

Weitere Strukturelemente der Sportselbstverwaltung

Deutsche Sport-Marketing GmbH

Kern der Olympiavermarktung ist das Partnerprogramm, dessen Inhalte auf die individuellen Bedürfnisse der Unternehmen ausgerichtet werden. Hauptsponsoren sind die "Olympia Partner Deutschland". Derzeit sind dies die Automobilmarke Audi, der Sportartikelhersteller adidas, Deutschlands führendes Bonusprogramm PAYBACK und die Sparkasse. Danach folgen die Partner der deutschen Olympiamannschaft und die "Co Partner Deutschland".

Neben der Vermarktung der olympischen Ringe steht die Deutsche Sport-Marketing dem DOSB in Vermarktungsfragen beratend zur Seite, zeichnet verantwortlich für das Deutsche Haus bei Olympischen Spielen und entwickelt eigenständige Events mit Olympiabezug - etwa die Olympia Welcome Party.

In der vergangenen Zeit hat die Deutsche Sport-Marketing ihre Aktivitäten deutlich ausgeweitet, u. a. in folgenden Tätigkeitsfeldern: Athletenvermarktung, Zusammenarbeit mit Verbänden und Beratungsleistungen im Sportmarketing-Umfeld.

Gesellschafter der Deutschen Sport-Marketing sind zu 51 Prozent die Stiftung Deutsche Sporthilfe und zu 49 Prozent der Deutsche Olympische Sportbund.