



DEUTSCHE  
SPORT  
MARKETING

## Pressemitteilung

### Salesforce ist neuer Key Partner von Team D Paralympics bis 2024

**München, 09. März 2022.** Salesforce ist ab sofort auch offizieller Key Partner des Team D Paralympics. Der CRM-Weltmarktführer Salesforce unterstützt seit Tokio 2020 bereits das Olympia Team D als Key Partner. Ziel ist es nun, Fans am Trainingsalltag und an den sportlichen Erfolgen von beiden Teams in Peking 2022 teilhaben zu lassen und sie über digitale Kanäle ganz nah mit Sportler\*innen zusammenzubringen.

Die mit der Deutschen Sport Marketing (DSM) als Vermarktungsagentur des Deutschen Olympischen Sportbundes (DOSB) / des Deutschen Behindertensportbundes (DBS) geschlossene Zusammenarbeit mit Salesforce folgt dem Ziel, die Digitalisierung von Team D voranzubringen. Gemeinsam sollen besonders intensive Fanerlebnisse kreiert werden, die die Menschen digital mitnehmen und sie enger an die Teams und Athlet\*innen heranrücken lassen. Die Partnerschaft umfasst darüber hinaus Projekte zur Datenanalyse- und -Visualisierung sowie zum Reskilling, d.h. das Vorbereiten der Athlet\*innen auf eine Karriere nach der sportlichen Karriere. Der Vertrag zur Kooperation rund um das Team Deutschland Paralympics hat eine Laufzeit bis 2024.

Auftakt der Partnerschaft ist eine Umfrage unter den deutschen Olympics- und Paralympics-Teilnehmer\*innen von Peking 2022. Zahlen und Fakten zu den sportlichen Karrieren und Trainingsmethoden der olympischen und paralympischen Mannschaft werden derzeit ausgewertet und ansprechend in diesem [Tableau Dashboard](#) visualisiert. So erhalten die Fans einen Einblick in den Trainingsalltag der olympischen und paralympischen Athlet\*innen und können ihre Sportarten besser kennenlernen und verfolgen.

„Die olympische Idee verbindet auf einzigartige Weise Werte wie das Streben nach Höchstleistungen mit dem Anspruch an Fairplay und Chancengleichheit“, sagt Joachim Schreiner, Deutschlandchef bei Salesforce. „Als Unternehmen mit einem ebenfalls sehr starken Fokus auf Werte freuen wir uns unglaublich, die deutschen Sportler von Team D Paralympics und Team D dabei zu unterstützen, direkt mit ihren Fans in Kontakt zu treten und über digitale Kanäle näher an die große Sport-Community in Deutschland zu rücken.“

Wir freuen uns in Salesforce einen Partner auf Augenhöhe für Team D Paralympics gewonnen zu haben, dem die olympischen und paralympischen Athlet\*innen gleichermaßen am Herzen liegen“, sagt Claudia Wagner, Geschäftsführerin der Deutsche Sport Marketing. „Den erfolgreichen Auftakt der Team D-Partnerschaft in Tokio 2020 wollen wir fortsetzen und gemeinsam mit Salesforce langfristig die Digitalisierung von Team Deutschland und Team Deutschland Paralympics und seiner Athlet\*innen weiter vorantreiben.“

„Mit Salesforce bekommt unser Team einen Partner, der für Innovation, Fortschritt und Zukunft steht. In den Wertekanon des paralympischen Sports fügt sich Salesforce wunderbar ein. Gemeinsam wollen wir die Möglichkeiten der Digitalisierung für den Para Sport nutzen. Wir sehen hier enormes Potenzial für unsere Athlet\*innen“, sagt Friedhelm Julius Beucher, Präsident des Deutschen Behindertensportverbands (DBS).



**DEUTSCHE  
SPORT  
MARKETING**

Salesforce fördert darüber hinaus die Weiterqualifizierung der Athlet\*innen des Team D und Team D Paralympics während und nach ihrer sportlichen Karriere über seine Online-Lernplattform [Trailhead](#). Mehr dazu, wie Sportler diese Herausforderung meistern können, können Sie in diesem [Blog](#) lesen.

Die zwischen der DSM als Vermarktungsagentur des DOSB/DBS und Salesforce vereinbarte Partnerschaft für Team Deutschland erstreckt sich über drei Olympische Spiele: Tokio 2020, Peking 2022 und Paris 2024. Salesforce ist auch Partner für die Olympischen Spiele Los Angeles 2028 und hat sich mit dem Team USA und dem Team Großbritannien (GB) zusammengesetzt, um besonders fesselnde Fan-Erlebnisse zu schaffen, die die Menschen digital einbinden und sie näher an die Teams und Athlet\*innen heranrücken.

### **Über die 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](#).

### **Über Salesforce**

Salesforce, weltweit führender Anbieter von Customer Relationship Management (CRM)-Lösungen, ermöglicht es Unternehmen jeder Größe und Branche, ihr Geschäft digital zu transformieren und eine 360°-Ansicht ihrer Kunden zu erhalten. Weitere Informationen über Salesforce (NYSE: CRM) finden Sie unter: [www.salesforce.com/de](http://www.salesforce.com/de).

### **Pressekontakte:**

Deutsche Sport Marketing GmbH  
Nadine Lehr  
Media & Communication  
Mobil +49 (0) 171 / 30 31 880  
E-Mail: [nadine.lehr@dsm-olympia.de](mailto:nadine.lehr@dsm-olympia.de)

Deutscher Behindertensportverband e.V.  
Markéta Marzoli  
Leiterin Kommunikation & Marketing  
Tel.: +49 (0)2234 / 6000-209  
E-Mail: [marzoli@dbs-npc.de](mailto:marzoli@dbs-npc.de)

Salesforce  
Corinna Spohr  
Senior PR Manager Central Europe, Salesforce  
Tel. +49 (0)162 / 26 90 977  
E-Mail: [cspohr@salesforce.com](mailto:cspohr@salesforce.com)