



**DOSB | Sport bewegt!**

**WIR FÜR  
DEUTSCHLAND** ©DOSB  
[www.deutsche-olympiamannschaft.de](http://www.deutsche-olympiamannschaft.de)

## **DOSB | Leitfaden** für den Umgang mit Werbung und PR Olympische Spiele London 2012



# Liebe Mitglieder der Deutschen Olympiamannschaft,



bald stehen Sie im Mittelpunkt des Interesses, wenn weltweit Milliarden von Menschen die Wettbewerbe der Olympischen Spiele in London an den Fernsehschirmen verfolgen und Millionen Menschen vor Ort in den Stadien mitfiebern. Die Olympischen Spiele sind das bedeutendste Sportereignis der Welt.

In London kommen Sportler aus allen 204 Nationalen Olympischen Komitees der Welt an einem Ort zusammen. Nirgendwo sonst ist dieses besondere Gefühl, dass der Sport über alle Grenzen hinweg wirkt und Verständnis für verschiedene Kulturen schafft, intensiver zu erleben als im Olympischen Dorf. Denn nicht nur die Wettkämpfe, auch die Olympische Idee, die hinter diesen steht, und die ganz besonders von Ihnen allen verkörpert wird, macht die Olympischen Spiele einzigartig.

Die Organisation Olympischer Spiele stellt immer wieder eine enorme Herausforderung dar – in logistischer und auch in finanzieller Hinsicht. Die Einnahmen helfen, den Olympischen Gedanken in die Welt zu tragen und durch vielfältige Programme die Athleten und den Sport in der ganzen Welt zu fördern – auch bei uns in Deutschland. Dabei spielen die Sponsoren durch ihre Partnerschaft mit dem IOC eine wichtige Rolle.

Stets stehen die Olympischen Ideale im Vordergrund. Alle Partner der Olympischen Spiele und des IOC akzeptieren klaglos, dass die

Wettbewerbe in einem werbefreien Umfeld stattfinden. Dies gilt für die Stadien ebenso wie auch für die offizielle Olympiakleidung aller Teilnehmer. Darum ist es erforderlich einige Regeln einzuhalten – beinahe wie in einem Wettkampf.

Der Deutsche Olympische Sportbund (DOSB) will Ihnen mit dieser Broschüre einen Wegweiser an die Hand geben, mit dem Sie sich im Detail darüber informieren können, was Ihnen erlaubt ist und worauf Sie unbedingt achten sollten, um Probleme durch Verstöße gegen die Richtlinien zu vermeiden. Fragen zur Kleiderordnung, zum Umgang mit den Neuen Medien oder zur Vermarktung werden in diesem Leitfaden beantwortet.

Sollten Sie weitere Fragen haben, stehen Ihnen die Ansprechpartner des DOSB gerne zur Verfügung.

Bitte lesen Sie diese Broschüre sehr aufmerksam, denn auch unwissentlich begangene Verstöße können Konsequenzen nach sich ziehen.

Der DOSB wünscht Ihnen allen viel Erfolg und eine unvergessliche olympische Zeit in London.

Ihr

A handwritten signature in blue ink, which appears to read "Thomas Bach". The signature is fluid and cursive, written on a white background.

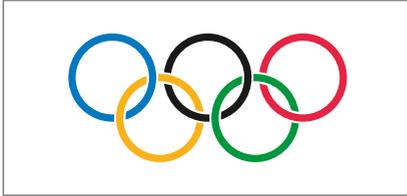
Thomas Bach  
Olympiasieger im Fechten 1976  
und DOSB-Präsident

# Inhalt

- 4 – 5 Werbung und Markenschutz
- 6 – 7 Werbung mit Mitgliedern der Deutschen Olympiamannschaft
  - | Sonderfreigaben
- 8 – 9 Medienarbeit von Mitgliedern der Olympiamannschaft
  - | Keine Tätigkeit als Medienschaffende
  - | Keine Live-Interviews mit „Non-Right-Holders“
  - | Internet-Chats
  - | Video- und Tonaufnahmen
  - | Fotos
  - | Tagebücher
- 10 – 11 Blogging und Social Media
  - | Persönliche Informationen
  - | Olympische Symbole und Begrifflichkeiten
  - | Werbung und Sponsoring
  - | Domains
  - | Links
  - | Haftung
  - | Verstöße
- 12 – 14 Werbung auf der Kleidung
  - | Offizielle Olympiakleidung
- 15 Olympische Charta/Eligibility
- 16 Wettverbot für Mitglieder der Deutschen Olympiamannschaft
- 17 Die Deutsche Olympiamannschaft im Social Web
- 18 Kontakte
- Impressum



