

13.07.2023 - 09:10 Uhr

## Verrücktes WM-Tippspiel: OBI und Fußball-Nationalspielerin Lena Oberdorf präsentieren WM-Orakel



Wermelskirchen (ots) -

**Stetig steigende Zahlen an jubelnden Fans in den Stadien, ein wachsendes Interesse vor den TV-Bildschirmen und ebenso bei Vermarktern und Sponsoren zeigen: Frauenfußball liegt voll im Trend. Zum Start der Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen in Australien und Neuseeland präsentiert OBI nun mit Markenbotschafterin Lena "Obi" Oberdorf eine erste gemeinsame Kampagne: humorvoll, leichtfüßig und aktiv.**

32 Teams, 8 Gruppen, nur ein Pokal: In einer Woche beginnt in Australien und Neuseeland die Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen. Mittendrin: Lena Oberdorf, eine der Schlüsselspielerinnen der Deutschen Fußballnationalmannschaft der Frauen und frisch gebackene Markenbotschafterin der Baumarktmarke OBI. In Gruppe H geht es für die 21-Jährige und ihre Kolleginnen am 24. Juli gegen Marokko, Süd-Korea und Kolumbien um den Gruppensieg - und hoffentlich noch mehr. "Klar ist: Diese WM wird nicht nur hochklassig, sondern vor allem super spannend. Es können vier, fünf Teams den Titel holen - wir auch!", freut sich Lena Oberdorf, die seit ihrer Jugend den Spitznamen "Obi" trägt, auf das Turnier.

Diese Spannung nehmen die Mittelfeldakteurin und OBI in ihrer ersten gemeinsamen Kampagne auf und bringen Fußball-Kultur, DIY und jede Menge Biber-Liebe zusammen. Erst kürzlich wurde die "OBI liebt Obi"-Partnerschaft bekannt gegeben, jetzt greifen Lena Oberdorf und das beliebte OBI Maskottchen einen Klassiker der Fußballkultur auf und tippen auf unterhaltsame Art und Weise die Ergebnisse der Top-Spiele der kommenden FIFA Frauen-Weltmeisterschaft.

"Ein klassisches Tippspiel ist uns zu wenig: Wir holen mit Lena und dem Biber ein wenig die Mystik und Unberechenbarkeit von Fan-Liebling Krake Paul zurück", sagt Christian von Hegel, Senior Vice President Brand & Communication bei OBI.

### Wo gehobelt wird, fallen Tore

Für das verrückte WM-Orakel wagen sich Lena als Gesicht der Kampagne und der flauschige Biber gemeinsam auf den Fußballplatz, schießen, schubsen und drehen sich mit allerlei Action zum jeweiligen Tipp. Wer gewinnt das erste Gruppenspiel? Welche Nation stellt die Torschützenkönigin und wer wird am Ende Weltmeister? Die jeweiligen Tipp-Runden haben dabei selbstverständlich Baumarkt- und Heimwerker-Perspektive: Wenn "Obi" und der Biber gemeinsam auf die orangefarbene Eimerwand zielen oder auf der Einkaufswagen-Rollbahn unterwegs sind, ist jede Menge Do-it-Yourself-Mentalität spürbar.

### Gemeinsam am WM-Titel schrauben

Die Kampagne zum WM-Orakel startet heute mit einem ersten [Langformat auf YouTube](#) und auf Meta, zudem laufen ab dem 20. Juli Display Ads im direkten Fußball-Umfeld. Jeweils einige Tage vor einem Spiel der deutschen Mannschaft sowie vor K.O.-Spielen in der Hauptrunde wird eine weitere unterhaltsame Episode veröffentlicht. Im weiteren Turnierverlauf folgen TV-Platzierungen - die Spots des WM-Orakels werden in den Halbzeitpausen, u. a. bei den Gruppenspielen der Deutschen Fußballnationalmannschaft der Frauen, geschaltet. Beteiligte Agenturen an der Kampagne sind Zum goldenen Hirschen (Kreation, Leadagentur), Faktor 3 (PR, Testimonial Management) sowie Zenithmedia (Performance Media).

## Gemeinschaftlich aktiv sein - ob im Sport oder beim Heimwerken

Mit der langfristig angelegten Partnerschaft mit Lena Oberdorf und dem verrückten WM-Orakel als erstem konkret sichtbaren Ergebnis der jungen Partnerschaft greift OBI eine alte Leidenschaft wieder auf:

Bereits in den 1980er und 90er Jahren setzte die DIY-Marke auf Fußball- und Sportsponsoring. Mit Hilfe der 21-jährigen Mittelfeldspielerin will OBI seine Begeisterung für Gemeinschaft und den Sport vor allem bei einer jüngeren und sportinteressierten Zielgruppe bekannt machen. "Die Zusammenarbeit mit Lena passt perfekt zu uns, da sie die Freude und den Spaß am Gestalten und aktiven Tun in den Vordergrund stellt. Sie sendet eine authentische Botschaft, die wir gerade jetzt auch an unsere Kund:innen weitergeben möchten: Geht raus, habt gemeinsam Spaß und genießt aktiv den Sommer", so Christian von Hegel.

Die leichtfüßige Kampagne verkörpert die positiven Werte des Sports, signalisiert gleichzeitig Spaß und gibt einer jungen Top-Athletin eine Bühne - so bleibt OBI seinem positiven Messaging von Entwicklung, Schaffensfreude und Befähigung treu. Zugleich verweist die Baumarktmarke damit auch auf ihr Ziel, junge Menschen durch gemeinsame Erlebnisse - von DIY bis Sport - zu verbinden und Gemeinschaft erlebbar zu machen. Eben diese #allesmachbar-Mentalität lebt Europas bekannteste DIY-Marke auch in Kampagnen und ganzheitlichen Projekten wie "[Wir alle sprechen DIY](#)" und dem erfolgreichen YouTube-Format "[MACH MAL mit OBI](#)" vor.

Pressekontakt:

OBI Group Holding SE & Co. KGaA  
Albert-Einstein-Str. 7-9  
42929 Wermelskirchen  
Tel: 02196/ 76 0  
Fax: 02196/ 76 1019  
E-Mail: [presse@obi.de](mailto:presse@obi.de)

## Medieninhalte



*Sie steht für Anpacken, Durchhalten und konsequent den eigenen Weg gehen: Profi-Fußballerin Lena "Obi" Oberdorf. Die 21-jährige Mittelfeldspielerin ist eine der Leistungsträgerinnen der Deutschen Nationalmannschaft und Markenbotschafterin von OBI / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/163911](http://www.presseportal.de/nr/163911) / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.*

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100090988/100909446> abgerufen werden.