UEFA Champions League präsentiert überarbeitete Markenidentität

**Die Marke UEFA Champions League hat für die Saison 2018/19 ein neues dynamisches Aussehen erhalten. Das Konzept hinter der erneuerten Identität entstand unter dem Motto „Besondere Momente auf der ultimativen Bühne“.**

Im Mittelpunkt dieser neuen Markenidentität stehen die miteinander verbundenen Sterne auf dem „Starball“ des Logos der UEFA Champions League. Das Konzept bringt die legendären Fußballmomente zum Ausdruck, welche die Spieltage der UEFA Champions League so besonders machen.

Unter Beibehaltung bewährter Elemente wie der Hymne, des Stadions und der Trophäe wurde das Branding flexibler gestaltet. Die blaue Farbpalette, die für die Spieltage der UEFA Champions League eingesetzt wird, hat für ein zeitgemäßeres Aussehen neue farbliche Akzente in Magenta und Cyan erhalten.

**Optischer Ausdruck der Marke**  
Die neue Identität bringt die Weiterentwicklung der Markenpositionierung der UEFA Champions League optisch zum Ausdruck. Sie konsolidiert die wichtigsten Markenwerte, für die der Wettbewerb bekannt ist, und betont seine führende Rolle im Fußball. Die UEFA Champions League ist mittlerweile keine reine Sportveranstaltung mehr, sondern zu einem festen Bestandteil der globalen Unterhaltungsindustrie geworden.

**Guy-Laurent Epstein, Marketingdirektor der UEFA Events SA:** „Die UEFA Champions League ist eine im Fußball, im Sport und in der Unterhaltungsindustrie global anerkannte Marke. Die Erneuerung der Marke schafft deutlich mehr Gelegenheiten, anhand neuer Technologien und auf neuen Plattformen mit Fans und Interessenträgern zu interagieren.“

**Geeignet für die digitale Welt**  
Die verfeinerte Markenidentität wurde mit Blick auf digitale, mobile und Soziale-Medien-Plattformen kreiert. Die neuen Elemente ermöglichen eine einfachere, skalierbare Markenintegration (von teil- zu vollflächigem Branding) auf kleineren Flächen und mobilen Geräten. Der Detailgrad der Bildelemente „Ultimate Stage“ und „Starball“ wurde mit Blick auf eine verbesserte Ultra-High-Definition-TV-Übertragung erhöht, um sicherzustellen, dass die Marke für die Fans attraktiv und interessant bleibt und diese vor dem Hintergrund der Weiterentwicklung von Technologien und Plattform-Inhalten die Möglichkeit haben, mit der Marke zu interagieren.

**Stärkste Veränderung seit Jahren**  
Im Einklang mit dem kommerziellen Zyklus der Übertragungs- und Sponsoringrechte überarbeitet die UEFA alle drei Jahre die Identität ihrer Wettbewerbsmarken. Im Vergleich zu den Erneuerungen der Markenidentität in der Vergangenheit ist das neue Design ein deutlicher Schritt nach vorne. Der „Starball“ erhält im Rahmen der neuen Identität eine größere Bedeutung, während die unverwechselbare und erfolgreiche „Ultimate Stage“-Arena weiterhin Teil des Brandings bleibt. So wird die Anzahl an Visuals, die intern und von den UEFA-Partnern zu Kommunikationszwecken verwendet werden können, erhöht.

**Mark Hyde, Leiter Design, BT Sport**: „Souverän, modern und mutig. Die Marke UEFA Champions League bewahrt mit raffinierter Eleganz und dynamischer Farbgebung ihre führende Stellung als eine der bekanntesten Brands im Sport.“

**Co-Branding mit den Partnern**  
Mit der neuen Identität sollen zahlreiche Interessenträger wie Sponsoren, Broadcaster, Lizenznehmer und Klubs unterstützt werden. Es wurde ein neues, flexibleres farbliches Co-Branding-System eingeführt, um den kommerziellen Partnern die Gelegenheit zu geben, die Markenidentität an ihre eigenen Bedürfnisse anzupassen, und gleichzeitig einen konsistenten Auftritt auf verschiedenen Plattformen zu gewährleisten.

**Hans Erik Tuijt, Globaler Direktor Sponsoring, Heineken**: „Das Branding ist zeitgemäß und ansprechend. Der Wettbewerb erhält ein neues, modernes Aussehen und bleibt gleichzeitig eine Premium-Marke.“

Die neue Markenidentität verleiht der UEFA Champions League weiterhin ein einzigartiges Branding, das auf zahlreichen Werbeplattformen zum Tragen kommen wird mit dem Ziel, die Attraktivität eines der weltweit größten Sportwettbewerbe weiter zu steigern.

Die Identität wurde in Zusammenarbeit mit dem UEFA-Marketingpartner, der TEAM Marketing AG, und der in London ansässigen Kreativ-Agentur DesignStudio entwickelt.

Weitere Einblicke in die neue Identität erhalten Sie unter:   
<http://uclbranding.uefa.com/>

Unter folgenden Links können Sie die Visuals der neuen Markenidentität herunterladen:  
<https://uefa.box.com/v/UEFAChampionsLeagueBranding>

oder:  
<https://uefa.newsmarket.com/>

Für Fragen wenden Sie sich bitte an:

UEFA Media & Public Relations  
Route de Genève 46            
Postfach                        
CH-1260 Nyon 2                            
Schweiz  
Media desk       
Tel: +41 (0) 848 04 2727      
Email: media@uefa.ch