



København, 14. februar 2018

Tak til Alka som navnesponsor i Superligaen

Når kampen om det danske mesterskab er afgjort i maj, og de efterfølgende kvalifikationskampe til fodboldens bedste række er spillet, så er det slut med Alka i Superligaen. Efter tre et halvt år stopper Alka som navnesponsor.

Til sommer er det slut med Alka som en del af Superliga navnet. Alka har nået sine mål med sponsoratet og har valgt ikke at forlænge aftalen, når den udløber til sommer.

-Jeg vil gerne sige tak til Alka for deres involvering i og bidrag til udviklingen af Superligaen i Danmark. Alka har været med til at levere forrygende oplevelser til fodbold-Danmark hver uge gennem tre et halvt år. Det har været fantastisk at følge den stadigt stigende eksponering af Danmarks absolut største sportsbegivenhed. Det har Alka forstået at udnytte og har samtidig været med til at udvikle oplevelsen for tilskuere og fans, lyder det fra direktør i Divisionsforeningen Claus Thomsen.

-Det er helt efter planen, at vi stopper ved aftalens udløb. Vi har været meget glade for samarbejdet med dansk fodbold, som har bidraget væsentligt til Alkas synlighed. Sponsoratet har også givet os en unik mulighed for at skabe en anderledes form for involvering af vores kunder, end vi kunne have gjort med traditionel markedsføring. Der er ingen tvivl om, at vi har haft et godt afkast på sponsoratet, men vi vil nu fokusere på andre marketing-aktiviteter, udtaler Alkas direktør for Privat og Erhverv Jacob Spangenberg.

En af de måder Alka har brugt sponsoratet på til gavn for begge parter er ved at invitere kunder til fodbold. En halv million Alka kunder har i perioden været inviteret på stadion til Alka Superliga bold, og tiltag som dette har været medvirkende til, at der igen er fremgang for dansk fodbolds flagskib. Fra efteråret 2016 til efteråret 2017 er tilskuer- og seertal steget med henholdsvis 5 og 17 procent i Alka Superliga, som altså er det officielle navn sæsonen ud. Hvad, der sker derefter, er endnu ikke afgjort.

-Før samarbejdet med Alka havde vi fire ligestillede partnere i stedet for et navnesponsorat. Om det er den ene eller den anden vej, vi skal gå, er ikke afgjort endnu. Vi gør os nogle overvejelser internt og har allerede dialog med en række interessante partnere – og ud fra den dialog samt det faktum, at vi har set en dokumenteret høj stigning i værdien af sponsoratet - former vi den fremtidige sponsorstrategi, siger Claus Thomsen.

For yderligere oplysninger kontakt:

Direktør for Privat og Erhverv i Alka Jacob Spangenberg (tlf. 2725 5548)

Direktør i Divisionsforeningen, Claus Thomsen (tlf. 2068 3055)

Alka Superliga nøgletal

- 40% af danskerne ved, at Alka er sponsor for Superligaen.
- Blandt danskere med "interesse for Superligaen" er tallet 80%
- Ifølge FinansWatch ligger Alka nr. 3 på "Omtalebarometret" blandt 20 virksomheder i finansbranchen i Danmark
- TV-eksponeringen af Alka Superliga-logoet er øget med 50% fra 600 timer årligt i sæson 2015-16 til i dag 900 timer årligt.
- Tilskuerinteressen i Alka Superliga er stigende og ved sammenligning efterår 2016 kontra efterår 2017 ses en fremgang på 5%
- Seertallet er stigende og ved sammenligningen af efterår 2016 kontra 2017 ses der en fremgang på 17%