

Digitalversicherer helden.de und der FC St. Pauli erweitern Partnerschaft

Laptop-Sammelaktion für Schulen wird fortgesetzt - Stadion-Drohnenvideo sorgt für reichlich Aufmerksamkeit - noch mehr Zusammenarbeit geplant

Der volldigitale Versicherungsanbieter helden.de und der Zweitligist FC St. Pauli setzen ihre Partnerschaft auch in der neuen Bundesligasaison 2021/22 fort. Schon in den letzten beiden Spielzeiten waren die Hamburger von helden.de an Bord – in dieser Saison wird das Engagement noch erweitert.

Bereits seit 2015 erneuert helden.de mit fairen, transparenten und digitalen Versicherungsprodukten die Versicherungsindustrie und gehört damit zu den Pionieren in Deutschland. Mit seinen durchdachten Lösungen erfährt helden.de einen starken Kundenzuspruch und ein erhebliches Wachstum in diesem Segment – eine Erfolgsgeschichte, die den Zeitgeist trifft.

Ziel der Partnerschaft ist, neben der Unterstützung sozialer Projekte des Clubs, die Sensibilisierung von Fans und Vereinsunterstützern für das Thema sinnvoller Versicherungsschutz. So haben der Club und helden.de Anfang des Jahres eine gemeinsame Aktion ins Leben gerufen: Das Sammeln und Spenden ausrangierter Laptops für Schüler und Schülerinnen der Stadtteilschule am Hafen, die aufgrund fehlender Hardware nicht am Distanzunterricht teilnehmen konnten. Insgesamt wurden in den letzten Monaten rund 300 Laptops an die Schule übergeben. Die Aktion wird auch in der laufenden Saison weiter fortgeführt.

Zudem hat ein spektakuläres helden.de Drohnenvideo in den letzten Wochen nicht nur bei den Fans für Aufmerksamkeit gesorgt: Mit einer sogenannten FPV-Drohne (FPV steht für „First Person View“) ging es quer durch und über das Millerntor-Stadion. So rasant und aus einzigartigen Perspektiven wurde in Deutschland noch kein Fußball-Stadion gezeigt.

Der 137 Sekunden lange Flug wurde ohne Schnitt gedreht, in einem sogenannten One-Take. Beginnend in der Kabine geht es gemeinsam mit Vereins-Legende Jan-Philipp „Schnecke“ Kalla durch den Spielertunnel auf das Spielfeld. Anschließend von außen über die Tribüne zurück ins Stadion und durch eine Loge bis hin zum Kunstschuss von Kalla in den Winkel des Tores. Das Video wurde auf unterschiedlichen Kanälen tausendfach geklickt sowie hundertfach kommentiert und geteilt <https://www.youtube.com/watch?v=H2h3wVj-0rs>.

Bernd von Geldern, Geschäftsleiter Vertrieb beim FC St. Pauli, freut sich auf die Fortführung der Zusammenarbeit mit den Helden: „Zwischen dem FC St. Pauli und helden.de hat sich eine großartige Partnerschaft entwickelt. Der gemeinsam organisierte Aufruf für die Stadtteilschule am Hafen hat eindrucksvoll gezeigt, dass wir gemeinsam viel Sinnhaftes tun können. Wir freuen uns, dass die Helden auch in den schwierigen Corona-Zeiten nicht nur an unserer Seite geblieben sind, sondern ihr Engagement nochmals erweitert haben.“

„Die Partnerschaft mit dem Verein ist nicht nur inspirierend und macht menschlich unheimlich viel Spaß, sie bringt auch Gutes und Wichtiges hervor. Bei der Entwicklung unserer Lösungen und Produkte stellen wir den Schutz des Menschen und seine Bedürfnisse in den Mittelpunkt, ganz gleich ob im privaten- oder beruflichen Kontext. So agieren wir auch bei unserer Partnerschaft mit dem Club: Der Mensch im Mittelpunkt. Der Zuspruch der Mitglieder und Freunde des FC St. Pauli freut uns sehr und ermutigt uns für noch mehr Engagement“, sagt Fabian Engel, Chief Marketing Officer bei helden.de.

Neben der Kooperation mit dem FC. St. Pauli sowie mit dem weltweit größten Digital-Metal-Festival Wacken World Wide im letzten Jahr, begleiten die Helden weitere spannende Projekte: Unter anderem den Extremsportler Jonas Deichmann bei seiner Erdumrundung mit reiner Muskelkraft <https://helden.de/jonas-deichmann>.