



Zurich und DTU launchen Videoreihe „Herzschlag Triathlon“

08.12.2020 10:00 CET

„Herzschlag Triathlon“: Zurich und DTU launchen Videoreihe mit Triathleten

Köln, 8. Dezember 2020 - Zusammen mit der Deutschen Triathlon Union (DTU) präsentiert Zurich als offizieller Hauptsponsor der DTU sowie der Deutschen Triathlon Nationalmannschaft die Videoserie „Herzschlag Triathlon“ über die Faszination Triathlon. In insgesamt sechs emotionalen Videos werden die Triathletinnen und Triathleten der Nationalmannschaft rund um ihren Sport begleitet – ob in Trainingslagern, bei Wettkämpfen oder auch im Alltag, der vom Triathlon bestimmt ist. Veröffentlicht werden die einzelnen Folgen über die kommenden Monate auf den digitalen Kanälen von Zurich und der DTU. Los geht es heute mit dem ersten [Video](#), das die Sportart Triathlon vorstellt und die Zuschauer mit der gesamten Triathlon-

Nationalmannschaft bekannt macht.

Faszination Triathlon für alle

„Unsere dynamische Serie soll Lust auf Triathlon machen. Daher haben wir uns als Zielgruppe nicht die eingefleischten Triathlon-Fans gesetzt, sondern alle sportbegeisterten und sportinteressierten Menschen – schließlich zählen die Triathlon-Disziplinen Schwimmen, Radfahren und Laufen zu den beliebtesten Sportarten in Deutschland. Wir möchten weiter die Bekanntheit von Triathlon als Sportart für jedermann fördern und gleichzeitig eine Nähe zu den DTU-Sportlern erzeugen“, erklärt Annika Bäcker, Marketingleiterin der Zurich Gruppe Deutschland, das Ziel der Serie.

Die Serie wird bestimmt von exklusiven Einblicken in das Leben der Triathletinnen und Triathleten, ihren persönlichen Werdegängen und Motivationen und natürlich der Wettstreit um die zwei noch ausstehenden Tickets für die Olympischen Spiele in Tokio. Diese werden nämlich Ende Mai 2021 unter den Mitgliedern der Triathlon-Nationalmannschaft vergeben. Im Fokus stehen nicht nur einzelne Sportlerinnen und Sportler, sondern auch das Mannschaftsgefüge an sich.

Triathleten ganz nah

„‘Herzschlag Triathlon‘ verbindet zwei Ziele, die wir seit Beginn der Partnerschaft gemeinsam mit der Zurich Versicherung verfolgen: zum einen, die Faszination Triathlon greifbarer zu machen und noch mehr Menschen zu motivieren, selbst einmal Triathlon auszuprobieren. Zum anderen, die Athlet*innen der Triathlon-Nationalmannschaft bekannter machen, zu zeigen, was sie für Persönlichkeiten sind, was es bedeutet, Hochleistungssportler*in zu sein. Daher freue ich mich sehr, dass dieses Projekt umgesetzt wird und das erste Video bereits veröffentlicht ist“, sagt Matthias Zöll, DTU-Geschäftsführer.

Produziert wird die Contentserie von SID Marketing, der Marketing-Tochter des Sportinformationsdienstes (SID), in Kooperation mit Octagon, der Sportmarketing Agentur von Zurich.

Insurance Group. Mit Beitragseinnahmen (2019) von über 6 Milliarden EUR, Kapitalanlagen von mehr als 50 Milliarden EUR und rund 4.400 Mitarbeitern zählt Zurich zu den führenden Versicherungen im Schaden- und Lebensversicherungsgeschäft in Deutschland. Sie bietet innovative, leistungsfähige und nachhaltige Produkte und Lösungen zu Versicherungen, Vorsorge und Risikomanagement aus einer Hand. Individuelle Kundenorientierung und hohe Beratungsqualität stehen dabei an erster Stelle.

Kontaktpersonen



Bernd O. Engelen

Pressekontakt

Unternehmenssprecher / Bereichsleitung

Politik & Unternehmenskommunikation

bernd.engelen@zurich.com

+49 (0)172 8103858

+49 (0)172 810 38 58