

PRESSEINFORMATION

## VOLLTREFFER:

# THÜRINGEN-IMAGE PROFITIERT VON DFB-BESUCH

**Mit einer umfassenden Begleitkommunikation rund um das Trainingscamp der deutschen Fußballnationalmannschaft im thüringischen Blankenhain setzt familie redlich (fr) den ersten Meilenstein als Leadagentur des Thüringer Landesmarketings „Das ist Thüringen“ im Auftrag des Thüringer Ministeriums für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitale Gesellschaft (TMWWDG).**

Berlin, 26.06.2024 | Vom 26. bis 31. Mai 2024 hat sich die deutsche Fußballnationalmannschaft in Blankenhain (Weimarer Land) auf die UEFA EURO 2024 vorbereitet. Das Trainingslager war nicht nur sportlich ein voller Erfolg, sondern erzielte auch einen erheblichen Image-Boost für das Gastgeber-Bundesland. Die von familie redlich entwickelte Begleitkommunikation (Medienarbeit, Social Media, Online-Banner, Mobile Ads und OOH-Maßnahmen) erreichte ein Millionenpublikum und erzielte bemerkenswerte Effekte: Wer die entsprechende Berichterstattung oder den Kampagnen-Content wahrgenommen hat, hatte im Anschluss deutlich stärkere positive Assoziationen mit Thüringen als zuvor. Das belegt die vom Online-Meinungsforschungsinstitut Civey kampagnenbegleitend durchgeführte Wirkungsmessung.

Unter dem Motto „Den Feinschliff holt sich das DFB-Team in Thüringen“ setzte die Begleitkampagne das Potenzial des Freistaats als modernes und vielseitiges Bundesland in Szene – und umfasste dabei eine Vielzahl von Maßnahmen: Dazu gehörte die contentreiche Ausgestaltung des Medienzentrums im Schloss Blankenhain ebenso wie der Einsatz mobiler Großflächen an gut frequentierten Orten – darunter das öffentliche Training der National-Elf in Jena vor 15.000 Fans. Im digitalen Raum erzielte die Kampagne ebenfalls reichweitenstarke Ergebnisse. Der Kampagnen-Trailer wurde über 107.000-mal auf YouTube aufgerufen und erhielt zusätzliche Reichweite durch Platzierungen in DFB-Livestreams (ca. 230.000 Views). Auf Facebook und Instagram erreichte der Film rund sechs Mio. Ad Views. Die Presse veröffentlichte rund 12.000 Berichte über das Trainingscamp und generierte bundesweite Aufmerksamkeit für das Gastgeber-Bundesland. Erfolgreich platzierte Online-Banner und Mobile Ads sorgten für eine starke Sichtbarkeit und hohen Traffic auf der Website „Das ist Thüringen“.

Die Evaluationsergebnisse beweisen eindrucksvoll die starke Image-Wirkung. Der Anteil der Deutschen, die das EM-Trainingslager in Thüringen verorten konnten, stieg von 3 % kurz vor Beginn auf 31 % nach Beendigung des Trainingslagers. Entscheidender jedoch: Thüringen wird bei den Befragten nun stärker mit positiven Attributen wie Kultur (+9,7 Prozentpunkte), Geschichte (+6,9 Prozentpunkte) und Natur (+6,8 Prozentpunkte) assoziiert. Ausgangslage war eine Nullmessung dieser und weiterer Dimensionen Anfang Mai 2024.

„Die Umfrageergebnisse verdeutlichen, dass wir mit dem Trainingslager und unserer Kampagne das bundesweite Ansehen Thüringens stärken konnten. Unsere Investition ins Marketing und die langfristig nutzbare Infrastruktur sowie die Realisierung des Pressezentriums zahlen sich bereits jetzt aus,“ bilanziert Thüringens Wirtschaftsminister Wolfgang Tiefensee. „Es ist eine großartige Bestätigung sowohl für die Attraktivität unseres modernen und vielseitigen Bundeslandes als auch für das Engagement aller Beteiligten.“

Nach Abschluss des DFB-Trainingscamps bleibt Thüringen im Fokus der internationalen Fußballwelt. Die englische Nationalmannschaft hat das Spa & GolfResort Weimarer Land als Basiscamp für die UEFA EURO 2024 bezogen.

Den [Kampagnen-Trailer](#) und weitere Inhalte finden sich auf [www.das-ist-thueringen.de/euro2024-dfb-trainingslager](http://www.das-ist-thueringen.de/euro2024-dfb-trainingslager).

**Pressekontakt:**

Jasmin Jovanovic | Bogna Moll  
Phone: +49 30 818777-190  
E-Mail: [presse@familie-redlich.de](mailto:presse@familie-redlich.de)  
[www.familie-redlich.de](http://www.familie-redlich.de)

**Über familie redlich AG:**

Im September 2001 gegründet, betreut die Berliner Agentur familie redlich (fr) Auftraggeber aus Wirtschaft, Politik, Kultur und Wissenschaft in allen relevanten kommunikativen und kreativen Disziplinen. 2016 wurde das digitale Angebot um IT-Lösungen und Open-Source-Technologien durch die coding.powerful.systems.CPS GmbH (CPS) erweitert. Ergänzt wurde das Leistungsportfolio 2021 mit den Retail- und Architektur-Spezialisten von hartmannvonsiebenthal (HVS). familie redlich ist Mitglied im Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA e. V., im Berlin Event-Network und hat seit Jahren einen Stammplatz im Ranking der TOP 50 inhabergeführten Agenturen Deutschlands.

Seit Februar 2024 ist fr Leadagentur der Öffentlichkeitsarbeit des Thüringer Ministeriums für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitale Gesellschaft (TMWWDG) und des Thüringer Landesmarketings „Das ist Thüringen“. Die Mission besteht hauptsächlich in der Positionierung des Freistaats Thüringen im nationalen Wettbewerb der Regionen – u. a. durch umfassendes Content-Marketing und integrierte Marketingkommunikation rund um „Das ist Thüringen“ ([www.das-ist-thueringen.de](http://www.das-ist-thueringen.de)). Das TMWWDG ergänzt das Kundenportfolio der Agentur im Public Sector, zu dem u.a. der DAAD, das BMBF, das BMI und die UBSKM gehören.

