

Frankfurt am Main, 27.03.2019

DFL eröffnet China-Repräsentanz in Peking

Die DFL Deutsche Fußball Liga hat ihre Repräsentanz in der chinesischen Hauptstadt Peking in Betrieb genommen. Mit der neuen Dependence stellt die DFL den unmittelbaren Kontakt zu Fußballfans und Partnern vor Ort her. Im bevölkerungsreichsten Land der Erde genießt Fußball eine hohe Popularität.

Als eine der ersten Maßnahmen steht im April eine „Bundesliga Legends Tour“ mit Jürgen Klinsmann an. Der deutsche Welt- und Europameister wird vom 11. bis 15. April in Peking im Namen der Bundesliga öffentlich auftreten und den dortigen Fans und Medien seine Leidenschaft für den deutschen Fußball näherbringen sowie den internationalen Bundesliga-Slogan „Football As It's Meant To Be“ vorstellen, dessen gleichnamiger Hashtag in China im vergangenen Jahr bereits über 400 Millionen Mal verwendet wurde. Auch die Clubs der Bundesliga weiten ihren Fokus zunehmend auf China aus. So haben Borussia Dortmund, Eintracht Frankfurt, Borussia Mönchengladbach, der FC Bayern München, der FC Schalke 04 und der VfL Wolfsburg bereits Repräsentanzen in China.

Die Leitung des neuen DFL-Büros in Peking übernimmt Patrick Stüber, der bereits seit dem Jahr 2007 in der DFL-Gruppe tätig ist und dort in der internationalen Vermarktung mit Schwerpunkt Medienrechte und digitale Medien arbeitet. Unterstützt wird Stüber unter anderem von Sunny Sun, Head of Marketing & Business Development China, und Bo Zong, Senior Project Manager China für Content und digitale Projekte. Während Sun vorher unter anderem als Senior Business Manager of Content Acquisition beim chinesischen Medienunternehmen Tencent Sports arbeitete, war Zong zuvor als Projektberater beim Deutschen Fußball-Bund und als Medienberater für das chinesische Sportmedium Sina Sports tätig. Die Verantwortung für die China-Repräsentanz liegt beim DFL-Tochterunternehmen Bundesliga International. Deren CEO Robert Klein sagt: „Es ist für uns ein großer und wichtiger Schritt, dass wir nun auch in China mit einem eigenen Büro präsent sind. Wir möchten unsere guten Beziehungen zu den Fans in China weiter vertiefen und ihnen näherbringen, was 'Football As It's Meant To Be' bedeutet.“

Erst im Oktober 2018 hatte die DFL eine Repräsentanz für den amerikanischen Kontinent in New York eröffnet. Kurz danach folgte der Abschluss einer strategischen Partnerschaft zur Entwicklung der Marke Bundesliga und zur Förderung des Fußballsports in Indien. Damit ist die DFL nun in den beiden mit Abstand größten Volkswirtschaften der Erde, USA und China, präsent und hat – den Heimatmarkt Deutschland sowie Indien eingerechnet – direkten Zugang zu vier der sieben größten Volkswirtschaften weltweit. Bereits im Jahr 2012 war die Bundesliga mit der Eröffnung eines Büros der DFL in Singapur als erste europäische Liga überhaupt mit einer Repräsentanz in Asien vertreten.

[Hier geht es zur Meldung auf dfl.de.](#)

19 | 2019

Medienkontakt

Christopher Holschier
Leiter Unternehmens-
kommunikation
T +49 69 / 6 50 05-333
E presse@dfl.de

Medien-Center

Mitteilungen,
Akkreditierungsformulare
und weitere Informationen
zum Download.



DFL Deutsche Fußball Liga GmbH

Guiollettstraße 44-46
D-60325 Frankfurt/Main
W dfl.de
T [@DFL_Official](https://twitter.com/DFL_Official)