

## Neue Wege in der TV- und Internetvermarktung

Deutscher Curling-Verband zieht Kooperation mit Agentur SportsWork dem so genannten "34er Vertrag" vor

**Der Deutsche Curling-Verband hat bei der Vergabe der TV- und Internetrechte in seiner Sportart einen neuen Weg eingeschlagen. Der olympische Spitzenverband mit Sitz in Füssen hat den neu vorgelegten so genannten „34er-Vertrag“, der den Verband in beiden Bereichen an die öffentlichen-rechtlichen Sendeanstalten gebunden hätte, nicht verlängert. Stattdessen wurde ein Vertrag mit der am Rande Hamburgs ansässigen Agentur SportsWork unterschrieben, der eine deutlich variabelere Möglichkeit der Verbreitung von Bildern dieser olympischen Wintersportart ermöglichen soll.**

Bislang ließ sich der Deutsche Curling-Verband wie eine Vielzahl weiterer deutscher Spitzensportverbände im „34er-Vertrag“ von der Firma RTV Sport GmbH vertreten. Im Rahmen dieser Vereinbarung wurde die Vermarktung der TV- und Internetrechte der „kleineren“ Sportarten bei RTV Sport Sales & Promotion GmbH gebündelt. RTV wiederum verhandelte mit der Sport A – Sportrechteagentur der Öffentlich-Rechtlichen (ARD, ZDF und den Dritten Programmen). Die DCV-Führung sieht die Interessen des Curling-Sports im Rahmen des jetzt neu vorgelegten Vertrages jedoch nicht ausreichend berücksichtigt.

Aus diesem Grund und vor dem Hintergrund, dass der Ertrag aus dem vorgelegten Angebot in keinem gesunden Verhältnis zu den daraus resultierenden Einschränkungen bei der TV- und vor allem der Internet-Vermarktung steht, hat der DCV entschieden, die Zusammenarbeit mit der RTV Sport GmbH bzw. mit Sport A nicht zu verlängern. Stattdessen legt man die TV-Rechte ab 2011 in die Hände der neuen Partneragentur SportsWork aus Hamburg. Nicht nur die flexiblere Verbreitung von Curling-Bildern im TV, sondern auch das Internet als für die Zielgruppe immer wichtiger werdendes Medium stand im Blickpunkt bei der Entscheidung.

Es geht vor allem darum, in Zukunft die Sportfans neben der TV-Berichterstattung auch in den Online-Medien möglichst umfangreich über den Curlingsport zu informieren. Deshalb wird SportsWork sich neben der Produktion von Bildern auch intensiv um die Distribution des Materials kümmern. Gerade diese fehlende Bewerbung war beim DCV in der Vergangenheit auf Kritik gestoßen. „Nur zu den Olympischen Spielen aus den Löchern zu kommen und Curling dann aufgrund des hohen öffentlichen Interesses umfänglich zu übertragen, ist für einen kleinen Verband einfach zu wenig“, so Dieter Kolb, Präsident des DCV. „Wir sind darauf angewiesen, mit einem professionellen Partner neue Quellen zu erschließen, der finanzielle und vor allen auch kommunikative Zuwächse glaubhaft in Aussicht stellt und damit dem originären Zweck des Verbandes, der Förderung des Curlingsportes auf allen Ebenen, gerecht wird.“

Die Agentur SportsWork wird mit der Verbandsführung ein Konzept erarbeiten, mit der momentan – bis auf internationale Events, die der Weltverband in Kooperation mit Eurosport produziert – extrem geringe Umfang an Sendeminuten im deutschen Fernsehen gesteigert werden kann. SportsWork-Geschäftsführer Olaf Schirle: „Gerade vor dem Hintergrund, dass Curling alle vier Jahre bei Olympischen Spielen auf großes Interesse stößt, ist es wichtig, für diesen Sport auch in den Jahren dazwischen eine größere Präsenz zu schaffen. Ein i-Tüpfelchen wäre zweifellos, wenn Deutschland sich mit München als Gastgeber für die Olympischen Winterspiele 2018 durchsetzen sollte. Unser erstes Ziel ist es, die Wahrnehmung der Sportart vor Olympia 2014 in Sotschi deutlich zu steigern.“ Für den Verband ist es zudem wichtig, dass möglichst auch neue Sponsoren Vertrauen in die Entwicklungsmöglichkeiten dieser telegenen Sportart fassen können.

**SportsWork Kommunikations- und Event GmbH**  
Behrensallee 7  
25421 Pinneberg-Waldenau  
Tel: 04101 - 590 488/499  
Fax: 04101 - 590 481  
E-Mail: [info@sportswork.de](mailto:info@sportswork.de)  
[www.sportswork.de](http://www.sportswork.de)



## **PRESSEMITTEILUNG**

---

### **Über SportsWork:**

„Sport ist unser Spielfeld!“ Getreu dieses Leitmotivs bietet die im Hamburger Umland ansässige Agentur SportsWork maßgeschneiderte Lösungen für Projekte im Sport. Das Angebot richtet sich an Verbände, Vereine und Einzelsportler, die eine professionelle Betreuung ihres Events, ihrer Kommunikation oder ihrer Liga anstreben. Darüber ist SportsWork Partner für Unternehmen und Institutionen, die den Wirtschaftsfaktor Sport für ihre Ziele oder den Sport als optimalen Katalysator für Themen wie Kundenbindung, Personalentwicklung oder Motivation gewinnen wollen.

Das SportsWork-Team besteht ausnahmslos aus Sportlern unterschiedlicher Disziplinen, die durch ihre eigene Karriere eine große Affinität und Leidenschaft für das berufliche Engagement im Sport mitbringen. In unserem Netzwerk vereinen wir die Kompetenzen eines Pressebüros, das seit 1997 erfolgreich Medienarbeit für Sport und Unternehmen anbietet, und einer Agentur, die seit 2001 für den erfolgreichsten olympischen Ballsportverband Deutschlands in den Bereichen Kommunikation, Eventmanagement sowie Bundesliga-Vermarktung tätig ist. Außerdem fließen die Erfahrungen einer Agentur ein, die seit 2003 in verschiedenen Sportarten in den Bereichen Eventmanagement und strategische Verbandsentwicklung Projekte bis hin zu einer Weltmeisterschaft als Full-Service-Agentur betreut hat.

---