



FAIR PLAY

Danone macht
Kinderherzen glücklich

VON SANDY STRASSER

So vielen Menschen wie möglich Zugang zu guter Nahrung und damit zu Gesundheit ermöglichen. Das ist die Mission von Danone. Seit jeher ist das Thema eng mit der Unternehmensgeschichte und den Produkten verknüpft. Doch auch in Sachen Bewegung will das Unternehmen Vorbild sein und initiiert daher regelmäßig den Danone Nations Cup, das Top-Event in der internationalen Fußballwelt für Kids.

Der Danone Nations Cup unter der Schirmherrschaft von Zinedine Zidane ist der größte gemischte Fußball-Wettbewerb für Kinder in der U12-Kategorie im Alter von 10 bis 12 Jahren. Seine Intention ist es, einen großen Traum für möglichst viele junge Fußballtalente weltweit wahr werden zu lassen. In den vergangenen 16 Jahren hat er bereits jährlich zweieinhalb Millionen Kinder in der ganzen Welt zusammengebracht. „Die Teilnahme an einem Turnier dieser Größenordnung und die Gelegenheit, in diesem Jahr in Marokko spielen zu dürfen, ist für all diese Kinder der Stoff, aus dem Träume gemacht sind“, sagt Zinedine Zidane. Nach Frankreich, Südafrika, Polen, Spanien, Großbritannien und Brasilien im vergangenen Jahr, wird Marokko die 400 jungen Finalisten Ende Oktober willkommen heißen. »



Emmanuel Faber, CEO von Danone



„Das Ziel dieser Veranstaltung ist für Danone, seine Werte zu vermitteln: Nähe, Offenheit, Menschlichkeit und Begeisterung.“

Emmanuel Faber

Franck Riboud, Vorsitzender des Aufsichtsrats von Danone

Franck Riboud, Vorsitzender des Aufsichtsrats von Danone, hat diese Initiative im Jahr 2000 als ein von der Danone-Gruppe organisiertes Weltereignis ins Leben gerufen, das die Werte greifbar macht, für die Danone steht und das junge Spieler im Sinne des gegenseitigen Austauschs und Respekts zusammenbringen soll. „Das Ziel dieser Veranstaltung ist für Danone, seine Werte zu vermitteln: Nähe, Offenheit, Menschlichkeit und Begeisterung. Dieser Wettbewerb ist ein unglaubliches Ereignis, wo für jeden die Träume Wirklichkeit werden. Er demonstriert eine außergewöhnliche geistige Haltung und steht für einen außerordentlichen Zusammenhalt, der alle Unterschiede überwindet“, so Emmanuel Faber, CEO von Danone.

Zinédine Zidane, treuer Botschafter des Danone Nations Cups, hat von Anfang an die jüngere Generation unterstützt, um seine einzigartige Spielerfahrung weiterzugeben, aber auch Teamgeist, Fair Play und Leidenschaft für das Spiel: „Die Kids sind hier, um zu gewinnen, aber gleichzeitig auch, um sich gegenseitig sowie die Regeln zu respektieren. Es ist zudem auch eine große Chance für sie, etwas über andere Kulturen zu lernen und vor allem, um zum ersten Mal zu reisen.“

Danone ist bereits seit 60 Jahren in Marokko vertreten. Die nationalen Wettbewerbe werden unter anderem vom marokkanischen königlichen Schulsportbund und dem königlichen marokkanischen Fußballverband gesponsert. Diese Institutionen sind beständige und verlässliche Partner des Turniers, die damit Tausende von Jugendlichen zu regelmäßigem Sport motivieren möchten. Soziales Verantwortungsbewusstsein ist dabei das Herzstück der innovativen

Entwicklungsprojekte von La Centrale Laitière-Danone. Die Organisation des internationalen Finales des Nations Cup ist ein Beweis für das Engagement des Unternehmens für eine ausgewogene Ernährung und regelmäßige körperliche Bewegung.

