



KLASSENKAMPF SEIT 1893 – ALTONA 93 STARTET MIT HALTUNGS- UND HUMORKAMPAGNE IN DIE SAISON 2020/21

Hamburg, 07. September 2020 – Im deutschen Profifußball wurden dieses Jahr große Anstrengungen unternommen, um trotz Corona-Krise möglichst schnell zum geregelten Spielbetrieb zurückzukehren, wenn auch ohne Zuschauer. Doch wie sieht es abseits der großen Multifunktions-Arenen und Spitzenclubs aus?

Der Hamburger Regionalligist Altona 93 hat die spielfreie Zeit genutzt und sich einen neuen Anstrich verpasst. Zusammen mit der Agentur von Raphael Brinkert, Deutschlands meist ausgezeichnetem Sport Marketer, wurde zum Saisonstart eine neue Kampagne mit dem Jahresmotto „Klassenkampf seit 1893“ veröffentlicht. Die Motive verknüpfen die Besonderheiten des beliebten Hamburger Fußballvereins mit den Vorzügen des ambitionierten Amateurfußballs. So stehen auf den Plakaten Sprüche, die mit Haltung und Humor zu den Spielen in der 112 Jahre alten Adolf-Jäger-Kampfbahn einladen.

Die Kampagne startete am Wochenende zum ersten Regionalliga-Heimspiels mit einer Plakataktion in und um Hamburgs beliebteste Szeneviertel. Motive wie „Klassenkampf seit 1893“, „Keine Macht den Logen“, „Zeckenhügel statt Schuldenberg“, „Make Love not VAR“ oder „Unsere Arena heißt Adolf-Jäger-Kampfbahn“ bringen visuell und inhaltlich die Positionierung des Traditionsvereins auf den Punkt: Klar gegen rechts, systemkritisch und selbstbewusst.

Richard Golz, Sportchef von Altona 93 und ehemalige Bundesligaspieler beim HSV und SC Freiburg: „Altona 93 vereint Menschen jedes Alters und aller gesellschaftlicher Schichten, die die Lust am ehrlichen Fußball teilen, regional verwurzelt sind und die turbokapitalistischen Entwicklungen im Sport kritisch sehen. Die Jahreskampagne unter dem Motto ‚Klassenkampf seit 1893‘ bringt dies wunderbar auf den Punkt. Wir freuen uns drauf, diesen Kampf unter wirtschaftlichen und Corona-spezifischen Besonderheiten anzugehen.“

Raphael Brinkert, Kreativchef seiner gleichnamigen Werbeagentur: „Altona 93 ist 90 Minuten Fußball mit Bratwurst und Bier statt in der Loge mit Canapés. Es ist ein Ort, an dem man lieber auf dem Zeckenhügel, als auf einem Schuldenberg sitzt. Es ist ein Ort, an dem das Herz eines Fußballromantikers in der Gegenwart schlägt. Die Kampagne, die wir gemeinsam mit dem Verein erarbeitet haben, bringt dies pointiert zum Ausdruck. Die Motive haben Poster- statt Ankündigungscharakter und sind ab sofort auch im freien Verkauf des Vereins erhältlich.“

Während der Corona-Krise hatte die Agentur „RaphaelBrinkert Social Campaigning & Sports“ einen Kreativ-Fonds aufgelegt, um Vereine, Institutionen und Unternehmen des Mittelstandes, die unter der Krise leiden, mit kostenfreien Kreativ-, Digital- und Strategie-Leistungen zu unterstützen. Die Kampagne für Altona 93, die ab sofort in allen Medien zu sehen ist, wurde in diesem Rahmen pro bono entwickelt und produziert.

-

RaphaelBrinkert
Social Campaigning & Sports

Raphael Brinkert war jüngster Partner bei der Jung von Matt AG und der Scholz & Friends Group sowie Gründer von Jung von Matt/sports und Scholz & Friends NRW. Mit seiner eigenen Kommunikationsberatung widmet er sich gesellschaftlicher Kommunikation und Sport. Während der Corona-Pandemie hat die Agentur neben dem Kreativfonds u.a. wekickcorona.com mit Leon Goretzka und Joshua Kimmich und deutschlandsagtdanke.org, eine Initiative der Medien- und Werbewirtschaft, ins Leben gerufen. Mehr Arbeiten unter raphaelbrinkert.com

Pressekontakt:
t.wagner@raphaelbrinkert.com
+49 178 6814 123

RaphaelBrinkert
Lippmannstraße 8
22769 Hamburg
HQ +49 170 1990 10 3

-

Altonaer Fussball-Club von 1893 e.V.
Baurstraße 9
22605 Hamburg

Pressesprecher/Medienbeauftragter:
Martin Sonnleitner
E-Mail: presse@altona93.de
Mobil: 0172 - 41 33 524