# Werbung und Markenschutz

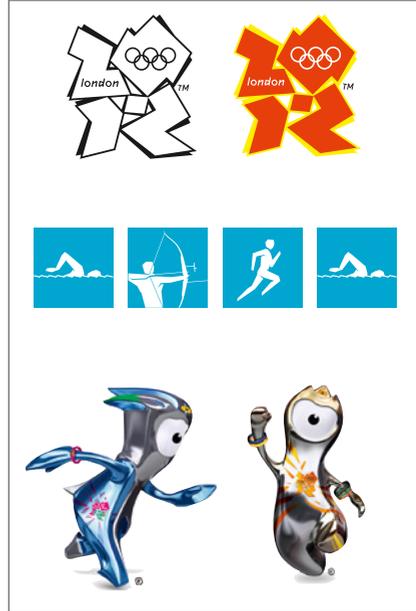


Die Verwendung der Olympischen Symbolik, vor allem der fünf ineinander verschlungenen Olympischen Ringe, sowie die olympischen Bezeichnungen sind Eigentum des IOC und in Deutschland gesetzlich geschützt.

Die Nutzung der Olympischen Ringe zu Werbezwecken ist verboten. Dies gilt auch für eine verfremdete Darstellung oder grafische Annäherung der Ringe. Nur die IOC-Sponsoren (TOP Partner, siehe S. 6) dürfen die Olympischen Ringe in Verbindung mit Ihrem Firmenlogo nutzen.

Sie unterstützen die Olympische Bewegung weltweit mit hohem finanziellen Aufwand und Dienstleistungen.

Als Marken geschützt sind auch die Logos der jeweiligen Olympischen Spiele und deren Maskottchen sowie die Sportpiktogramme und Bezeichnungen, welche auf die Olympische Bewegung oder die Olympischen Spiele verweisen.



Dies gilt auch für folgende Bezeichnungen: „Olympische Spiele“, „Olympiade“, „Olympic Games“, „London 2012“, „olympisch“ etc. Auch das Olympische Motto „citius, altius, fortius“ / „faster, higher, stronger“ ist geschützt. Unzulässig sind ferner die Übersetzungen dieser Begriffe in andere Sprachen.

Ebenfalls verboten ist die werbliche Verwendung der geschützten Begriffe als Lockmittel oder Schlagzeile:

„Olympia-Wettbewerbe“, „Olympia-Angebote“, „Olympia-Wochen“, „Team Olympia“ etc. Die Verwendung dieser Begriffe ist Firmen vorbehalten, die einen entsprechenden Vertrag mit dem IOC unterzeichnet haben.

Auch das Logo des Deutschen Olympischen Sportbundes ist als Marke registriert und geschützt.

### Wichtig

Sponsoren von Sportverbänden und Olympiateilnehmern haben kein Recht zur Verwendung der olympischen Logos oder Bezeichnungen. Auch nach Ende der Olympischen Spiele dürfen Bilder mit folgenden Inhalten zu keiner Zeit werblich genutzt werden:

Medaillen der Olympischen Spiele, wenn die Olympischen Ringe, die Logos, oder die Bezeichnungen der betreffenden Olympischen Spiele sichtbar sind.

Wettkampfbilder, die Logos oder Bezeichnungen der Olympischen Spiele beinhalten.

Ausnahmen sind für Sponsoren des IOC oder Partner der Deutschen Olympiamannschaft nach Abstimmung mit dem IOC oder dem DOSB möglich.



