



## PRESSEMELDUNG

# Bitburger zündet die nächste Stufe

Als offizieller Partner der deutschen Männer-Nationalmannschaft startet Bitburger mit einer umfassenden Aktivierungsoffensive in die heiße WM-Phase

---

**Bitburg / 22. Mai 2026.** Noch drei Wochen, dann kickt die deutsche Männer-Nationalmannschaft beim größten Fußballturnier der Welt um den fünften Stern! Als offizieller Partner der Nationalmannschaft legt Bitburger noch einmal nach: Mit einer intensivierten Kampagne, neuen digitalen Formaten, starker TV-Präsenz und vielen weiteren Maßnahmen sorgt die Marke dafür, dass die Fußball-Begeisterung in Deutschland überall spürbar wird.

### **Kampagne & Reichweite – Bitburger setzt starke Zeichen**

Das emotionale Herzstück der Aktivierung bleibt die Kampagne „Bitte nehmt’s in die Hand“, die in der Turnierphase mit neuen Szenen und in unterschiedlichen Cuts noch stärker ausgespielt wird. Zusätzlich zum Video-Content werden auch umfassende (D)OOH-Maßnahmen unter anderem in den Kanälen TV, OLV, Social, YouTube und als Plakataktion für Aufmerksamkeit sorgen. Eine Kooperation mit MagentaTV sichert darüber hinaus hohe Sichtbarkeit bei allen Einzelspielen, die auf dem Sender übertragen werden. Auch beim „Doppelpass“ auf Sport1 ist Bitburger als exklusiver Getränkepartner mit Branding im Studio, einer eigenen „Prost-Runde“ und Produktintegration dabei.

### **Interaktion & Community – Fans mitreißen und begeistern**

Parallel dazu setzt Bitburger auf digitale Formate, die Fans aktiv einbinden: „Bit im Büdchen“ ist ein mehrteiliges, vollständig inhouse produziertes Interview-Format mit Sport-Moderator Robby Hunke (DAZN, MagentaTV), in dem Prominente aus Sport und Unterhaltung – darunter Peter Neururer und Hans Sarpei – seit dem 15. Mai über alle Themen rund um Fußball sprechen. Snippets laufen auf Instagram, Facebook und TikTok. Ergänzt wird



die digitale Offensive durch Impossible Ads, Behind-the-Scenes-Content vom TV-Spot-Dreh, Street Challenges mit bekannten Creatoren sowie Twitch-Streams mit interaktiven Spieltag-Talks nach dem ersten Gruppenspiel der DFB-Mannschaft. Zusätzlich verlost Bitburger gemeinsam mit dem DFB 5-Liter-Fassdosen im exklusiven Design und sorgt somit auch in den Wohnzimmern der Fans für Fußballstimmung.

### **POS & Gastro – Fußballstimmung bis in den letzten Winkel**

Auch am Point of Sale und in der Gastronomie macht Bitburger die WM-Begeisterung greifbar: Ein zweiter Flight der Kronkorken-Aktion sorgt mit verstärkter Einbindung der Nationalmannschaft und Fußballtoren in den Märkten für Fußball-Laune. Die limitierten DFB-Sammeldosen bleiben weiterhin erhältlich, zudem wird das (D)OOH-Special „WM ganz nah“ auf Sonderflächen in ausgewählten Städten im Bitburger Kerngebiet zusätzlich die Gastronomie aktivieren und auf humorvolle Weise vermitteln, dass unvergessliche Fußball-Momente auch ohne weite Reisen in gemeinschaftlicher Atmosphäre vor Ort erlebbar sind.

### **Fußball und Bitburger gehören einfach zusammen**

„Unsere Mission ist klar: Wir sorgen in Deutschland für Fußball-Stimmung und feuern gemeinsam mit den Fans unsere Nationalmannschaft an – völlig unabhängig davon, wo das Turnier stattfindet“, erklärt Hagen Schlüter, Head of Marke Bitburger. „Das Fanerlebnis rund um die Nationalmannschaft beschränkt sich heute nicht mehr nur auf den gemeinsamen Abend vor dem Fernseher. Es ist vielmehr ein dauerhaftes, zunehmend digitales Erlebnis über viele Touchpoints hinweg. Deshalb zeigen wir Präsenz über den ganzen Tag – nicht nur zu den Anstoßzeiten. Dabei setzen wir bewusst auf echte Menschen statt auf Schauspieler und Models, auf Partizipation statt Beschallung: Sammeln, Mitmachen, Interagieren. Denn Bitburger und Fußball gehören einfach zusammen – und das sollen die Fans auf jedem Kanal erleben.“