



Deutsche Telekom und Deutscher Fußball-Bund bauen Partnerschaft aus

Deutsche Telekom und Deutscher Fußball-Bund bauen Partnerschaft aus
Premium-Partnerschaft: A-Nationalmannschaft und Nachwuchsförderung im Fokus
Online-Partnerschaft: FUSSBALL.DE mit Ausbau des Amateurfußballs
Technologie-Partnerschaft demonstriert Innovationskraft
Eine erfolgreiche Partnerschaft wird verlängert: Die Deutsche Telekom und der Deutsche Fußball-Bund (DFB) werden die seit 2005 bestehende Zusammenarbeit bis mindestens 2016 umfänglich fortsetzen und forcieren.
Die Telekom ist für die kommenden vier Jahre nicht nur Premium-Partner der Nationalmannschaft der Männer, sondern wird sich weiterhin auch als Partner aller Junioren-Nationalmannschaften engagieren. Ferner wird der Telekommunikationskonzern seiner gesellschaftlichen Verantwortung nachkommen und verstärkt in der Nachwuchsförderung und im Breitensport eng mit dem DFB zusammenarbeiten, unter anderem auch beim weiteren Ausbau des Portals FUSSBALL.DE.
So wird die seit 2007 bestehende Kooperation mit dem DFB-Portal FUSSBALL.DE fortgesetzt. Das von der Telekom betriebene Onlineangebot stellt die strategisch konsequente Verlängerung der Partnerschaft in den Online-Bereich dar und verknüpft in idealer Weise Spitzen- und Breitensport. Zudem vertieft die Telekom als Technologiepartner die Zusammenarbeit auf Marketing- und Vertriebssebene und stellt dem DFB innovative Lösungen wie beispielsweise den Videokonferenz-Dienst TelePresence zur Verfügung.
"Wir werden den Fußball auch zukünftig in der Spitze und in der Breite fördern", sagte René Obermann, Dem Vorstandsvorsitzenden der Deutschen Telekom liegen gesellschaftlich relevante Förderprojekte am Herzen, die gemeinsam mit dem Deutschen Fußball-Bund entwickelt und umgesetzt werden sollen. "Die Partnerschaft eröffnet uns ferner viele Möglichkeiten, mit neuen Produkten und Services die Innovationskraft der Telekom zu demonstrieren."
Die Verbindung mit der Telekom beschränkt sich nicht nur auf reines Sponsoring, sie ist längst eine gelebte und vertrauensvolle Partnerschaft", sagt DFB-Präsident Wolfgang Niersbach. "Das immense Knowhow der Telekom in den unterschiedlichsten Bereichen der Telekommunikation hat sich vor allem bei der Ausrichtung der beiden Weltmeisterschaften 2006 und 2011 in Deutschland bewährt. Wir sind sehr froh, dass wir auch in Zukunft diese erfolgreiche Kooperation fortsetzen können."
Ein Beispiel für die Innovationskraft der Partnerschaft ist FUSSBALL.DE. Das von der Telekom betriebene Portal adressiert und organisiert den kompletten deutschen Fußball. FUSSBALL.DE ist mit monatlich über drei Millionen Nutzern die größte deutsche Fußball-Website, berichtet regional bis international über alle Fußball-Ligen und bietet sämtliche Spielpläne, Ergebnisse und Tabellen der national rund 26.000 Vereine. Im Fokus der Erweiterung stehen die Ausgestaltung des Amateurangebots durch Inhalte und Mehrwertdienste, Anwendungen sowie der weitere Ausbau des offiziellen Ergebnisdienstes sowohl online als auch mobil.
Die Telekom wird den weltweit größten Sportfachverband ferner mit ihrem Telekommunikations-Knowhow unterstützen und beispielsweise Medien- und Organisationsbereiche bei ausgewählten Turnieren mit mobiler und stationärer Breitbandversorgung ausstatten. Ferner stellt die Telekom den Videokonferenz-Dienst TelePresence zur Verfügung. Der DFB nutzt das Konferenzsystem bereits erfolgreich zur Kommunikation innerhalb des Verbands oder beispielsweise bei internationalen Turnieren wie kürzlich bei der EM 2012 in Polen und der Ukraine.
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 Behinderten-sportverband (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.de
/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>


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.