# Werbung mit Mitgliedern der Deutschen Olympiamannschaft



Grundsätzlich gilt, dass jeder Olympia-Teilnehmer sich mit Unterzeichnung der „Eligibility“-Erklärung (siehe S. 15) verpflichtet, dass seine/ihre Person, sein/ihr Bild, sein/ihr Name oder sein/ihr Erfolg während der Spiele zu Werbezwecken nicht von „nicht-Olympia-Sponsoren“ verwendet werden darf.

## **Diese Regelung gilt für die Olympischen Spiele London 2012 vom 18. Juli bis 15. August 2012.**

Dies gilt auch für Gratulationsanzeigen, die nichts anderes darstellen als eine Werbung für den Gratulanten (durch eine Firma oder ein Unternehmen).

Außerhalb der o. g. Sperrfrist ist es Sponsoren von Sportverbänden und Olympia-Teilnehmern erlaubt, ein neutrales Bild der/s Athletin/en mit einem Gratulationstext zu verwenden, sofern der/die Athlet/ in sein/ihr persönliches Einverständnis dazu gibt. Bsp: „Wir gratulieren XY zum

großartigen Erfolg in London.“ Die Freigabe für solche Aktionen ist vor Veröffentlichung beim DOSB einzuholen.

## Sonderfreigaben

Nur die TOP Partner des IOC, die Partner der Deutschen Olympiamannschaft und die Sportartikelhersteller, die einen Teilnehmer ausrüsten und Mitglied der WFSGI (World Federation of the Sporting Goods Industry, [www.wfsgi.org](http://www.wfsgi.org)) sind, dürfen Bilder von Mitgliedern der Olympiamannschaft für Glückwunschanzeigen oder Imageanzeigen veröffentlichen. Die Anzeigen dürfen keine Verbindung zur Nutzung von Produkten/Dienstleistungen des Sponsors herstellen, die das Leistungsvermögen steigern oder in Zusammenhang mit der sportlichen Leistung stehen.

Ebenso dürfen sie nur die jeweils für den Partner lizenzierten Logos oder Begriffe der Olympischen Spiele enthalten. Die genauen Bedingungen sind in der

Regel 40 der Olympischen Charta festgehalten, die den Verbänden übermittelt wurde und beim DOSB erhältlich ist. Zusätzlich bedarf es der vorherigen

Genehmigung des DOSB und/oder des IOC. In allen Fällen sind die Persönlichkeitsrechte der Athleten und Athletinnen zu beachten.

Olympia Partner				
Partner der Olympiamannschaft				
Co Partner				
				
				
Ausrüster/Ausstatter				
Medien Partner				



**WIR GRATULIEREN**

dem Kajak-Vierer  
zur Olympiamedaille

Firma NICHT-PARTNER · Musterstraße 12 · 12345 Musterstadt

# Medienarbeit von Mitgliedern der Olympiamannschaft



Jedes akkreditierte Mitglied der Olympiamannschaft (Athleten, Trainer, Betreuer und Offizielle) verpflichtet sich mit der Unterzeichnung der „Eligibility“-Erklärung während der Dauer der Olympischen Spiele (Froze Period: 18. Juli bis 15. August) unter keinen Umständen journalistisch tätig zu sein. Im Einzelnen betrifft dies folgende Bereiche:

## Keine Tätigkeiten als Medien-schaffende

Teilnehmer dürfen keinen Einsatz als Fotograf, schreibender Journalist/Kolumnist, Gastkommentator, Radio- oder TV-Reporter haben! Dies gilt für alle Medien einschließlich des Internets.

## Keine Live-Interviews mit „Non-Right-Holders“

Live-Interviews mit „Non-Right-Holders“, das sind Fernseh- und Radiosender, die keine Übertragungsrechte von den Olympischen Spielen besitzen (z. B. RTL, SAT1, PRO7, private Radiosender), sind innerhalb der olympischen Stätten untersagt. Dies gilt auch für Telefoninterviews. Rechteinhaber („Right-Holders“) sind für Deutschland ARD, ZDF und Eurosport sowie die der ARD angeschlossenen Hörfunk- und Fernsehsender. Außerhalb der olympischen Wettkampfstätten und des Olympischen Dorfes dürfen Interviews auch einem „Non-Right-Holder“ gegeben werden. Das Deutsche Haus in

London ist eine solche nicht-olympische Zone. Hier können und sollen Anfragen für Interview-Wünsche erfüllt werden.

