

30.11.2012 - 15:11 Uhr

DHL investiert deutlich weniger in Formel 1



Wolfgang Giehl, Deutsche Post DHL, beim 1.SPONSORS Motorsport Summit (Foto: action press)

Essen (ots) -

Wolfgang Giehl hat klargestellt, dass DHL weitaus weniger für das Sponsorship in der Formel 1 aufwendet, als bisher angenommen. Der Leiter Corporate Brand Marketing der Deutschen Post DHL stellte zudem den Einstieg in eine weitere Rennserie in Aussicht.

Angesprochen auf die Sponsoring-Ausgaben von DHL in der Formel 1 sagte Giehl beim 1. SPONSORS Motorsport Summit: "Es ist weniger als die Hälfte der Summe, die ich in den Medien gelesen habe." Damit liegt die Summe, die die Tochterfirma der Deutschen Post AG in die Rennserie investiert, bei jährlich unter 30 Millionen US-Dollar (23 Millionen Euro). Zuvor war das Sponsoren-Engagement auf 57,5 Millionen US-Dollar (44,2 Millionen Euro) geschätzt worden.

Dass die Deutsche Post neben der Formel 1 und der Tourenwagen-Weltmeisterschaft (WTCC) noch in eine weitere Rennserie einsteigt, schloss Giehl auf der Hauptbühne in Essen nicht aus. "Ich könnte mir noch eine Dritte vorstellen. Auch die Formula E ist bestimmt interessant und wir werden die Entwicklung genau verfolgen." Start für die Rennserie, in der die Wagen ausschließlich von elektrischer Energie angetrieben werden, soll 2014 sein.

Beim Thema Compliance gab Giehl vor den rund 200 Kongressteilnehmern zu, dass die Problematik nicht auf Deutschland beschränkt sei: "Es ist vielmehr ein weltweites Problem." Damit sei auch die Hospitality-Nutzung der Deutschen Post in der Formel 1 in den vergangenen Jahren deutlich zurückgegangen. Für das Versandunternehmen sei Hospitality aber auch kein zentraler Punkt in der Sponsoring-Strategie. Im Vordergrund stünden Medien-Awareness und Brand Content. "Damit wir den Endkonsumenten erreichen, bereiten wir die Inhalte unter anderem durch Hintergrundgeschichten auf, die wir in den neuen Medien gezielt platzieren", sagt Giehl.

Kontakt:

Silke Hemminger
SPONSORS
PR & Kommunikation
Tel.: +49 (0) 40/ 413 30 08-57
E-Mail: hemminger@sponsors.de

SPONSORS Verlags GmbH
Die SPONSORS Verlags GmbH veröffentlicht seit 1996 mit dem
Fachmagazin SPONSORS das führende deutschsprachige

Sportwirtschaftsmagazin. SPONSORS bietet über den Print-Titel, Special-Reports, die Website www.sponsors.de und einen täglichen Newsletter Informationen, Hintergründe, Fakten, Daten und Serviceleistungen. Darüber hinaus ist SPONSORS Veranstalter diverser führender Fachkongresse. Neben Europas größtem Sportwirtschaftsgipfel, dem SpoBiS in Düsseldorf, gehören dazu unter anderem auch der Sports Media Summit (Düsseldorf), der Sports Venue Summit (München), der Clubmanager Summit (Köln) und der Motorsport Summit (Essen).

www.sponsors.de

Medieninhalte



Wolfgang Giehl, Deutsche Post/DHL, beim 1. SPONSORs Motorsport Summit. Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/SPONSORs Verlags GmbH/Action Press"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100053072/100729329> abgerufen werden.