Geschrieben von: DOSB-Pressestelle/ DL
Dienstag, 24. April 2012 um 14:21

Düsseldorf. Im Hinblick auf die Olympischen Sommerspiele in London startet der Deutsche Olympische Sportbund eine Kommunikationsoffensive: "Wir für Deutschland". Im Mittelpunkt stehen die Athleten.

Sie repräsentiert die beste Auswahl, die der nationale Sport zu bieten hat: die Deutsche Olympiamannschaft. Zu dieser startet der Deutsche Olympische Sportbund (DOSB) nun eine langfristig angelegte Kommunikationsoffensive. Das Ziel: Den Athleten, dem olympischen Sport und seiner Förderung sowie den Verbänden mehr Aufmerksamkeit zu verschaffen.

London 2012 bildet daher nur den Auftakt, ausgerichtet sind die Maßnahmen auf die kommenden Spiele und vor allem die Zeit zwischen den sportlichen Highlights. Als Klammer sämtlicher Aktivitäten soll der Claim „Wir für Deutschland“ dienen, der am Dienstag – zusammen mit der Bekleidung der Olympiamannschaft für London – in Düsseldorf vorgestellt worden ist.

Das einmalige Erlebnis, als Athlet einer Olympiamannschaft anzugehören, prägt für das Leben – das weiß Thomas Bach, Olympiasieger im Fechten 1976 und DOSB-Präsident, aus eigener Erfahrung: “Wir wollen zeigen, dass Olympia eine enge Bindung sowohl zwischen den Sportlern untereinander als auch mit den Fans schafft. Dieses Band verknüpft lange über die Olympischen Spiele hinaus”, sagte er bei der Präsentation der Einkleidung in Düsseldorf.

Die Kommunikation zur Olympiamannschaft bedient sich verschiedener Kanäle, ein Schwerpunkt liegt im Internet. Auf der Seite www.deutsche-olympiamannschaft.de findet nicht allein der Mannschaftsgedanke seinen Ausdruck, auch die Kommunikation in den sozialen Netzwerken wird dort gebündelt. Auf Facebook ist die Mannschaft zudem seit Dienstag unter www.facebook.com/olympiamannschaft zu erreichen. Getwittert wird mit dem offiziellen Hashtag #WirfuerD.

„Wir für Deutschland“: drei Worte, ein klares Bekenntnis für Athleten, Fans und Gesellschaft. Die Kommunikation und der Claim sind so angelegt, das sich darin auch Verbände und Organisationen mit eigenen Aktionen wiederfinden können. Im Mittelpunkt steht immer die Olympiamannschaft, deren Athleten und ihre Geschichten. Der Olympiasieg ist letztlich nur die Krönung der vorherigen Leistung, schrieb zum Beispiel Judoka Ole Bischof in der jüngsten Ausgabe von Faktor Sport. Diese Leistungen sollen künftig durch die Kommunikation stärker in den Vordergrund rücken. So soll eine Brücke zwischen Athleten und Fans geschlagen werden.

Der Claim (Key Visual zum Download siehe unten) zieht sich ab sofort durch die gesamte Kommunikation des DOSB zum Thema Olympia und steht seinen Mitgliedsorganisationen sowie den Medienhäusern zur Verfügung. Für die Kommunikation bis London werden zudem Aktionen bei DOSB-Events und Qualifikationswettbewerben der olympischen Sportverbände gestartet sowie Anzeigenmotive mit Athleten eingesetzt. Inhaltlich unterstützt werden soll das olympische Anliegen durch einen intensiven redaktionellen Austausch mit den Medien.

Michael Vesper, Chef de Mission der Olympiamannschaft, sagt: „Der DOSB ist die Dachorganisation des gesamten deutschen Sports und hat deshalb den Slogan und die Kommunikation so gestaltet, dass alle anderen Kampagnen darin Platz finden oder gestärkt werden können. Das soll auch für die Sporthilfe-Fundraising-Kampagne ‘Dein Name für

Deutschland’ gelten.“

Hintergrund der Initiative ist das von der Mitgliederversammlung des DOSB formulierte Ziel, die positiven Auswirkungen der Olympischen Idee und der Spiele auch unabhängig von einer konkreten Olympiabewerbung deutlicher als bisher zu kommunizieren und dabei die Deutsche Olympiamannschaft in den Mittelpunkt zu stellen.