### Internet-Chats

Sofern die Teilnahme an einem Internet-Chat unentgeltlich ist, mit einem Medienanbieter (Radio, TV, Zeitung, redaktionelle Internetplattform) geschieht, von einem Journalisten moderiert wird und nicht aus dem Olympischen Dorf heraus erfolgt, ist sie gestattet.

### Video- und Tonaufnahmen

Das IOC besitzt die Rechte an der Verbreitung von Video- und Tonaufnahmen der Olympischen Spiele in allen Medien, auch dem Internet. Eigene Video- und Tonaufnahmen an olympischen Stätten dürfen nur für den persönlichen Gebrauch gemacht werden. Es ist verboten, diese Aufnahmen im Internet zu veröffentlichen (im Unterschied zu Fotos!) und/oder Dritten für kommerzielle Zwecke zur Verfügung zu stellen (z. B. für Berichterstattungen im Radio, TV oder Internet). Video- und Tonaufnahmen, die in nicht-olympischen Zonen (z. B. im Deutschen Haus oder in der Londoner Innenstadt) aufgenommen werden, dürfen dagegen veröffentlicht werden. So wäre auch ein Skype-Interview mit einem „Non-Right-Holder“ nur in einer nicht-

olympischen Stätte erlaubt, nicht jedoch im Olympischen Dorf.

### Fotos

Es ist erlaubt, an olympischen Stätten Fotos (keine Videos!) für den persönlichen Gebrauch zu machen und diese zu posten (z. B. im Internet auf Social-Media-Plattformen wie Facebook). Es ist untersagt, diese Fotos zu kommerzialisieren, zu verkaufen oder anderweitig zu vertreiben. Wenn weitere Personen auf dem Foto zu sehen sind, muss die akkreditierte Person deren Einverständnis für eine Veröffentlichung einholen.

### Tagebücher

Teilnehmer dürfen während der Spiele eigene öffentliche Tagebücher oder Blogs führen, die auch von Dritten publiziert werden können. Voraussetzung dafür ist jedoch die Beachtung der Blogging-Regeln.



# Bloggung und Social Media

Das Führen eines Blogs im Internet, die Nutzung von Social Media (Facebook, Twitter etc.) und das Führen öffentlicher Tagebücher auch in einer Zeitung werden vom IOC als persönliche Entfaltung und nicht als journalistische Tätigkeit gewertet. Daher dürfen akkreditierte Mitglieder der Olympiamannschaft (Athleten, Betreuer und Offizielle) Postings, Blogs, Tweets und öffentliche Tagebücher während der Olympischen Spiele unter Einhaltung der folgenden Punkte nutzen:

## Persönliche Informationen

Alle Veröffentlichungen müssen in der Ich-Form (Tagebuchform) geschrieben sein. Sie dürfen nur eigene olympische Erfahrungen widerspiegeln und keine Erlebnisse oder Interviews anderer Athleten enthalten. Die Beiträge dürfen keine persönlichen Informationen anderer Personen enthalten sowie keine vertraulichen Inhalte, die die Sicherheit oder die Organisation der Olympischen Spiele gefährden. Alle Inhalte sollen mit den Olympischen Werten und den Prinzipien der Olympischen Bewegung, die in der Olympischen Charta enthalten sind, vereinbar sein.

## Olympische Symbole und Begrifflichkeiten

Die Verwendung der Olympischen Ringe ist auf jeglichen Social Media Plattformen

verboten. Begriffe wie „olympisch“ oder „Olympische Spiele“/„Olympic Games“ dürfen in Postings, Blogs und Tweets verwendet werden, vorausgesetzt es wird keine kommerzielle Verbindung zu Dritten oder den Produkten oder Dienstleistungen von Dritten hergestellt.

