

MAURICE LACROIX IM FUSSBALLFIEBER SPONSORENVERTRÄGE MIT VIER BUNDESLIGISTEN UNTERZEICHNET

PFORZHEIM, AUGUST 2013 – MAURICE LACROIX WIRBT IN DER LIGASAIISON 2013/2014 AUF DER TV-BANDE VON VIER VEREINEN DER ERSTEN FUSSBALL BUNDESLIGA. PÜNKTLICH ZUM SAISONSTART IST DIE TINTE UNTER DEN VERTRÄGEN MIT DEM CHAMPIONS LEAGUE-TEILNEHMER BAYER 04 LEVERKUSEN, HERTHA BSC, DEM VFL WOLFSBURG UND SV WERDER BREMEN TROCKEN.



Maurice Lacroix beschreitet zur Bundesligasaison 2013/2014 Neuland und präsentiert als erste Uhrenmarke die Nachspielzeit auf der TV-relevanten Werbebände. Mit Ablauf der 45. und der 90. Spielminute wird bei den Heimspielen von Bayer 04 Leverkusen und Hertha BSC Berlin die ganze etwa 230 Meter lange LED-TV-Bande der Vereine für die gesamte Nachspielzeit mit „MAURICE LACROIX YOUR TIME IS NOW“ Schriftzügen erstrahlen. Ein ähnliches Bild bietet sich in den Stadien vom SV Werder Bremen und dem VfL Wolfsburg dar, hier wird jedoch zur Nachspielzeit und während der Spielzeit auf der LED-TV-Bande geworben. MAURICE LACROIX – SWISS WATCHES – YOUR TIME IS NOW. „Ergreift eure Chancen bis zur letzten Sekunde“ fordert die Schweizer Uhrenmarke in begleitenden Anzeigen in Stadionmagazinen oder auf der Vereinswebseite des VfL Wolfsburg.

Maurice Lacroix präsentiert Ihnen die Nachspielzeit. Nicht nur in den Stadien! 3,3 Millionen Zuschauer verfolgten den ersten Spieltag der neuen Bundesliga-Saison auf Sky. Im Durchschnitt werden pro Spieltag 2,4 Millionen Kontakte in der Zielgruppe der 20-59-jährigen Männer über den Pay-TV-Sender erreicht. Marc Gläser, Managing Director Maurice Lacroix, dazu: „Es gibt in Deutschland keinen vergleichbaren Sport der so viel Aufsehen über alle sozialen Schichten hinweg erregt wie Fußball. Unter den Quotensiegern im TV belegen regelmäßig Fußballübertragungen die vordersten Plätze. Vor uns liegt eine spannende Zeit, die uns ermöglichen wird, Maurice Lacroix mit überraschenden und richtungsweisenden Aktivitäten zu positionieren.“



ÜBER MAURICE LACROIX

Seit der Einführung der ersten Maurice-Lacroix-Uhr im Jahr 1975 hat sich das Unternehmen zu einer gefragten Manufakturmarke entwickelt. Ende 2006 gründete Maurice Lacroix seine eigenen Werkstätten, wo komplexe Bestandteile für seine herausragenden mechanischen Kaliber gefertigt werden. Damit katapultierte sich die Marke in die exklusive Reihe Schweizer Uhrenmanufakturen. Bald schon meldete Maurice Lacroix dank seiner zahlreichen Innovationen sowohl im Bereich der Technologie als auch des Designs viele Patente und Marken an. Maurice Lacroix zählt zu den wenigen unabhängigen Uhrenherstellern der Welt und beschäftigt mehr als 200 Menschen weltweit, von denen die Mehrheit am internationalen Hauptsitz in Biel und in den Fertigungsstätten in Saignelégier und Montfaucon in der Schweiz tätig ist. Am 1. Juli 2011 übernahm DKSH, ein Schweizer Unternehmen mit Hauptsitz in Zürich sowie führender Dienstleister für Marktexpansion in Asien, die Kontrollmehrheit an der Maurice Lacroix Gruppe. DKSH ist mit 650 Niederlassungen in 35 Ländern vertreten und erwirtschaftet mit 24'000 Mitarbeitern einen Nettoumsatz von 7,3 Mrd. Schweizer Franken in 2011.

FÜR WEITERE FRAGEN KONTAKTIEREN SIE BITTE:

DKSH Luxury & Lifestyle Europe GmbH
Nicole Bär
Head of PR & Communication
Tel. +49 (0) 7231 914 112, E-Mail: nicole.baer@dksh.com

Freier Zugang zur Datenbank unter:
www.mauricelacroix.com/About/Media.sls