

Bericht Vizepräsident Digitales & Vermarktung

Klaus Täubrich (Berichtszeitraum: 05/2019 bis 05/2021)

Im Mai 2019 wurde mit dem Team Aufbruch ein neues DHB-Präsidium gewählt. Ich wurde in die neue Position Vizepräsident Digitales & Vermarktung neu in das Präsidium gewählt. In den folgenden zwei Jahren sollten die Bereiche Vermarktung und Digitales komplett neu ausgerichtet und aufgebaut werden, da die existierenden Strukturen und Angebote verbesserungswürdig waren.

Nach einer intensiven Einarbeitung in die existierenden Strukturen des DHB bis Herbst 2019 und dem operativen Start in den Bereichen, wurden die Aktivitäten durch die COVID-19-Pandemie massiv behindert. Vermarktungsaktivitäten konnten aufgrund mangelnder Kundenansprache-Möglichkeiten fast nicht mehr stattfinden und auch die Kurzarbeit auf der Geschäftsstelle behinderte die Entwicklung der Digitalprojekte.

Trotzdem ist es in beiden Bereichen gelungen, deutliche Verbesserungen zu erzielen.

Vermarktung:

Im Jahr 2019 konnte die Zusammenarbeit mit dem externen Vermarktungspartner aufgehoben werden. Dadurch wurde die Möglichkeit geschaffen, dass der DHB eigene Vermarktungsstrukturen aufbauen kann. Wesentlicher Baustein der Aktivitäten war die Einstellung von Heiko von Glahn als neuer Generalsekretär und Vermarktungsfachmann. So konnte im Januar 2020 der DHB mit seinen Sponsoren zum ersten Mal beim größten deutschen Vermarktungsevent teilnehmen. Diese Teilnahme wurde von allen Beteiligten positiv aufgenommen und es ist geplant, ab jetzt das jährliche Sponsoren-Meeting immer im Rahmen des Spobis stattfinden zu lassen. Allerdings konnten Corona-bedingt keine weiteren Events durchgeführt werden.

Um die zukünftigen Aktivitäten transparenter und erfolgreicher zu gestalten, wurde die SaaS-HubSpot eingeführt.

Durch den kurzfristigen Abschied von Heiko von Glahn im Januar 2021 wurde leider der erfolgreiche Aufbau neuer Vermarktungsstrukturen jäh gestoppt. Das Präsidium arbeitet intensiv an einer erfolgreichen Nachfolgeregelung. Erschwerend kam noch die Beendigung der Partnerschaften mit REAL und BASF hinzu.

Vermarktungsbeirat:

Um die Vermarktung des DHB mit der in der Hockeyfamilie vorhandenen Kompetenz zu unterstützen, wurde ein Vermarktungsbeirat mit aktuell 8 Mitgliedern gegründet, der in monatlichen Meetings mit seinem professionellen Knowhow unterstützt und auch wichtige Kontakte herstellt. Mitglieder des Vermarktungsbeirats sind: 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).

Alumni-Familie:

Eine langjährige Idee innerhalb des DHB konnte im zweiten Halbjahr 2020 erfolgreich etabliert werden: Eine digitale Plattform für die Alumnis des Deutschen Hockeys. Die Plattform bietet zahlreiche Möglichkeiten zum Austausch, Information, Jugendförderung und Events. So werden monatlich von Alumnis Online Events durchgeführt und es gibt Volunteers, die die Plattform mit

Inhalten befüllen. Dieses Team wird von Svea Böker geleitet, die durch Ihren Einsatz ein wesentlicher Treiber bei der Umsetzung der Plattform war. Rund 450 Mitglieder gibt es schon aus den Bereichen U-Nationalmannschaften, Nationalmannschaften, Ehemalige und Ü- Nationalmannschaften. Das Projekt wird finanziell unterstützt durch das Unternehmen Computer Rock.

Social-Media:

Das Thema Social-Media wird ein wesentlicher Erfolgsfaktor für den DHB und seine Vermarktung sein. Daher wurde bei der Social-Media-Agentur Delasocial in Hamburg ein Workshop organisiert. Dieser wurde durch Franziska Hauke vorbereitet und durchgeführt, die bei dieser Agentur festangestellt ist. Leider wurde auch diese Aktivität durch die Olympia-Verschiebung und Corona massiv behindert. Ein fest zugesagtes Budget der DHB-Stiftung konnte in 2021 nicht mehr abgerufen werden und es fehlen finanzielle Mittel, um das wichtige Thema voranzutreiben.

Digitale Plattformen:

Die digitalen Plattformen des DHB müssen deutlich optimiert werden, um wieder als moderne Angebote wahrgenommen zu werden. Dieser Prozess wurde angeschoben und befindet sich in der Umsetzung durch folgende Aktivitäten:

1. Sicherstellung des Betriebs der aktuellen Plattform, die von Ben Glubrecht erstellt wurde, durch das Unternehmen Computer Rock
2. Aufwendige Neukonzeption der zukünftigen Plattform unter Einbindung der Landesverbände
3. Ausschreibung der Realisierung der neuen Plattform
4. Aktuell: Umsetzung der neuen Plattform durch das Unternehmen Computer Rock in mehreren Phasen
5. Ziel bis Olympia: Ablösung der aktuellen blauen Seite

Klaus Täubrich, Vizepräsident Digitales & Vermarktung

Hamburg, 05.04.2021