

Pressemitteilung

13/2002

Neue Strategie für die Bundesliga

Die Bundesliga ist für die Zukunft gut gerüstet. In Frankfurt stellte die Deutsche Fußball Liga GmbH (DFL) am Donnerstag, den 21. März ihre mittel- und langfristige Strategie der Öffentlichkeit vor. Bereits am Vortag hatten die 36 Lizenzvereine und –kapitalgesellschaften der Bundesliga und der 2. Bundesliga ihre grundsätzliche Zustimmung für den Kurs der DFL gegeben.

Mit einem umfangreichen Maßnahmenpaket wird die DFL in den nächsten Monaten das Image der Bundesliga weiter optimieren. „Wir müssen die Dinge, die von den Vereinen und der DFL beeinflusst werden können, in den Vordergrund stellen“, betont Michael Pfad, Geschäftsführer Kommunikation, und ergänzt: „Wenn es uns gelingt, die Marke Bundesliga weiter zu stärken, bin ich überzeugt, dass das Produkt noch werthaltiger wird. Auch unsere Vereine werden davon profitieren.“

Mit der Präsentation eines neuen Corporate Designs und eines neuen Logos, das ab der neuen Spielzeit 2002/2003 zum Einsatz kommt, schärft die DFL weiter ihr eigenes Profil. „Die Liga braucht dieses eigene Profil“, unterstreicht auch Wilfried Straub, Vorsitzender der Geschäftsführung der DFL die Bedeutung der ergriffenen Maßnahmen. Dabei plant die DFL neben einer Fußballmesse im Sommer 2003, der Errichtung einer Hall of Fame und eines Bundesligamuseums schon für die neue Spielzeit öffentlichkeitswirksame Auftritte. Unter Beteiligung des Deutschen Meisters wird am 9. August 2002 die Spielzeit 2002/2003 erstmals im Rahmen einer Saisonöffnungsveranstaltung und einem ausgelagerten Freitag-Spiel begonnen werden. Die gesamte Veranstaltung und das Eröffnungsspiel soll allen Bundesligafans im Free-TV zugänglich gemacht werden.

Bei Rückfragen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

Frankfurt/Main, den 21.03.2002

gez. Tom Bender
Leiter Öffentlichkeitsarbeit und Promotion