## Werbung und Sponsoring

Es ist strikt verboten, bei Internet-Aktivitäten oder öffentlichen Tagebucheinträgen in irgendeiner Art für eine Marke, ein Produkt oder eine Dienstleistung zu werben. Die Teilnehmer dürfen in keinem exklusiven Werbevertrag mit Firmen und Unternehmen im Zusammenhang mit ihren Postings, Blogs, Tweets oder öffentlichen Tagebucheinträgen stehen. Übernimmt ein Medium den Blog/das Tagebuch des Teilnehmers/der Teilnehmerin 1:1, muss die Zeitungsseite bzw. die Internetseite, auf der dies geschieht, komplett werbefrei sein. Das Medium darf zudem nicht den Eindruck vermitteln, der Blogger/Tagebuchschreiber übt seine Tätigkeit exklusiv für dieses Medienunternehmen aus. Zitiert ein Medienunternehmen jedoch nur aus einem Blog/Tagebuch eines Teilnehmers, ist kein werbefreies Umfeld erforderlich.

**Tip:** Den eigenen „Olympia-Blog“ in einem werbe-, sponsoren- und logo-

freien, separaten Pop-up-Fenster führen. Oder: auf eigene Verantwortung persönliche Sponsoren oder Verbandssponsoren nicht permanent in der Rahmengestaltung der Website („template“) platzieren, sondern diese in einer separaten Rubrik (im „content“) führen.

## Domains

Domains bzw. URL, die olympische Begrifflichkeiten, wie z. B. „Olympia“ enthalten, sind nicht zulässig, so z. B. [www.max.muster.olympia.de](http://www.max.muster.olympia.de). Erlaubt ist dagegen für die Dauer der Olympischen Spiele die Verwendung mit Schrägstrich: [www.max.muster.de/olympia](http://www.max.muster.de/olympia).

## Links

Um den Zugriff auf wichtige olympische Informationen zu unterstützen, werden akkreditierte Personen dazu ermutigt, die offiziellen olympischen Webseiten zu verlinken. Wichtige Adressen sind:

| [www.dosb.de](http://www.dosb.de)

| [www.deutsche-olympiamannschaft.de](http://www.deutsche-olympiamannschaft.de)

| [www.olympic.org](http://www.olympic.org)

| [www.london2012.com](http://www.london2012.com).

## Haftung

Akkreditierte Personen, die im Internet öffentlich über ihre persönlichen Erfahrungen bei den Olympischen Spielen schreiben, sind für die Inhalte selbst ver-

antwortlich. Sie können persönlich für Verleumdungen oder obszöne Inhalte haftbar gemacht werden. Sie handeln mit eigenem Risiko und sollten kenntlich machen, dass die Inhalte auf ihren eigenen Erfahrungen basieren.

## Verstöße

Missbrauch und Zuwiderhandlung durch akkreditierte Personen kann, wie in der Olympischen Charta vorgesehen, den Entzug der Akkreditierung nach sich ziehen. Das IOC behält sich vor, rechtliche Schritte bei Verstößen einzuleiten, um Schadensersatz geltend zu machen oder weitere Sanktionen aufzuerlegen.



# Werbung auf der Kleidung



Für die Herstellerbezeichnung auf der Olympiakleidung und Wettkampfausrüstung gelten zum einen die allgemeinen Richtlinien gemäß der Olympischen Charta, zum anderen die „GUIDELINES REGARDING AUTHORISED IDENTIFICATIONS GAMES OF THE XXX OLYMPIAD, LONDON 2012“. Diese liegen jedem Fachverband vor und können auf der DOSB-Website abgerufen werden.

Bei Verstößen gegen diese Regeln werden Logos und Schriftzüge durch Überkleben unkenntlich gemacht.

Der zuwiderhandelnden Person drohen im schlimmsten Fall die Disqualifikation,

der Entzug der Akkreditierung und eventuell weitere Sanktionen wie z. B. eine Geldstrafe.

## Offizielle Olympiakleidung

Die vom DOSB nominierten Mitglieder der Olympiamannschaft erhalten ab 25. Juni 2012 ihre offizielle Olympiakleidung, die für Anreise, Einmarsch, Siegerehrungen, Schlussfeier, Freizeit etc. zu tragen ist. Diese Kleidungsstücke sind gemäß den entsprechenden Bestimmungen mit der Herstellermarke (adidas, Bogner, Sioux) und dem Logo der Deutschen Olympiamannschaft gekennzeichnet und dürfen mit keinen zusätzlichen Logos oder Beschriftungen ergänzt werden. Andere

Kleidungsstücke mit fremden Herstellermarken und mit fremden Herstellerhinweisen dürfen nicht in den olympischen Stätten getragen werden. Bei der Einkleidung wird auch die Kleiderordnung übergeben, die vorgibt, welche Kleidungsstücke wann und zu welchen Anlässen zu tragen sind.



