

Bericht Vizepräsident Digitales und Vermarktung Klaus Täubrich

Berichtszeitraum: 05/2021 bis 05/2023

Im Mai 2021 wurde ich in der Position als Vizepräsident Digitales & Vermarktung im Präsidium bestätigt. Die Arbeitsweise im Präsidium hat sich durch Corona komplett geändert. Meetings finden häufiger, aber fast ausschließlich digital statt.

In der Vermarktung war das zentrale Ziel, neue Partner und Sponsoren zu finden. Aber auch die Betreuung und Aktivierung bestehender Partner ist ein wesentlicher Teil der Arbeit gewesen. Im Januar 2023 konnte mit Viactiv ein neuer Hauptsponsor gewonnen werden. Aber auch weitere Partner wurden aktiviert und viele neue Anfragen sind positioniert.

Im digitalen Bereich liegt der absolute Fokus bei der Entwicklung der neuen Digital -Plattform des DHB, die durch das Unternehmen ComputerRock entwickelt wird. Die Fertigstellung ist für Ende 2023 geplant und mehrere Module sind schon fertiggestellt und im Betrieb. Allerdings ist eine beim Livegang immer mit Fehlern zu rechnen und daher eine intensive Mitarbeit aller Projektbeteiligten notwendig. Bedanken möchte ich mich bei der gesamten Projektgruppe, die mit großem Einsatz das Projekt vorantreiben. Auch ist es bisher gelungen, die Kosten wie ursprünglich geplant, einzuhalten. Auch das ist ein großer Erfolg.

Eine wesentliche Änderung ist auch die Zusammenarbeit mit dem neuen Vorstand in der Geschäftsstelle. Die beiden Vorstände führen alle Aufgaben operativ, ich als Teil des Präsidiums helfe aktiv bei der Schaffung von Vermarktungskontakten, Organisation des Vermarktungsbeirates, Kommunikation mit den Dienstleistern bei strategischen Herausforderungen und der Planung der next Steps bei Vermarktung und digitaler Plattform. Daher wird der Vorstand auch das operative Berichtswesen komplett übernehmen.

Der 2019 gegründete Vermarktungsbeirat trifft sich monatlich und unterstützt sehr aktiv den Vorstand bei allen Kommunikations- und Vermarktungsthemen. Mitglieder sind aktuell: Gabriele Lemmle (BMW), Katharina Bornhofen (La Roche Possay), Stefan Messerknecht (hmmh), Oliver Wolde (Ströer Digital), Marc Lehmann (DentsuX), Jan Bechler (Finc3), Thomas Storck (Intersport) und Rainer Hillebrand (Ex-Otto-Vorstand) und seit 2023 Arndt Groth (McKinsey). Der Vermarktungsbeirat konnte wichtige Kontakte herstellen, die auch schon zu neuen Partnern geführt haben. Aber auch konnte durch Ströer eine große, kostenlose Plakataktion in Hamburg zu Pro League Spielen der Nationalmannschaft im Wert von ca. 200.000 € brutto umgesetzt werden.

Weiterhin werden gerade erfolgreich die Partner für die Feld-EM 2023 gewonnen.

Nach einem Termin im April gemeinsam mit ComputerRock, Faktor3 Sports und dem DHB ist das zentrale Ziel für die nächsten 2 Jahre der Aufbau einer digitalen Vermarktungsplattform. Dazu gehört auch die Entwicklung einer zentralen Datenbank mit möglichst vielen Kontakten aus der Hockey-Familie. Geprüft wird ebenfalls der Einsatz eines Single-Sign-On für alle Produkte und Services des DHB. Dadurch kann der DHB deutlich erfolgreicher vermarkten, denn neue Partner wollen vor allem die Zielgruppe direkt und digital erreichen.

Klaus Täubrich, Vizepräsident Digitales und Vermarktung im April 2023