

Frankfurt am Main, 15.01.2019

Neue Repräsentanz in Peking: DFL mit eigenem Büro und Personal im bevölkerungsreichsten Land der Erde

Die DFL Deutsche Fußball Liga baut ihr internationales Netzwerk weiter aus und eröffnet eine neue Repräsentanz in Peking. Das gab DFL-Geschäftsführer Christian Seifert am heutigen Dienstag anlässlich des DFL-Neujahrsempfangs in Frankfurt am Main bekannt. Um der hohen Popularität des Fußballsports im bevölkerungsreichsten Land der Erde gerecht zu werden, die Kontakte nach China zu intensivieren und neue Zielgruppen zu erreichen, wird die DFL ab Frühjahr 2019 mit eigenem Büro und Personal in China präsent sein. Dabei wird sie eng mit dem dortigen Medienpartner PP Sports zusammenarbeiten, der auf der Video-Streaming-Plattform PPTV die Begegnungen der Bundesliga überträgt.

Fußball genießt eine große Beliebtheit unter den Zuschauer-Sportarten in China. Nach einer **Studie** der WHU – Otto Beisheim School of Management sehen in China 308 Millionen Menschen regelmäßig mindestens einmal wöchentlich Fußball im Fernsehen, 237 Millionen Chinesen bezeichnen Fußball als den Sport, den sie als Zuschauer am liebsten verfolgen. Die DFL setzt im Dialog mit chinesischen Bundesliga-Fans vor allem auf digitale Medien und lokalisierte Inhalte und baut damit auf der bereits guten digitalen Präsenz in der Volksrepublik auf: Bei der renommierten „Red Card“-Studie wurde die Bundesliga bereits zum vierten Mal in Folge zur beliebtesten europäischen Fußballliga in den chinesischen Digitalmedien gekürt. Auch durch das „Bundesliga Legends Network“ der DFL wird die höchste deutsche Spielklasse noch näher an ihre chinesischen Fans heranrücken. Aktuelle und ehemalige Spielerpersönlichkeiten – darunter der ehemalige chinesische Bundesliga- und Nationalspieler Jiayi Shao – werden künftig regelmäßig als Bundesliga-Botschafter in China Termine mit Fans und Medien wahrnehmen.

Die Verantwortung für die China-Repräsentanz liegt beim DFL-Tochterunternehmen Bundesliga International. Die Leitung vor Ort 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. Robert Klein, CEO der Bundesliga International, sagt: „Wir haben innerhalb von wenigen Monaten zwischen New York, Mumbai und Peking ein internationales Netzwerk rund um unsere Fokuspunkte aufgebaut. Mit der Eröffnung in Peking möchten wir unsere guten Beziehungen nach China weiter vertiefen und neue Verbindungen zu Firmen, Medien und der sport- und vor allem fußballinteressierten Bevölkerung in diesem aufstrebenden Land schaffen. Mit Patrick Stüber konnten wir einen versierten Ansprechpartner mit Bundesliga-Erfahrung für diese Aufgabe gewinnen.“

Erst im Oktober 2018 hat die DFL eine Repräsentanz für den amerikanischen Kontinent in New York eröffnet, im November 2018 ist sie eine strategische Partnerschaft zur Entwicklung der Marke Bundesliga und zur Förderung des Fußballsports in Indien eingegangen. Damit ist die DFL 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.](#)

01 | 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)