

Pressemeddelelse 7/2010

21. maj 2009

Side 1 af 2

Carlsberg - 24 år med UEFA EURO sponsorat

Carlsberg Group, verdens 4.største bryggerigruppe, offentliggjorde i dag deres sponsorat af UEFA EURO 2012™, der skal afholdes i Polen og Ukraine.

Carlsberg har sponsoreret UEFA EURO, et af verdens største fodbold events, i næsten et kvart århundrede. Turnering i 2012 bliver den syvende med Carlsberg som officiel partner.

“I mere end to årtier har UEFA European Championship haft glæde og fordel af det lange partnerskab med Carlsberg, og vi er meget stolte af at kunne fortsætte samarbejdet med Carlsberg. Et brand der har vist sig virkelig dedikeret til fodbold,” udtalte David Taylor, Chief Executive for UEFA Events SA og fortsatte: “Det logo som er udarbejdet til UEFA EURO 2012™ symboliserer en plante der trives og vokser – det samme gælder relationen mellem Carlsberg og UEFA EURO”.

”Med EURO 2012 cementerer vi vores mangeårige loyalitet og entusiasme for fodbold,” sagde Jørgen Buhl Rasmussen, CEO i Carlsberg Group. “EURO 2012 er ikke bare en milepæl for Carlsberg i og med at vi nu gennem et kvart århundrede har været officiel partner for UEFA EURO. Det er en markant milepæl i og med at turnering for første gang afholdes i Østeuropa.”

Del af historieskrivning

For at understrege hvor særligt det er, at UEFA EURO for første gang afholdes i Østeuropa, har UEFA lanceret sloganet ‘creating history together’.

“Interessen og traditionen for fodbold i værtslandene Polen og Ukraine er fantastisk. Med en befolkning på mere end 80 millioner bliver det virkelig interessant for os at være en del af UEFA EURO denne gang,” sagde Jørgen Buhl Rasmussen og fortsatte: “Med UEFA EURO 2012 skaber alle vores ansatte i Polen og Ukraine og UEFA historie.”

Fokus på fans

Lige siden Carlsberg i 1988 blev officiel sponsor for UEFA European Championship har der været fokus på udvikling af events og koncepter for den brede fanskare.

“Vi er global set blandt de brands som bakker mest op om fodbold. Vi bestræber os på at skabe events og koncepter for de mange millioner fans og EURO 2012 bliver ingen undtagelse,” udtalte Keld Strudahl, International Marketing Director og ansvarlig for Carlsbergs sponsoraktiviteter.

“UEFA EURO 2008 var Carlsbergs bedste turnering nogensinde. De åbne Carlsberg-sponsorerede Fan zoner og Fan parks i Østrig og Schweiz var en stor succes med mere end 5 millioner gæster, god stemning og fantastiske fodboldoplevelser,” tilføjede Keld Strudahl.

I øjeblikket udvikler Carlsberg and UEFA planer for fanevents for perioden op til og under selve EURO 2012.

Succesfuld strategi

“UEFA European Championship er på global plan den mest succesfulde markedsføringsaktivitet for Carlsberg, og Carlsbergs UEFA EURO sponsorater har siden 1992 resulterer i markant vækst for brandet i værtslandene. Samtidig er sponsoraterne med til at skabe en fællesskabsfølelse blandt de ansatte på alle Carlsbergs 140 markeder,” udtalte Keld Strudahl.

Kampene under UEFA EURO 2008™ blev fulgt af 1.1 million tilskuere og det forventes at 1.4 millioner tilskuere vil følge kampene i Polen og Ukraine. Flere milliarder Tv-seere fra 200 territorier ventes at se kampene.

EURO 2012 er en unik mulighed for Carlsberg på de relativt nye og meget store markeder i Polen og Ukraine.

“Turnering i 2012 vil ikke bare skabe en høj brand-awareness på de østeuropæiske markeder, vi vil også arbejde hårdt for, at det kommende UEFA EURO bliver en superb oplevelse for fans uanset om de er i Polen, Ukraine eller skal opleve kampene hjemmefra. Vi kommer til at lancere globale kampagner og vi glæder os til at se fans fra hele verden i Fan zones og Fan parks i de 8 værtsbyer eller på de mange nationale events, vi planlægger,” afsluttede Keld Strudahl.

Kontaktpersoner:

Media Relations: Jens Bekke, +45 3327 1412 eller jens.bekke@carlsberg.com

Sponsorship: Keld Strudahl, +45 3327 4555 eller keld.strudahl@carlsberg.com

Carlsberg-gruppen er en af verdens betydeligste bryggerigrupper med en omfattende varemærkeportefølje inden for øl og andre drikkevarer. Carlsberg, som er det førende ølmærke, er et af de mest kendte ølmærker i verden, og Baltika-, Carlsberg- og Tuborg-mærkerne er blandt de seks største ølmærker i Europa. Over 43.000 er ansat i Carlsberg-gruppen, og vores produkter sælges på mere end 150 markeder. I 2009 solgte Carlsberg-gruppen mere end 135 mio. hl øl, hvilket svarer til omtrent 40 mia. flasker øl årligt.

Læs mere på www.carlsberggroup.com.