



14.09.2017
PRESSEMITTEILUNG

GENERALI MÜNCHEN MARATHON: Generali Deutschland ab 2018 Titelsponsor

- **Titelsponsoring des MÜNCHEN MARATHON gilt für drei Jahre**
- **Sponsoring ist Leuchtturm der bundesweiten Initiative „Generali bewegt Deutschland“ zur Förderung einer gesundheitsbewussten Lebensweise**

München – Die Generali Deutschland baut ihr Engagement im Sportsponsoring weiter aus: Ab 2018 wird der Versicherungskonzern offizieller Titelsponsor des „GENERALI MÜNCHEN MARATHON“. Damit rückt die Veranstaltung an die Spitze der nationalen Sponsoringstrategie „Generali bewegt Deutschland“, in deren Rahmen die Generali Deutschland Partner der vier Marathon-Spitzenveranstaltungen in München, Berlin, Köln und Frankfurt/Main sowie von über 20 regionalen Laufveranstaltungen in ganz Deutschland ist.

Der MÜNCHEN MARATHON war 2016 der erste Laufevent, den die Generali als Pilotveranstaltung für ihre zukünftige nationale Sponsoringstrategie unterstützt hatte. Im Mai 2017 verkündete der Versicherungskonzern mit „Generali bewegt Deutschland“ die Neuausrichtung seines Sponsorings. Der Vertrag mit dem Veranstalter, runabout MÜNCHEN MARATHON GmbH umfasst die Jahre 2018 bis einschließlich 2020.

Giovanni Liverani, Vorstandsvorsitzender der Generali Deutschland AG:
Vor zwei Jahren haben wir unseren neuen Kurs eingeschlagen, führender Privatkundenanbieter in Deutschland zu werden. 2016 haben wir mit Generali Vitality eine bislang einzigartige Produktgeneration eingeführt, die mit Präventionsanreizen die Lebensqualität der Kunden verbessert. Damit definieren wir die klassische Form der Versicherung völlig neu. Mit unserer Sponsoringstrategie gehen wir jetzt noch einen Schritt weiter, indem wir mit den unterstützten Veranstaltungen Anlässe für ein gesundheitsbewusstes Leben schaffen. Ich freue mich auch, dass wir mit dem Sponsoring des MÜNCHEN MARATHON eine enge Verbindung zu unserem Unternehmenssitz schaffen können.“

Gernot Weigl, Geschäftsführer runabout MÜNCHEN MARATHON Veranstaltungs- und Marketing GmbH:
„Erstmals in der Geschichte des MÜNCHEN MARATHON werden wir ab 2018 mit einem Titelsponsor an den Start gehen. Wir freuen uns, dass wir mit der Generali einen internationalen Top-Partner gewinnen konnten, mit dem wir die Veranstaltung in den nächsten Jahren erfolgreich weiterentwickeln können. Ich danke Giovanni Liverani und seinem Team für das Vertrauen, das sie in uns setzen.“

Pressekontakt

Giulio Benedetti
Leiter Unternehmenskommunikation
T +49 (0) 89 5121-8294

Stefan Göbel
Leiter Externe Kommunikation
T +49 (0) 89 5121-6100

Ronald Voigt
Externe Kommunikation
T + 49 (0) 221 1636-2468

presse.de@generali.com

Generali Deutschland AG
Adenauerring 7
D-81737 München

www.generali.de

Twitter: @GeneraliDE



SPONSORINGSTRATEGIE „GENERALI BEWEGT DEUTSCHLAND“

„Generali bewegt Deutschland“ spiegelt in besonderer Weise die Unternehmensstrategie der Generali Deutschland wider.

Giulio Benedetti, Leiter Unternehmenskommunikation der Generali Deutschland AG: *„Der ‚GENERALI MÜNCHEN MARATHON‘ ist ein Bekenntnis zur bayrischen Landeshauptstadt und zugleich der Leuchtturm unserer nationalen Sponsoringstrategie, in die wir sämtliche Stakeholder bei starker Beteiligung unserer Mitarbeiter einbinden.“*

„Generali bewegt Deutschland“ setzt sich aus drei Bausteinen zusammen: Der erste ist das Sponsoring der Marathon-Topveranstaltungen in München, Berlin, Köln und Frankfurt/Main. In der hessischen und auch der rheinischen Metropole übernimmt das Unternehmen die Titelsponsorenschaft für die jeweiligen Staffelläufe. In München wird es 2017 durch das Engagement der Generali Deutschland erstmals den „Generali Family Day“ geben, der Kinder und Jugendliche an sportliche Aktivitäten heranführen soll. In Berlin ist die Generali Titelsponsor des „GENERALI FRÜHSTÜCKSLAUF beim BMW BERLIN MARATHON“, einer Breitensport-Veranstaltung am Tag vor dem offiziellen Marathonevent, bei dem die Teilnehmer vom Schloss Charlottenburg zum Berliner Olympiastadion laufen und dort ein gesundes Vitality-Frühstück einnehmen werden.

Mit dem zweiten Baustein unterstützt Generali mehr als 20 regionale Lauf-Veranstaltungen im Breitensport flächendeckend in ganz Deutschland. Damit setzt Generali nicht nur auf nationale Großereignisse, sondern ermöglicht auch Freizeit- und Gelegenheitsläufern die Teilnahme an sportlichen Wettkampfeignissen.

Eine Online-Kampagne bildet den dritten Baustein von „Generali bewegt Deutschland“ – mit einem aktiven Engagement von Markenbotschafterin Angelique Kerber. Über einen Zeitraum von einem halben Jahr werden Kerber und die Generali über verschiedene Social-Media-Kanäle Maßnahmen initiieren, die die Menschen in Deutschland zu mehr Bewegung im Alltag motivieren sollen.

GENERALI IN DEUTSCHLAND

Die Generali in Deutschland ist mit rund 16,2 Mrd. € Beitragseinnahmen und mehr als 13,5 Millionen Kunden der zweitgrößte Erstversicherungskonzern auf dem deutschen Markt. Zum deutschen Teil der Generali gehören die Generali Versicherungen, AachenMünchener, CosmosDirekt, Central Krankenversicherung, Advocard Rechtsschutzversicherung, Deutsche Bausparkasse Badenia und Dialog.