



MEDIENMITTEILUNG

11 | 2017

FRANKFURT, 21.03.2017

DFL stellt globale Wachstumsstrategie vor

DFL-Geschäftsführer Christian Seifert hat beim „Leaders Sport Business Summit“ in New York die globale Wachstumsstrategie der Bundesliga vorgestellt. Um in einem sich rapide wandelnden Medienmarkt weiterhin eine Spitzenposition einzunehmen, startet die DFL Deutsche Fußball Liga eine umfangreiche Innovations- und Wachstumsoffensive. Im Fokus steht dabei, die führende Rolle des deutschen Profi-Fußballs in Bezug auf Technologie- und Medien-Know-how weiter auszubauen und den weltweiten Vertragspartnern ganzheitliche Lösungen im digitalen Zeitalter anzubieten. Zusammen mit bewährten Alleinstellungsmerkmalen (u.a. nationale und internationale Top-Spieler, die vielversprechendsten Jung-Profis, eine einmalige Stadion-Atmosphäre, die günstigsten Ticketpreise, der höchste Zuschauerschnitt aller Fußball-Ligen, die meisten Tore aller Top-Ligen) verfügt die Bundesliga damit auch im Vergleich zu Wettbewerbern über ein einzigartiges Gesamtangebot.

„Ziel ist es, als Innovations- und Technologieführer nicht nur unser eigenes Wachstum voranzutreiben, sondern auch in Lösungen für die Herausforderungen unserer Partner zu denken. Unser ganzheitlicher Ansatz deckt die gesamte Wertschöpfungskette eines Medienunternehmens ab: vom Design der Lizenzpakete über Übertragungstechnik bis hin zu Sonderformaten und begleitenden Marketingmaßnahmen über alle medialen Kanäle hinweg. Diese Alleinstellung wollen wir ausbauen. Langfristig wird nur die Liga Erfolg haben, die gleichermaßen einen hochklassigen Wettbewerb, einen eigenen Charakter sowie höchste mediale Kompetenz bietet“, sagt DFL-Geschäftsführer Christian Seifert.

Seit 2006 hatte die DFL zunächst in den Aufbau der Serviceinfrastruktur mit den Tochterunternehmen Sportcast (Host Broadcaster) und DFL Digital Sports (Produktion und Distribution digitaler Inhalte) investiert. Zudem verfügt die DFL über das weltweit größte digitale Fußball-Archiv und hat die Qualität des Basis-Signals mit den weltweit höchsten

Medienkontakt
Susanne Jahrreiss
Corporate Communications
T +49 69 / 6 50 05-333
E presse@bundesliga.de



DFL

DFL Deutsche Fußball Liga GmbH
Guiollettstraße 44 - 46
D-60325 Frankfurt/Main
T +49 69/6 50 05-0
F +49 69/6 50 05-555
E info@bundesliga.de
W bundesliga.de



Standards einer nationalen Top-Liga zu einem Markenzeichen gemacht (u.a. Einsatz der Spidercam seit 2007, Free D 360-Grad-Zeitlupen, Hawkeye-Torlinien-Technik seit 2015). Als erste der Top-Ligen wird in der Bundesliga ab der neuen Saison der Video Assistent Referee im Rahmen eines Pilot-Projektes bei allen Spielen zum Einsatz kommen. Derzeit im Test befinden sich Technologien im Bereich UHD-HDR sowie Robotic Cameras.

Um eine noch größere Nähe zu den Märkten herzustellen, werden die internationalen Vertriebs- und Marketing-Aktivitäten der DFL in einer neuen Einheit gebündelt. Die „Bundesliga International GmbH“, in der die bestehende DFL Sports Enterprises aufgehen wird, wird u.a. zusätzliche Auslandsdependancen etablieren und das globale Marketing unter dem Claim „Football as it's meant to be“ verstärken. In diesem Rahmen wird in Kürze auch das „Legends Network“ der Bundesliga an den Start gehen, dem Stars wie Lothar Matthäus, Jens Lehmann, Paulo Sérgio und Pavel Pardo als Markenbotschafter angehören. Gleichzeitig wird die DFL Digital Sports ihre zielmarktspezifischen Content-Marketing-Aktivitäten in Abstimmung mit der „Bundesliga International“ intensivieren.

Neu gegründet wurde darüber hinaus die Sportec Solutions GmbH, ein Joint-Venture der DFL-Tochter Sportcast mit dem renommierten Datendienstleister Deltatre, die künftig mit der optimalen Aufbereitung von Spieldaten einen weiteren Baustein im ganzheitlichen Angebot der DFL liefert.

DFL

DFL Deutsche Fußball Liga GmbH
Guiollettstraße 44 - 46
D-60325 Frankfurt/Main
T +49 69/6 50 05-0
F +49 69/6 50 05-555
E info@bundesliga.de
W bundesliga.de