



# DIE HIRSCHEN SETZEN BEWEGUNGS- KAMPAGNE FÜR DEN DEUTSCHEN OLYMPISCHEN SPORTBUND UM

Die Hirschen werden für den Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB) aktiv. Kern der Zusammenarbeit ist die Aktivierung einer bundesweiten 360°-Kampagne im Auftrag des DEUTSCHEN OLYMPISCHEN SPORTBUND (DOSB) sowie des Bundesministeriums des Inneren (BMI).

München, 24. Januar 2023. Neues Projekt für die Kreativagentur Zum goldenen Hirschen München, der eigenen Digitalunit, Zum goldenen Hirschen Valley München, und Mediapartner Crossmedia: Das Trio setzt eine breit angelegte Bewegungskampagne um, die Bestandteil des gemeinsamen ReStart-Programms von BMI und DOSB ist. Unter dem Motto "Dein Verein: Sport, nur besser" soll ganz Deutschland zu mehr Bewegung animiert und die Bevölkerung für den Vereinssport begeistert werden.

„Die Folgewirkungen der Corona-Pandemie, aktuell auch die Energiekrise sowie grundsätzliche Veränderungen der Arbeitswelten und des Zusammenlebens in der Gesellschaft haben Einfluss auf unser Bewegungsverhalten – wir bewegen uns von jung bis alt viel zu wenig, wir engagieren uns weniger im Verein. Mehr als 87.000 Sportvereine in ganz Deutschland leisten einen vielfältigen Beitrag, um hier gegenzusteuern und Deutschland stärker in Bewegung zu bringen und zu halten. Darüber hinaus schaffen es Sportvereine, Menschen miteinander ins Gespräch zu bringen, zu integrieren. Hier kann man Freunde finden und einen Treffpunkt, der motiviert und einen gesund erhält. Das Sport und dies alles im Verein auch noch richtig Spaß macht, wollen wir noch stärker sichtbar machen. Die von den Hirschen entwickelte Durchstartkampagne: „Dein Verein: Sport, nur besser“ dient dazu, Menschen Lust zu machen, sich zu bewegen oder sich für die Gemeinschaft zu engagieren – am besten im Verein. Je mehr diese z.B. in den sozialen Medien geteilt wird, umso mehr wird sie zünden. Wir freuen uns über Jede und Jeden der mitmacht“, erklärt Michaela Röhrbein, Vorständin Sportentwicklung des DOSB.

Neben der 360 ° Kampagne sind parallel über das gesamte Jahr hinweg weitere Initiativen geplant, um nicht nur Zugang zu Sport und Bewegung zu ermöglichen, sondern vor allem die Vorteile und Bedeutung des Vereinslebens ins Scheinwerferlicht zu rücken. Seien es Verleihangebote mit kleinen Geräten im öffentlichen Raum für Kommunen, die bereit gestellt werden oder Aktionstage. Passend zum Kampagnenstart Ende Januar stehen Sportvereinschecks in Höhe von 40 Euro zum Download zur Verfügung. Diese können im Wahlverein auf den Mitgliedsbeitrag eingelöst werden.



Koordiniert wird die Umsetzung der Kampagne von der Deutschen Sport Marketing, die als verantwortliche Agentur für die Markenkommunikation sämtliche Inhalte und Plattformen des DOSB von der Breite bis zur Spitze bespielt. Geschäftsführerin Claudia Wagner sagt: „Wir freuen uns sehr, bei Konzeption und Aktivierung dieser gesellschaftlichen so bedeutsamen Initiative am Steuerrad zu stehen. Die Beauftragung mit dieser zentralen Rolle zeigt das Vertrauen in unsere Expertise, die Themen des deutschen Sports breit, attraktiv und wirkungsvoll in die Bevölkerung zu tragen. Im Gespannt mit den „Hirschen“ werden wir die Kampagne über kreative Maßnahmen mit viel Leben füllen.“

„Wir sind sehr stolz darauf, das Vertrauen von zwei renommierten Partnern wie dem DOSB und dem BMI gewonnen zu haben. Mit unserer Kampagne möchten wir einen Beitrag leisten, um die Bedeutung von Sport und Bewegung in unserer Gesellschaft zu unterstreichen. Für München als solches ist es ein großer Erfolg, die nächste große Sportoffensive nach den European Championships begleiten zu dürfen. Es geht hierbei jedoch nicht zwingend um den Spitzensport, sondern um den Spaß an Bewegung und Gemeinschaft,“ freut sich Jasmin Seitel, die gemeinsam mit Arndt Rossnagel die Münchner Dependence leitet.

„In der Kampagne konzentrieren wir uns auf die vielschichtigen, konkreten Vorteile des Vereinslebens. Egal, ob es um Gemeinschaft, Integration, Heimat, Teamgefühl oder Aktivitäten für kleines Geld geht: Ein Verein bietet für so viele Themen und Lebenslagen die richtige Antwort und fördert dazu einen aktiven Lebensstil“, ergänzt Arnd Rossnagel.

**Zum goldenen Hirschen** ist eine der größten inhabergeführten Agenturen in Deutschland. Mit über 400 Mitarbeitenden an sechs Standorten in Berlin, Hamburg, Köln, München, Stuttgart und Wien bieten die Hirschen vollintegrierte Kommunikationslösungen an. Teams aus Strategie-, Konzept-, PR- und Digital-Expert:innen entwickeln zielgenaue und kreative Lösungen von hoher Relevanz und Wirksamkeit. Durch die dezentrale Struktur in Form von sechs Standorten mit sich ergänzenden Kompetenzschwerpunkten betreut die Agenturmarke eine Fülle an Unternehmen, Verbänden und Institutionen aus unterschiedlichsten Bereichen.

#### **Weitere Informationen**

Zum goldenen Hirschen

Anne Oloff

Senior Corporate Communications Manager

m: 0171-8129102

e: oloff@hirschen.de