Die Wettkampfkleidung wird durch den jeweiligen Sportfachverband gemäß den IOC-Bestimmungen bereitgestellt, gegebenenfalls dem DOSB zur Genehmigung vorgelegt und vom Fachverband direkt an die Athleten ausgegeben.

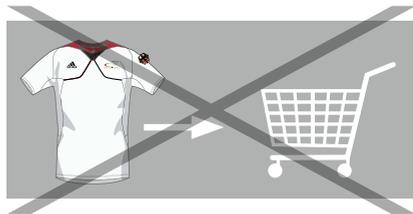
Als Wettkampf gilt die tatsächliche Zeit seiner Austragung auf dem Spielfeld bzw. in der unmittelbaren Wettkampfzone. Auf dem Weg zur Wettkampfstätte, während der Zeit im Aufwämbereich, auf der Auswechselbank und auf dem Rückweg von der Wettkampfstätte – hierzu gehört insbesondere auch der Callroom und die Mixed-Zone – muss die Kleidung des Generalausrüsters adidas getragen wer-



Wettkampfpause (oben), Wettkampfzone (unten)

den. Dies gilt auch in Wettkampfpausen, wenn über der Wettkampfkleidung zusätzliche Kleidungsstücke getragen werden, sowie für das offizielle Training.

Der Verkauf bzw. Handel mit Teilen der Olympia-Einkleidung (z. B. über eBay) ist den Mitgliedern der Olympiamannschaft untersagt.



Das Anbringen von Sponsorenlogos oder Sponsorenhinweisen ist sowohl auf der Olympiakleidung als auch auf der Olympia-Wettkampfkleidung strikt untersagt.

Auch die Namen bzw. Logos von Sportfachverbänden dürfen nicht abgebildet sein. Ebenso sind Hinweise auf politische oder sonstige Meinungsäußerungen (z. B. auf Buttons, eigenen T-Shirts etc.) nicht gestattet.

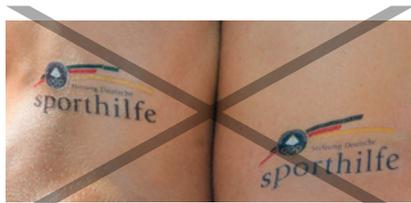
Die Ausrüstung umfasst die persönliche sowie die sportartspezifische Kleidung, die im Wettkampf benutzt und getragen wird, z. B. jegliche Form von Kopfbedeckung (Helm, Cap etc.), Schutzmasken, (Sonnen-)Brillen etc.

Hinweise auf Herstellermarken und Sponsoren sind ebenfalls auf dem Körper (Tattoos), auf Kontaktlinsen, auf Brillengläsern, auf Zahnschutz und auf Trinkflaschen strengstens verboten!

Zu den Verboten eines werblichen Auftritts gehört auch jegliche Form von offensichtlicher oder versteckter Anspielung auf den persönlichen Sponsor (z. B. Schriftart, Unternehmensfarbe etc.).

Auf eine derartige Form der Darstellung muss verzichtet werden, um Probleme

während der Olympischen Spiele von vornherein auszuschließen.





# Wettverbot für Mitglieder der Deutschen Olympiamannschaft

Für die Olympia-Teilnehmer gilt ein striktes Wettverbot für olympische Wettkämpfe. Das Verbot betrifft alle akkreditierten Personen, also Athleten, deren Trainer und das gesamte Betreuungsteam. Auch akkreditierte Gäste und Medienvertreter unterliegen diesem Verbot.

Durch diese Regelung will das Internationale Olympische Komitee (IOC) illegale und regelwidrige Wetten sowie Spielabsprachen bekämpfen und nimmt eine kompromisslose Haltung gegenüber solchen Praktiken und jedem, der daran beteiligt ist, ein. Laut IOC-Präsident Jacques Rogge stellen illegale Wetten und Spielabsprachen „die größte Bedrohung für die Glaubwürdigkeit und Integrität des Sports dar“.

