Deutsche Sporthilfe stärker als Marke im öffentlichen Bewusstsein verankern. „Mit unseren Leitbegriffen wollen wir für den Sport eintreten und gleichzeitig dem Markencharakter der Sporthilfe prägen“, sagt Dr. Michael Ilgner, Vorstandsmitglied und Vorsitzender der Geschäftsführung der Stiftung. Ein in Zeiten eines sich verschärfenden Wettbewerbs bei der Erschließung privater Finanzmittel notwendiger Schritt, um den deutschen Sport auch zukünftig so effektiv wie bisher unterstützen zu können. Die Stiftung Deutsche Sporthilfe hat seit ihrer Gründung über 38.000 Athleten mit rund 350 Millionen Euro unterstützt. Aktuell fördert sie knapp 4.000 Sportler aus 44 Verbänden mit zehn bis zwölf Millionen Euro jährlich und leistet damit einen entscheidenden Beitrag zur Vielfalt und Leistungsfähigkeit des deutschen Sports. 90 Prozent aller bundesdeutschen Medaillen bei Olympischen Spielen wurden von Athletinnen und Athleten gewonnen, die von der Sporthilfe gefördert wurden.

Die Kampagne, die von der Sporthilfe und ihren Partner-Agenturen komplett pro bono umgesetzt wird, beschreibt authentische Ereignisse aus der Welt des Spitzensports, bei denen u.a. Athleten wie Franziska van Almsick, Dirk Nowitzki, Timo Boll, Anni Friesinger, Bettina Hoy, Oliver Kahn und Jens Lehmann durch ihr Verhalten direkt mit dem neuen Sporthilfe-Motto „Leistung. Fairplay. Miteinander.“ verbunden sind. In dieser Anzeigenserie stellt sich die Sporthilfe aber auch den Schattenseiten des Leistungssports und ihrer Verpflichtung zum Kampf gegen Doping. In TV-Spots stehen Top-Athleten wie Birgit Prinz, Kati Wilhelm, Fabian Hambüchen, Markus Baur und Timo Boll für die Sache des Sports ein.

Bei der Verbreitung der Markenkampagne ist die Sporthilfe auf die Hilfe vieler Partner wie Kuratoren, Unternehmen, Medien und Verbände angewiesen. Die bisherige positive Resonanz, die die Initiative in der Startphase von diesen Gruppen erfahren hat, war sehr positiv. So wurden die Sporthilfe-Anzeigen pro bono beispielsweise in vielen Deutschen Spitzentiteln wie Der Spiegel, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Süddeutsche Zeitung, Westdeutsche Allgemeine Zeitung, SportBild oder Kicker, Kunden- und Mitarbeiterzeitschriften großer Unternehmen sowie zahlreichen Magazinen der Sportverbände veröffentlicht. Die Gesamtauflage zu Beginn des Jahres 2007 beläuft sich insgesamt auf rund drei Millionen Print-Exemplare.

Dies bedeutet für die Sporthilfe aber nur ein erstes Zwischenfazit. In ihrem Jubiläumsjahr 2007 will sie die Markenkampagne noch weiter forcieren, und damit nachhaltig für die Werte „Leistung. Fairplay. Miteinander.“ werben.