



## **Vuvuzela, die Stimme der Fußball-WM 2010, kommt nach Europa**

**Zwei Düsseldorfer Geschäftsleute sichern sich europäische Marken- und Vertriebsrechte für die Vuvuzela, das Fan-Symbol des südafrikanischen Fußballs**

**Düsseldorf, 31. März 2009 - Die Fußball-Weltmeisterschaft 2010 steht in bereits 15 Monaten an. In Südafrika kämpfen dann 32 Länder um den Titel. Die Stimme der WM, „the original sound of south africa“, ertönt aus der Vuvuzela. Dieser traditionelle Fan-Artikel gilt bisher als das Symbol des südafrikanischen Fußballs und wird im Zuge des Turniers die Welt erobern. Zwei clevere Rheinländer haben sich frühzeitig und exklusiv von der südafrikanischen Masinedane Sport CC das Markenrecht sowie das Recht zur Produktion und zum Vertrieb der Vuvuzela für alle Länder der europäischen Union gesichert. Frank Urbas und Gerd Kehrberg heißen die Marketing-Spürnasen, ihre Firmen-Zentrale steht in Düsseldorf. „Unser Projekt läuft seit Mitte vergangenen Jahres, und wir bauen es kontinuierlich aus“, sagt Urbas, für den Vertrieb zuständig. „Neben Partnern im Retail stehen wir im Business-to-Business in Kooperations-Verhandlungen mit fußballaffinen Unternehmen, die die Vuvuzela im Vorfeld und bei der WM als ultimatives Promotion- und Marketingtool einsetzen möchten.“ Nicht nur in den Stadien selbst, sondern auch bei den hiesigen Fan-Partys und Public Viewings. Dabei lässt sich die giraffenhalsartige, dreiteilige Trompete individuell dem Corporate Identity des jeweiligen Unternehmens anpassen, etwa was Logo-Aufdruck und Farbgestaltung sowie -kombination angeht. Die WM-Organisatoren haben bereits jetzt zugesichert, dass jeder Fan seine Vuvuzela mit ins Stadion bringen kann.**

„Wir garantieren höchste Produktqualität“, verspricht Gerd Kehrberg, „damit stellen wir sicher, dass ausschließlich unbedenkliche Materialien verwendet und alle relevanten Produktbestimmungen eingehalten werden.“ In den kommenden Wochen und Monaten wird Kehrberg zusammen mit seinem Geschäftspartner Frank Urbas für das Vertriebs- und Marketingkonzept der Vuvuzela in ganz Europa buchstäblich „in die Trompete blasen“. Erste Erfolge verzeichnen sie bereits. Auch gefiel den Geschäftspartnern in Südafrika das in Deutschland entwickelte, rechtlich geschützte Vuvuzela-Logo gleich so gut, dass diese es nun selbst auch zur weltweiten Vermarktung nutzen. Damit ist ein global einheitliches Corporate Identity gewährleistet.

„Die Vuvuzela, dessen sind wir sicher, wird durch die mediale Berichterstattung vor, während und nach der Fußball-Weltmeisterschaft eine tragende Rolle spielen. Das wird eine ungemein hohe Nachfrage beim Verbraucher auslösen. Und nur unsere Kooperationspartner sind in der Lage, ihren Kunden die original Vuvuzela anzubieten.“ Wie zur Bestätigung präsentierte kürzlich Johannesburg, Austragungsort des Eröffnungsspiels und des Finals, sein offizielles Plakat als „Host City“ - im Mittelpunkt des Motivs: die Vuvuzela.

## Pressemitteilung vom 31. März 2009

### **Über Vuvuzela:**

Ob bei den Duellen der Kaiser Chiefs gegen die Orlando Pirates oder den Spielen der Nationalmannschaft, der Bafana Bafana: Ein südafrikanisches Fußballmatch ist ohne sie undenkbar. Die Vuvuzela ist der ultimative Fan-Artikel aller südafrikanischen Fußballfans und kommt nun endlich auch nach Europa - rechtzeitig vor Beginn der nächsten Fußball-Weltmeisterschaft 2010 in Südafrika. Von der Masincedane Sport CC, Cape Town, RSA hat die URBAS | KEHRBERG GmbH exklusiv das Markenrecht sowie das Recht zur Produktion und zum Vertrieb der Marke Vuvuzela für alle Länder der europäischen Union erworben.

URBAS | KEHRBERG GmbH  
Pinienstr. 2, 40233 Düsseldorf  
Telefon +49-211-53026997  
[info@vuvuzela-europe.com](mailto:info@vuvuzela-europe.com)

[www.vuvuzela-europe.com](http://www.vuvuzela-europe.com)

### **Pressekontakt:**

dreimarketing GmbH  
Gernot Speck  
Pinienstr. 2, 40233 Düsseldorf  
Tel.: 0211 984946 52  
Fax: 0211 984946 53  
E-Mail: [speck@dreimarketing.de](mailto:speck@dreimarketing.de)