

Oberhausen, den 15. November 2018

evo unterstützt Jugendmannschaften mit Trikot-Sätzen

U.a. die Bambinis des SC 1920 Oberhausen e.V. freuten sich über neue Ausstattung

Die Energieversorgung Oberhausen AG (evo) ist dem heimischen Sport traditionell eng verbunden. Dabei liegen dem Unternehmen besonders die Belange von Kindern und Jugendlichen am Herzen. Deshalb ist die evo vielfacher Trikot-Sponsor von Jugendmannschaften quer durch alle Sportarten, aber insbesondere beim Fußball-Nachwuchs.

Zuletzt hatte die evo im Rahmen des von ihr initiierten 1. Oberhausener Fußball-Familien-Festes Ende Juli eine Trikot-Sponsoring-Aktion für Nachwuchskicker durchgeführt. Nicht weniger als elf Fußball-Jugend-Mannschaften durften sich im Rahmen dieser Aktion über eine neue Sportausstattung freuen. Über das gesamte Jahr 2018 waren es insgesamt 20 Trikotsätze, die die evo für Oberhausener Fußball-Nachwuchsmannschaften zur Verfügung gestellt hat.

Ein Team, das sich über die neue Spielkleidung freuen konnte, waren die Bambini-Kicker des SC 1920 Oberhausen e.V.: „Die neuen Trikots kamen bei Kindern und Eltern sehr gut an und den Kindern ist buchstäblich anzusehen, wie stolz sie sind, wenn sie im neuen Outfit auflaufen“, verrät Maximilian Janetzki, 2. Vorsitzender des SC 1920 Oberhausen.

Grundsätzlich gilt: Pro Jahr sponsert die evo für die Jugendabteilung eines Vereins jeweils einen Trikotsatz, und zwar unabhängig von der Sportart: „Natürlich geht es vielfach um Fußball-Mannschaften, aber wir sind als Unternehmen auch auf den Trikots von Handballern oder der Schwimmkleidung von Wasserballern vertreten“, stellt Sanja Keil, bei der evo verantwortlich für den Bereich Spenden und Sponsoring klar.

Für die Zukunft wird das Thema Trikot-Sponsoring bei der evo eine noch größere Rolle spielen, denn das Unternehmen hat in Sachen Sponsoring zuletzt eine Grundsatzentscheidung getroffen: „Wir werden uns schrittweise aus dem Bereich der klassischen Bandenwerbung zurückziehen und stattdessen verstärkt aufs Trikot-Sponsoring setzen“, so Sanja Keil. Die Überlegungen, die hinter dieser Entscheidung stehen, liegen auf der Hand: „Beim Sport – egal in welcher Sportart – gilt: ‚Entscheidend ist auf’m Platz!‘ Denn dort schauen die Zuschauer hin. Insofern sind wir der Auffassung, dass ein Trikot-Sponsoring schlicht mehr Aufmerksamkeit erzeugt, als eine Bandenwerbung.“

Daniel Mühlenfeld
Pressesprecher

T 0208 835-2294 | E daniel.muehlenfeld@evo-energie.de