Der Nations Cup ist damit ein einzigartiges und unvergessliches Erlebnis rund um den Sport, Werte und Emotionen, der bereits auf eine lange Erfolgsgeschichte zurückblicken kann und damit Glaubwürdigkeit in der Welt des internationalen Fußballs gewonnen hat. Diese Anerkennung hat sich im Laufe der Jahre durch die Einbeziehung der einzelnen Ländern und renommierter Botschafter stetig entwickelt. Dazu gehören unter anderem Vicente Del Bosque aus Spanien, Cafu aus Brasilien, Dimitri Berbatov aus Bulgarien, Hagi aus Rumänien, Michael Ballack aus Deutschland und David Trezeguet aus Argentinien.

Emmanuel Faber sagt: „Für Danone ist es mehr als nur ein Wettbewerb, es ist die perfekte Veranschaulichung unserer Mission: Durch Nahrungsmittel den Zugang zu Gesundheit so vielen Menschen wie möglich zu eröffnen. Während des gesamten Wettbewerbs ist es unser Ziel, die Öffentlichkeit und die Teilnehmer für eine gesunde Ernährung und körperliche Aktivität zu begeistern.“

WEITERFÜHRENDE LINKS

www.danone.com
www.danonecup.de

DIGITALE TRANSFORMATION

Kurzporträt Osudio

Technologie verändert die Art, wie wir Produkte kaufen und verkaufen. Osudio verhilft Unternehmen zu Erfolg in der Welt des E-Business, die ständigen Veränderungen unterworfen ist. Wir sind Unternehmer im Herzen und übersetzen die komplexen Anforderungen des E-Business in leicht zu nutzende Online-Lernumgebungen. Aufgrund unserer Erfahrung im E-Business seit den 1990er-Jahren wissen wir, was funktioniert, was nicht funktioniert und was Wachstum bewirkt. Mithilfe von Osudio erreichen Sie B2B-Kunden ebenso wie B2C-Kunden mit einem nahtlosen Service auf jedem Kanal, auf dem diese aktiv sind. Unsere Aufgabe sind die Menschen und deren Umgang mit Technologie. Deshalb legen wir auch besonderen Wert auf Kenntnisse in UX und digitaler Kommunikation. Wir suchen laufend den richtigen Mittelweg zwischen innova-

tiver Anwenderfreundlichkeit und robuster Technologie. Osudio hilft dem Kunden, anwenderfreundliche Umgebungen zu entwickeln, welche die Käufer leicht zu digitalen Transaktionen oder dem herkömmlichen Handel leiten. Wir bieten ein umfassendes Angebot an Dienstleistungen wie digitale Strategie und Beratung, User Experience Design, Tätigkeiten in E-Business und IT-Dienstleistungen. So unterstützte Osudio in den vergangenen 20 Jahren die größten Unternehmen in Europa bei der Entwicklung ihres Geschäftsmodells, um ihnen einen Platz in der ersten Reihe zu sichern.

Ein Stillstand ist für unsere Kunden keine Option. Unsere Aufgabe ist es, ihr Vertrauen zu gewinnen, eine haltbare Partnerschaft aufzubauen und ihnen zu helfen, voranzuschreiten. Um dieses wahr werden zu lassen, müssen wir eine Atmosphäre schaffen, wo Er-

folg möglich ist. Eine Atmosphäre, in der wir gradlinig, offen und ehrlich miteinander umgehen. Eine Atmosphäre, in der Leidenschaft, Kreativität und Innovation Bestand haben. Genau das können Sie bei Osudio erwarten.

DANONE UND OSUDIO - DAS GLUE-KONZEPT

Um (IT) Uniformität zu erhalten und gleichzeitig lokale Markenkommunikation zu ermöglichen, entwickelten Osudio und Danone Babynahrung das „Glue-Konzept“: Global Language Unified Experience. Dieses erlaubt es, lokalen Sorten der Danone Babynahrung Marken lokaler Markenwerte zu kommunizieren und dabei Effizienz und Synergie der (IT) Lieferdomäne zu erhalten.



The Future of Marketing is Agile

STAY IN CONTROL

Behalten Sie die Kontrolle über Ihre Marketingplanung und Budgets, Workflows und KPIs.

STRENGTHEN YOUR BRAND

Stärken Sie Ihre Marke durch konsistente Materialien und CI-konforme Werbemittel.

CREATE CONTENT DYNAMICALLY

Adaptieren Sie zielgruppenspezifische Kampagnen für alle klassischen und digitalen Kanäle.

MARKETING EFFICIENCY CLOUD

All-in-one. End-to-end.

www.brandmaker.com

