

Pressemitteilung

Deutsche Post wird TOP-Partner für DFB-Pokal

Infront Sports & Media gewinnt führenden deutschen Briefdienstleister als neuen Sponsor ab der Saison 2009/2010

Zug, Schweiz / Bonn, Deutschland, 22. Juni 2009 - Die Deutsche Post, Europas grösster Postdienstleister, wird ab der Saison 2009/2010 TOP-Partner des DFB-Pokals. Der Brief- und Logistikkonzern erwirbt von Infront Sports & Media das dritte von nur vier exklusiven TOP-Partnerpaketen.

Als TOP-Partner erhält die Deutsche Post attraktive Verwertungsrechte und Werbeleistungen im Rahmen des Pokalwettbewerbs des Deutschen Fussball-Bundes (DFB). Dazu zählt vor allem eine breite TV-Präsenz durch die Live-Übertragung aller 63 Spiele im DFB-Pokal - jedes auf Premiere, außerdem parallel dazu acht Spiele auf ARD oder ZDF. Hinzu kommen Zugriffsrechte auf die Presenting-Pakete der übertragenden Sender sowie weitere effiziente Kommunikationsmöglichkeiten in und ausserhalb der Stadien.

Produktwerbung durch deutschen Fussball

Die Deutsche Post weitet somit ihr Engagement im deutschen Fussball aus. Als Nationaler Förderer der FIFA Frauen-WM 2011 und offizieller Premium-Partner der Frauen-Nationalmannschaft steigt die Deutsche Post mit dem DFB-Pokal nun erstmals breit in den Männerfussball ein.

Durch ihr Engagement im Breitensport Fussball, will die Deutsche Post auf innovative Leistungen und Produkte, wie zum Beispiel Plusbrief Individuell, Handyporto oder die Internetmarke, aufmerksam machen und langfristig neue Käufergruppen gewinnen.

Ingo Bohlken, Chief Marketing Officer BRIEF Deutschland der Deutschen Post, sagt: „Der Breitensport Fußball und die Zusammenarbeit mit dem DFB passen hervorragend zu uns als dem Postdienstleister in Deutschland. Die Partnerschaft mit dem DFB und die hohe Emotionalität des Fußballs stärken somit unsere Markenkampagne „Die Post für Deutschland“. Der DFB war unser Wunschpartner und ermöglicht hervorragende mediale Möglichkeiten.“

Stephan Herth, Infront's Executive Director, Summer Sports, fügt hinzu: "Wir sind stolz mit der Deutschen Post eines der führenden deutschen Unternehmen als Top-Partner für den DFB Pokal gefunden zu haben. Der Einstieg des globalen Logistikkonzerns unterstreicht die Bedeutung des Turniers und die Stärken der neuen Marketingstruktur. Durch verschiedene Aktivierungsmassnahmen und Produkteintegrationen auf Seiten der Deutschen Post wird die Popularität und Wahrnehmung der Marke DFB-Pokal in Zukunft weiter aufgewertet werden."

Über die Deutsche Post

Der Briefdienstleister Deutsche Post ist Teil des globalen Logistikkonzerns Deutsche Post DHL. Die Konzernmarken Deutsche Post und DHL verfügen über ein einzigartiges Portfolio rund um Logistik (DHL) und Kommunikation (Deutsche Post). Die Gruppe bietet ihren Kunden sowohl einfach zu handhabende Standardprodukte als auch maßgeschneiderte, innovative Lösungen - vom

Dialogmarketing bis zur industriellen Versorgungskette. Dabei bilden die über 500.000 Mitarbeiter in mehr als 220 Ländern und Territorien ein globales Netzwerk, das auf Service, Qualität und Nachhaltigkeit ausgerichtet ist. Mit seinen Programmen in den Bereichen Klimaschutz, Katastrophenhilfe und Bildung übernimmt der Konzern gesellschaftliche Verantwortung.

Über den DFB Pokal

Der DFB-Vereinspokal ist nach der Bundesliga der zweitwichtigste Wettbewerb im deutschen Vereinsfußball und wird traditionell im K.O.-Modus ausgetragen. 64 Mannschaften nehmen an dem Turnier teil. Ab der Saison 2009/2010 werden alle 63 Spiele live im deutschen Fernsehen übertragen. Infront Sports & Media vermarktet dabei zentral alle Werbe- und Sponsoringrechte. Bislang betreut das Unternehmen lediglich jene acht Spiele die im öffentlich-rechtlichen Fernsehen ausgestrahlt werden.

Über Infront Sports & Media

Infront Sports & Media ist eine der erfahrensten Full-Service-Agenturen für Sportmarketing mit Sitz in Zug, Schweiz. Das Unternehmen verfügt über ein umfassendes Portfolio an erstklassigen Sportrechten. Zudem deckt es alle wesentlichen Service- und Geschäftsfelder im Sportmarketing ab, darunter die Vermarktung medialer Verwertungsrechte, Host Broadcast- und Programmproduktion, Event Management, Sponsoring und Online-Entertainment. Infront beschäftigt 500 Mitarbeiter in 23 Büros und 10 Ländern.

Eine anerkannte Größe im Fußball

Infront ist einer der führenden Fußballvermarkter und Produktionsdienstleister weltweit. Das Unternehmen arbeitet für europäische Top-Ligen wie die italienische Lega Calcio sowie die französische Ligue 1, für die die Infront-Tochter Host Broadcast Services (HBS) die Signalproduktion und internationale Signalbereitstellung (sog. Host Broadcast-Produktion) bis einschließlich der Saison 2011/2012 durchführt. Daneben ist Infront langjähriger Partner zahlreicher Nationalverbände - darunter der Deutschen Fussball-Bund (DFB) -, von Spitzenklubs wie SV Werder Bremen, FC Schalke 04 oder S.S. Lazio Rom sowie der internationalen Dachverbände FIFA und UEFA. Für die FIFA WM 2002 und 2006 hat die Infront Gruppe mit großem Erfolg die weltweite Vermarktung der medialen Verwertungsrechte sowie die Host Broadcast-Produktion durchgeführt. Heute vermarktet Infront die Medienrechte für die FIFA WM 2010 und 2014 in asiatischen Märkten (im Rahmen eines Joint Ventures mit Dentsu). HBS wurde für die beiden kommenden FIFA Weltmeisterschaften abermals mit der Host Broadcast-Produktion beauftragt.

- Ende -

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

Jörg Polzer
Manager, Communication & PR
Infront Sports & Media AG
Tel. +41-41-723 15 15
Fax +41-41-723 15 16
press@infrontsports.com
www.infrontsports.com

Uwe Bensien
Kommunikation
Deutsche Post DHL
Tel. +49-228-182 99 44
pressestelle@deutschepost.de
www.deutschepost.de