Starke Partnerschaft für besondere Erlebnisse: Telekom und FC Bayern verlängern Partnerschaft bis 2017

Starke Partnerschaft für besondere Erlebnisse: Telekom und FC Bayern verlängern Partnerschaft bis 2017
  Neue Vereinbarung gilt ab der Saison 2013/2014 für weitere vier Jahre Partner bauen zehnjährige erfolgreiche Zusammenarbeit weiter aus Optimaler Markenfit und positive Wirkung unterstreichen PartnerschaftStarke Partnerschaft für besondere Erlebnisse: Die Deutsche Telekom und der FC Bayern München werden ihre nunmehr seit zehn Jahren bestehende erfolgreiche Zusammenarbeit fortsetzen. Im Rahmen der neuen Vereinbarung ab der Saison 2013 bis 2017 werden die beiden Partner ihre Zusammenarbeit ausweiten und vielfältige Angebote für Fußballfans und Anhänger des FC Bayern realisieren. Hauptsponsor Telekom erhält zusätzliche Werberechte und Leistungen, beispielsweise im Social Media Umfeld und beim FC Bayern News Format, das ab dieser Saison auf FCB.tv neu startet.
Zentrale Ziele der Partnerschaft sind die wirkungsvolle Unterstützung der Marken- und Produktkommunikation sowie die erfolgreiche Umsetzung vertriebsunterstützender Maßnahmen zur Absatzförderung von neuen, innovativen Produkten und Services. Durch den optimalen Fit beider Marken sowie das hohe Fanpotenzial und die medialen und öffentlichkeitswirksamen Reichweiten des FC Bayern können Sympathiewerte der Marke Telekom und die Bekanntheit von Produkten weiter gesteigert werden. Die positive Wirkung des Sponsoring-Engagements unterstreichen zahlreiche Marktforschungs-studien. Daher will Deutschlands führender Telekommunikationskonzern die Zusammenarbeit in den kommenden Jahren weiter forcieren.
"Durch die Verlängerung der Zusammenarbeit mit dem FC Bayern setzen wir die Kooperation mit einem hoch professionellen Partner fort", betont Niek Jan van Damme, Vorstandsmitglied der Deutschen Telekom und Sprecher der Geschäftsführung Telekom Deutschland. "Das Engagement ist ein wichtiger Baustein unserer Aktivitäten rund um das vernetzte Leben." Henning Stiegenroth, Leiter Sportmarketing der Telekom Deutschland, ergänzt: "Die starke kommunikative und Absatz fördernde Wirkung und die zunehmende Businessorientierung der Partnerschaft zahlen sich für uns nachweislich aus. Der FC Bayern ist für uns der Top-Partner in Deutschland mit großer nationaler und internationaler Strahlkraft."
"Wir freuen uns, dass wir die langjährige Zusammenarbeit mit der Deutschen Telekom weiter fortsetzen werden", sagt der Vorstandsvorsitzende der FC Bayern München AG, Karl-Heinz Rummenigge. "Die Telekom ist ein sehr wichtiger, zuverlässiger und innovativer Partner, der uns mit seinem Telekommunikations-Knowhow unterstützt und dank dessen Hilfe der FC Bayern auf einem seriösen und soliden wirtschaftlichen Fundament steht."
Erweiterte Zusammenarbeit
Beim FC Bayern München ist die Telekom unter anderem auf Trikots, Banden im Stadion, im Mannschafts- und Vereinsumfeld sowie mit einem eigenen Fanbereich auf der Club-Website präsent. Ferner bietet die neue, langfristig angelegte Vereinbarung beste Voraussetzungen für die Kommunikation von Produktinnovationen. So werden beispielsweise Features des TV-Angebotes Entertain, wie etwa das digitale Archiv und die Timeshift-Funktion, in das redaktionelle Programm des Stadion-TV einfließen. Zudem erhält die Telekom Exklusivrechte an Contents rund um den beliebtesten deutschen Fußballverein, darunter Spielanalysen, Interviews, Homestorys und Reportagen. Mit diesen Inhalten beabsichtigt der Telekommunikationsanbieter, attraktive TV-Angebote zu entwickeln und seinen Kunden über Entertain und MobileTV anzubieten.
Die Zusammenarbeit zwischen der Telekom und dem FC Bayern München sieht zudem vor, die Anzahl der Präsentationsspiele zu erhöhen. Damit kann der Hauptsponsor mit der Teilnahme der Mannschaft an dem von der Telekom jährlich veranstalteten Fußball-Cup rechnen. Auch in diesem Jahr hat die Telekom das viel beachtete zweitägige Turnier erfolgreich mit über 80.000 Stadionbesuchern durchgeführt und damit als feste Größe in der Vorbereitungsphase auf die neue Saison etabliert.
Messbarer, kräftiger Imagegewinn
Die kommunikativen Maßnahmen im Rahmen der Partnerschaft haben sowohl die Sympathiewerte der Marke Telekom als auch die Wahrnehmung des Claims "Erleben, was verbindet" und von Telekom-Produkten klar gesteigert. So bewerten Kenner der Sponsoring-Partnerschaft das Markenimage der Telekom höher als Befragte, denen die Partnerschaft nicht bekannt ist. Anders gesagt: Wer weiß, dass der FC Bayern München und die Telekom kooperieren, schätzt die Markenwerte Kompetenz, Innovation, Einfachheit und Service weit überdurchschnittlich hoch ein - ein Beleg für den kommunikativen Erfolg der Partnerschaft.

