



DEUTSCHE
SPORT
MARKETING

Pressemitteilung

Deutsche Sport Marketing baut Markenkommunikation und digitale Vermarktung aus

Frankfurt am Main, 10. Januar 2022. Die Deutsche Sport Marketing (DSM) baut ihre Kompetenzen und Kapazitäten in der Markenkommunikation deutlich aus. Ab sofort steuert, entwickelt und inszeniert die DSM die gesamte Kommunikation für die Marken des Deutschen Olympischen Sportbundes (DOSB) über alle digitalen und analogen Kanäle. Der ganzheitliche Ansatz umfasst die Konzeption, Planung und Umsetzung sämtlicher auf Endverbraucher ausgerichteter Kommunikationsformate einschließlich Brand Design, Brand Management und Brand Experience (Events). Dazu gehören etwa die Kommunikation für das Olympia Team Deutschland, das Team Deutschland Paralympics sowie für das Deutsche Sportabzeichen und die „Sterne des Sports“. Das Team der DSM wird bis Ende März um 10 auf dann 35 Mitarbeiter*innen wachsen.

Der Fokus der DSM wird künftig noch stärker darauf ausgerichtet sein, die Markenwelten des DOSB durch gezieltes Storytelling über die verschiedenen digitalen und analogen Kanäle zu emotionalisieren. Den Sponsoren und Partnern von DSM und DOSB werden sich dadurch zusätzliche Anknüpfungspunkte und Möglichkeiten eröffnen, ihr Engagement optimal zu aktivieren. Das geschieht etwa durch kanalübergreifende Kampagnen, neue Plattformen oder gemeinsame Maßnahmen.

Dazu baut die DSM ihre Kapazitäten im Bereich Kommunikation deutlich aus. Jens Behler, bisher Leiter Digitale Kommunikation beim DOSB, ist seit Januar Head of Media & Communication bei der DSM. Zusammen mit ihm wechseln zunächst weitere Mitarbeiter*innen aus dem Kommunikations- und Marketingteam des DOSB zur DSM. Dort werden sie gemeinsam mit den dort bereits tätigen Kolleg*innen die gesamte markenbezogene Kommunikation aus einer Hand steuern und umsetzen. Das umfasst Social Media ebenso wie weitere Kanäle. Zudem wird die DSM neue Einheiten für Brand Management sowie für Brand Design schaffen, in die ebenfalls bisher beim DOSB beschäftigte Mitarbeiter*innen wechseln werden.

DSM und DOSB richten damit die Strukturen auf eine klare Aufgabenverteilung aus. Die gesamte Markenkommunikation liegt bei der DSM, während das Kommunikationsteam des DOSB unter der Leitung von Eva Werthmann die Verbandskommunikation abdeckt und neu justiert. Neben der klassischen Medienarbeit wird es vor allem darum gehen, Themen und Standpunkte des DOSB proaktiver in die Öffentlichkeit zu tragen.



**DEUTSCHE
SPORT
MARKETING**

„In der Sportvermarktung werden digitale Kanäle, die Kreation besonderer Fan-Momente und die Kommunikation über starke Geschichten immer wichtiger. Gefragt ist ein inhaltsgetriebenes und aktivierendes Inventar. Mit unserer neuen Aufstellung und dem erweiterten Leistungsspektrum richten wir uns auf diese Entwicklung aus“, sagt Claudia Wagner, Geschäftsführerin der Deutschen Sport Marketing. „Davon profitieren vor allem unsere Wirtschaftspartner, mit denen wir künftig noch besser und flexibler Kommunikationsformate entwickeln und umsetzen können.“

In den vergangenen Jahren hat die DSM bereits nahezu alle Aktivierungsbausteine und Kommunikationsformate erfolgreich in den digitalen Raum erweitert beziehungsweise übertragen. Ein Beispiel dafür ist das erste rein digitale Deutsche Haus bei den Olympischen Spielen von Tokio im vergangenen Jahr. Auch für die Winterspiele von Peking wurden zahlreiche digitale Formate entwickelt.

„Bei diesen und weiteren Formaten der Markenkommunikation haben wir auch bisher intensiv mit dem Kommunikationsteam des DOSB zusammengearbeitet“, so Claudia Wagner. „Wir freuen uns sehr, dass die neuen Kolleg*innen nun Teil unseres Teams sind. Gemeinsam werden wir weiter daran arbeiten, die Markenkommunikation des DOSB über alle Kanäle hinweg auf die Anforderungen des Marktes anzupassen und dabei kreative, neue Wege gehen. Zudem wollen wir dem Sport und seinen vielen verschiedenen Akteur*innen die Bühne bauen, die sie verdienen – von der Breite bis zur Spitze.“

Über Deutsche Sport Marketing (DSM)

Als Wirtschaftstochter der Stiftung Deutscher Sport, gegründet vom Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB), vermarktet die DSM das Olympia Team Deutschland und das Team Deutschland Paralympics. Sie organisiert das Deutsche Haus bei den Olympischen und Paralympischen Spielen und kreiert weitere Kommunikationsplattformen und Events rund um die Teams. Zudem verantwortet sie die strategische und konzeptionelle Koordination sowie die Umsetzungen der Maßnahmen in der Vermarktung im Bereich „Sport für Alle“.

Weitere Informationen finden Sie auf unserem [LinkedIn-Profil](#).

Ansprechpartnerin:

Nadine Lehr
Senior Communication Managerin
Mobil: +49 171 - 30 31 880
Otto-Fleck-Schneise 12
60528 Frankfurt am Main
E-Mail: nadine.lehr@dsm-olympia.de