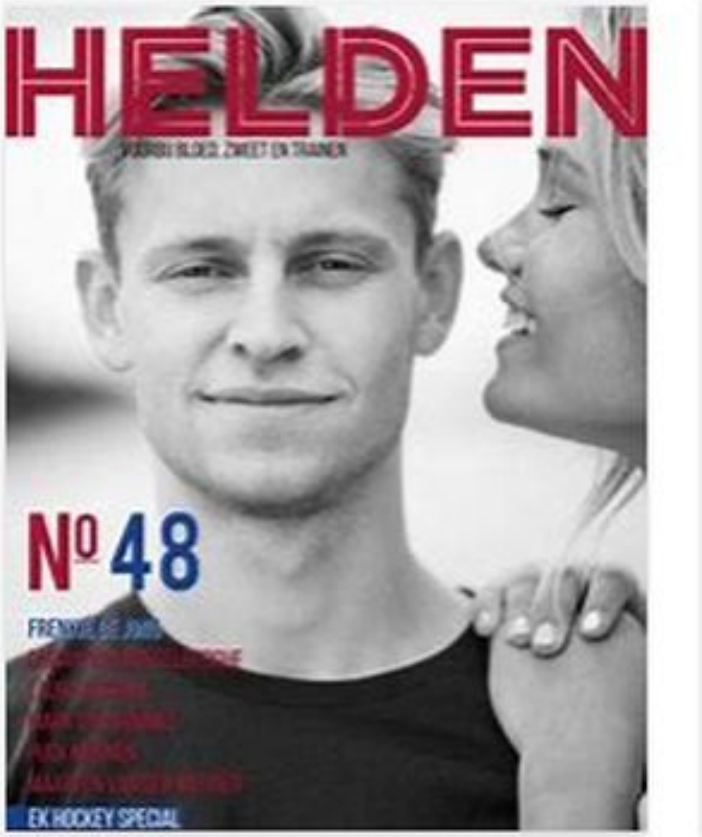
DPG media en Helden gaan samenwerken

19-12-2019 12:07





DPG Media en Helden maken vandaag bekend dat zij binnen het sportdomein op diverse gebieden gaan samenwerken. Beide partijen vinden elkaar in de liefde voor de sport. Zij gaan samen voor adverteerders concepten bouwen, nieuwe content ontwikkelen en bestaande content delen.

DPG Media en Helden komen elkaar al regelmatig tegen bij diverse projecten van onder andere sportbonden zoals NOC*NSF/ Team NL en KNVB. Ook bij klanten als Nederlandse Loterij en Toyota is al eerder samengewerkt. Binnen de samenwerking zal Helden met name de verhalen en de productie op zich nemen.

DPG Media zorgt voor de multimediale distributie en de aansluiting bij de nieuwsmerken. Bij ontwikkeling van concepten zal, waar passend, samen worden opgetrokken. De samenwerking is niet exclusief, beide partijen werken ook los van elkaar en met andere partners.

Helden is een specialist op gebied van verhalen over en met sporters. Het is in korte tijd gegroeid als een creatief en ambitieus mediabedrijf in de sport. Helden begon als sportmagazine en familiebedrijf van de familie Barend, vanuit een journalistiek hart en uit liefde voor het verhaal achter de sporter. Daaruit ontstond een creatief bureau, gespecialiseerd in de ontwikkeling en uitvoer van strategie, concepten en activaties in de wereld van sport en sportsponsoring.

Sport is belangrijke pijler bij alle nieuwsmerken van DPG Media en zeker bij het AD en de 7 regiotitels (ADR).

Focus ligt hierbij op voetbal, wielrennen, Formule 1 en Nederlandse topprestaties. Online video heeft een steeds grotere rol, waar actief wordt samengewerkt met Fox Sports, Ziggo Sport en Eurosport. ADR sport bereikt maandelijks 2,8 miljoen personen.

Barbara Barend, oprichter Helden: “Wij zijn heel trots dat wij vanuit wederzijdse kracht met elkaar aan de slag gaan. Helden heeft een hele eigen blik op de sport. Wij verbinden sport, merken en media door middel van verhalen. Omdat wij zo dicht op de huid van sporters zitten, voegen wij iets toe op de actualiteit van de nieuwsmerken. Diverse sportbonden en sponsors zagen dat ook al. Deze samenwerking is dus eigenlijk heel logisch. Ik heb vooral zin om samen de mooiste verhalen te vinden en dan ook te verspreiden naar veel grotere groepen. Die bijzondere sportverhalen verdienen simpelweg het grootste podium”.

Lauren van der Heijden, directeur advertising DPG Media: “Sport is bij ons altijd al een belangrijk domein geweest. Afgelopen tijd zien wij sterke groei in verzoeken vanuit merken. Sport blijft een ijzersterke manier voor merken om zich te profileren. Met ons MediaLab maken wij daar al veel langer creatieve concepten voor. Toch geloven wij ook in kracht van samen optrekken. De klik die wij met Helden voelen, is zowel persoonlijk als zakelijk. Samen kun je simpelweg mooiere en betere oplossingen verzinnen voor onze klant. Ieder met zijn eigen kracht, ieder vanuit eigen DNA. Het feit dat onze klanten gelijk positief reageren, zegt genoeg”.

David Huijzer