Über die Deutsche Telekom
Die Deutsche Telekom ist mit fast 130 Millionen Mobilfunkkunden sowie 33 Millionen Festnetz- und über 17 Millionen Breitbandanschlüssen eines der führenden integrierten Telekommunikationsunternehmen weltweit (Stand 30. Juni 2012). Der Konzern bietet Produkte und Dienstleistungen aus den Bereichen Festnetz, Mobilfunk, Internet und IPTV für Privatkunden sowie ICT-Lösungen für Groß- und Geschäftskunden. Die Deutsche Telekom ist in rund 50 Ländern vertreten und beschäftigt weltweit über 233.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2011 erzielte der Konzern einen Umsatz von 58,7 Milliarden Euro, davon wurde mehr als die Hälfte außerhalb Deutschlands erwirtschaftet (Stand 31. Dezember 2011).

Sportsponsoring bei der Deutschen Telekom
Die Deutsche Telekom ist seit vielen Jahren ein kompetenter Partner des Sports und unterstützt Sportler, Verbände, Vereine und Veranstaltungen mit ihrem Telekommunikations-Know-how. Business orientierte Partnerschaften und Engagements im Fußball (DFB-Nationalmannschaft und FC Bayern München) bilden den Fokus der Sponsoring-Aktivitäten. Ferner berücksichtigt die Telekom verstärkt gesellschaftliche Aspekte des Sports und fördert olympische und paralympische Athleten sowie Breiten- und Schulsportprojekte. Partnerschaften mit dem Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB), dem Deutschen Behindertensportverband (DBS) und der Stiftung Deutsche Sporthilfe unterstreichen dies. Mit den Engagements bei den Telekom Baskets Bonn und dem Bonn-Marathon unterstreicht der Telekommunikationskonzern seine Verbundenheit mit der Stadt Bonn und der Region. Weitere Informationen unter www.telekom.com/sponsoring .

Deutsche Telekom AG
Friedrich-Ebert-Allee 140
53113 Bonn
Deutschland
Telefon: 0228 - 181 49 49
Telefax: +49 (0228) 181-8872
Mail: presse@telekom.de
URL: http://www.telekom.de

<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=505182" width="1" height="1">

Pressekontakt

Deutsche Telekom AG

53113 Bonn

telekom.de
presse@telekom.de

Firmenkontakt

Deutsche Telekom AG

53113 Bonn

telekom.de
presse@telekom.de

Die Deutsche Telekom AG setzt als eines der weltweit führenden Dienstleistungs-Unternehmen der Telekommunikations- und Informationstechnologie-Branche international Maßstäbe. Im Mittelpunkt aller Aktivitäten steht der Nutzen für den Kunden. Das "T" soll weltweit als die Marke für Qualität, Effizienz und Innovation stehen. Egal ob Mobilfunk, Internet, Festnetz oder komplexe IT- und Telekommunikations-lösungen - die Deutsche Telekom bietet das gesamte Spektrum der modernen Telekommunikations- und Informationstechnologie aus einem Guss - für Millionen Privat- und Geschäftskunden weltweit. Als international ausgerichteter Konzern ist die Deutsche Telekom AG in etwa 50 Ländern rund um den Globus vertreten. Mehr als ein Drittel der Umsätze im Geschäftsjahr 2004 wurde außerhalb Deutschlands erwirtschaftet. Der Konzern bekennt sich zum Leitbild der Nachhaltigkeit und legt seinem geschäftlichen Handeln sowohl wirtschaftliche als auch soziale und ökologische Kriterien zugrunde.