



Gunnar Bruhn Simonsen (tv.) glæder sig over den medieomtale, Mors-Thy Håndbold opnåede i 2016. Arkivfoto: Bo Lehm

MTH gav omtale for 27,2 mio. kr.

Af Jens Peter Svarrer

jens.peter.svarrer@nordjyske.dk

THY-MORS: Mors-Thy Håndbold var god til at eksponere sponsorerne i 2016.

Det viser en netop offentliggjort medieanalyse fra Infomedia. Hvert år udarbejder Infomedia en medieanalyse dækkende samtlige danske ligaklubber. Analysen er udarbejdet på baggrund af omtaler i samtlige landsdækkende medier, regionale og lokale dagblade, fagblade, tidskrifter og magasiner m.fl.

I 2016 var Mors-Thy Håndbold omtalt 2.329 gange i artikler på web eller i blade/magasiner, tv- og radioindslag. Medieomtalen svarer til en annonceværdi på 27,2 mio. kr.

Flere gange i 2016 var Mors-Thy Håndbold på tv-skærmen med et gennemsnitligt seertal på 81.375 - faktisk det tredjehøjeste gennemsnit af alle ligaklubber, kun overgået af FC Midtjylland i Primo Tours Ligaen og ligakonkurrenterne fra GOG Håndbold.

Mors-Thy Håndbolds direktør for team, salg, sponsor & event Gunnar Bruhn Simonsen fremhæver, at medieanalysen viser, at

håndbold er en fantastisk måde at promovere og eksponere sig på:

- Mors-Thy Håndbold, der omtales dagligt i landsdækkende, regionale og lokale medier, er en god eksponeringsplatform for sponsorer - og samtidig er Mors-Thy Håndbold medvirkende til, at der skabes synlighed om og rettes positivt fokus på Thisted Kommune og Morsø Kommune. Det er mange penge i annonceværdien, som Mors-Thy Håndbold er eksponent for. Det er glædeligt for os og for vore mange sponsorer, siger han i en pressemeddelelse.

Gunnar Bruhn Simonsen er tilfreds med, at sponsorerne også kan se medie-værdien i at være med hos Mors-Thy Håndbold:

- Medieanalysen har tydeliggjort hvilken eksponeringsværdi Mors-Thy Håndbold kan tilbyde. Når vi er igennem det igangværende slutspil, vil vi kontakte alle vores sponsorer med henblik på det fortsatte gode samarbejde og om nye sponsorinitiativer og aftaler, siger Gunnar Bruhn Simonsen.