

Superligaen skifter navn til Alka Superliga

Superligaen skifter navn og udseende. Fra 1. januar og tre-et-halvt år frem, hedder Danmarks bedste fodboldrække Alka Superliga. Det sker, når forsikringsselskabet Alka træder ind som ny hoved- og navnesponsor.

Ny hovedsponsor, nyt navn og nyt logo. Når champagnepropperne er landet, festtøjet smidt på stolen og 2014 er blevet til 2015, skifter Superligaen ham.

Den 1. januar 2015 tiltræder Alka Forsikring som ny hovedsponsor for landets mest populære sportsturnering. Alka har underskrevet en aftale af tre-et-halvt års varighed, der gør forsikringsselskabet til Superligaens navnesponsor, og samtidig kickstarter et nært partnerskab med den bedste danske fodboldrække, der hver uge trækker hundredetusindvis af danskere på stadion og hen foran tv-skærmene.

- Vi er meget glade, for at kunne præsentere Alka som Superligaens nye hovedsponsor. Men der er tale om meget mere end et hovedsponsorat. Samarbejdet mellem Superligaen og Alka er et partnerskab. Et langvarigt, strategisk partnerskab, der handler om stabilitet, om ansvarlighed og ikke mindst om udvikling af den bedste danske fodboldrække. Jeg er ikke i tvivl om, at indgåelsen af denne aftale vil flytte Superligaen til et nyt niveau, og at den vil skabe værdi og glæde for både klubberne og i sidste ende også for fansene, siger direktør i Superligaen A/S, Claus Thomsen.

Forhandlingerne omkring det nye hovedsponsorat, der er det største i Superligaens snart 24-årige historie, har spredt sig henover sommeren og begyndelsen af efteråret. Men allerede tidligt i forløbet stod det klart, at Alka og den bedste danske fodboldrække er et godt par.

- Alka støtter dansk fodbold, og Superligaen er danskernes uden sammenligning vigtigste mesterskab. Derfor er vi stolte over at være navnesponsor, og det giver os samtidig en øget mediebevågenhed og kendskab. Ved at sponsere Superligaen har Alka fået en effektiv platform til at komme i dialog og i kontakt med vores kunder. Det er en platform, som er i øjenhøjde med Alkas kunder og værdier, og vi vurderer, at det vil styrke vores forretning i form af et øget kendskab i markedet. Derfor er Superligaen og Alka et rigtig

godt match rent forretnings- og kommunikationsmæssigt, siger Jacob Spangenberg, salgs- og marketingdirektør i Alka.

Med indgåelsen af partnerskabet skifter Superligaen navn til Alka Superligaen, og også Superligaens logo gennemgår en forvandling. Med Alkas entré ændres det vanlige sort-hvide logo til et nyt kendetegn i forsikringsselskabets orange og mørkegrå farver. Figuren i det gamle logo består dog, og på den måde symboliseres det nye partnerskab også rent visuelt.

Samarbejde udenfor banen

Det nye logo vil være at finde overalt på de danske stadions fra foråret, men allerede inden da sparkes samarbejdet i gang udenfor banen. Her er målet at bringe Superligaen nærmere de mange fans, og samtidig bringe fansene nærmere Superligaen. Aftalen har dog også mange andre aspekter. Blandt andet vil Alka og Superligaen i fremtiden arbejde sammen på områder uden direkte tilknytning til den lille runde.

- Vi skal udvikle Superligaen sammen på flere forskellige områder. Nogle skal vi først til at fremdyrke, mens andre allerede nu ligger fast. Med det nye samarbejde vil vi blandt andet udvikle og udvide de digitale platforme, hvor Superligaen i dag er til stede - til glæde for vores mange tusinde fans. Superligaen og Alka kommer også til at arbejde tæt sammen, når det gælder sociale initiativer. Vi har foreløbig tre-et-halvt år til at få det maksimale ud af dette partnerskab, og det er kun fantasien, der sætter grænser. Så vi glæder os vanvittigt meget til at komme i gang, siger Claus Thomsen.

Samarbejdet mellem Alka og Superligaen får sin ilddåb den 20.-23. februar, når første forårsrunde i Alka Superligaen sparkes i gang.

For yderligere oplysninger, kontakt;

Lise Agerley, kommunikationsdirektør i Alka Forsikring
lag@alka.dk
Tlf. 4021 0177