Als höchstes Gremium der Olympischen Spiele steht es dem IOC offen, Teilnehmern ihre Medaillen wieder abzuerkennen und Teilnehmer sowie ihre Trainer und ihr Betreuungsteam für zukünftige Wettbewerbe zu sperren, wenn zwischen dem 18. Juli 2011 und dem 15. August 2012 gegen die Bestimmungen verstoßen werden. Das IOC wird zusammen mit den britischen Behörden alle Wettaktivitäten in diesem Zeitraum streng überwachen.

Der vollständige Text zu den IOC-Regeln in Bezug auf das Wettverbot sind auf der DOSB-Website einsehbar: [www.dosb.de/london2012-dokumente](http://www.dosb.de/london2012-dokumente).



# Die Deutsche Olympiamannschaft im Social Web



Die Deutsche Olympiamannschaft steht im Mittelpunkt einer langfristig angelegten Kommunikationsoffensive des Deutschen Olympischen Sportbundes (DOSB) mit dem Ziel, den Athleten/innen, dem olympischen Sport und seiner Förderung sowie den Verbänden mehr Aufmerksamkeit zu verschaffen.

Zentraler Anlaufpunkt für alle Olympiafans und Athleten/innen ist die Social-Media-Plattform **www.deutsche-olympiamannschaft.de**, welche die Aktivitäten der Athleten/innen und Verbände im Social Web bündelt, abbildet und zur Interaktion mit den Fans einlädt. Zugleich dient die Seite als virtuelle Mannschaftsbroschüre.

Hier finden sich alle Informationen zu den Athleten/innen der Deutschen Olympiamannschaft auf einer Seite, während

der Spiele auch zu den Entscheidungen. Alle Beiträge der Sportler von ihren Facebook-Seiten und Twitter-Accounts laufen auf der Seite zusammen und erhöhen so auch die Besucherzahlen auf den eigenen Fanpages. Fans können gratulieren, kommentieren und mit der Mannschaft kommunizieren. Die Seite informiert über alles Wissenswerte rund um die Spiele und gewährt Einblicke in das Deutsche Haus sowie das dazugehörige Fan Fest.

Auch bei Facebook hat die Deutsche Olympiamannschaft einen eigenen Auftritt [www.facebook.com/olympiamannschaft](http://www.facebook.com/olympiamannschaft) und hält alle Fans über die Vorbereitungen ihrer Athleten und über die Highlights aus London auf dem Laufenden. Zusätzlich wird die Kommunikation von Sportlern, Verbänden und Fans auf Twitter über den Hashtag **#WirfürD** zusammengeführt. Der DOSB twittert unter **@DOSB**.

# Kontakte

---

Für weitere Informationen oder zur Klärung Ihrer Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Werbung und Markenschutz/  
Werbung auf der Kleidung  
Deutscher Olympischer SportBund

**Sabine Krapf**

Tel. +49 (0) 69 / 67 00 220

E-Mail [krapf@dosb.de](mailto:krapf@dosb.de)

**Florian Frank**

Tel. +49 (0) 69 / 67 00 369

E-Mail [frank@dosb.de](mailto:frank@dosb.de)

Werbung mit Mitgliedern der  
Deutschen Olympiamannschaft  
Deutsche Sport-Marketing GmbH

**Heike Marie Bock**

Tel. +49 (0) 69 / 695 801 18

E-Mail [heike-marie.bock@dsm-olympia.de](mailto:heike-marie.bock@dsm-olympia.de)

Medienarbeit, Blogging,  
Social Media

Deutscher Olympischer SportBund

Tel. +49 (0) 69 / 67 00 255

**Christian Klaue**

E-Mail [klaue@dosb.de](mailto:klaue@dosb.de)

**Michael Schirp**

E-Mail [schirp@dosb.de](mailto:schirp@dosb.de)

**Stefan Volknant**

E-Mail [volknant@dosb.de](mailto:volknant@dosb.de)

Kontakt während der  
Olympischen Spiele in London:

**DOSB Mannschaftsbüro**

.....

Herausgeber:

Deutscher Olympischer SportBund

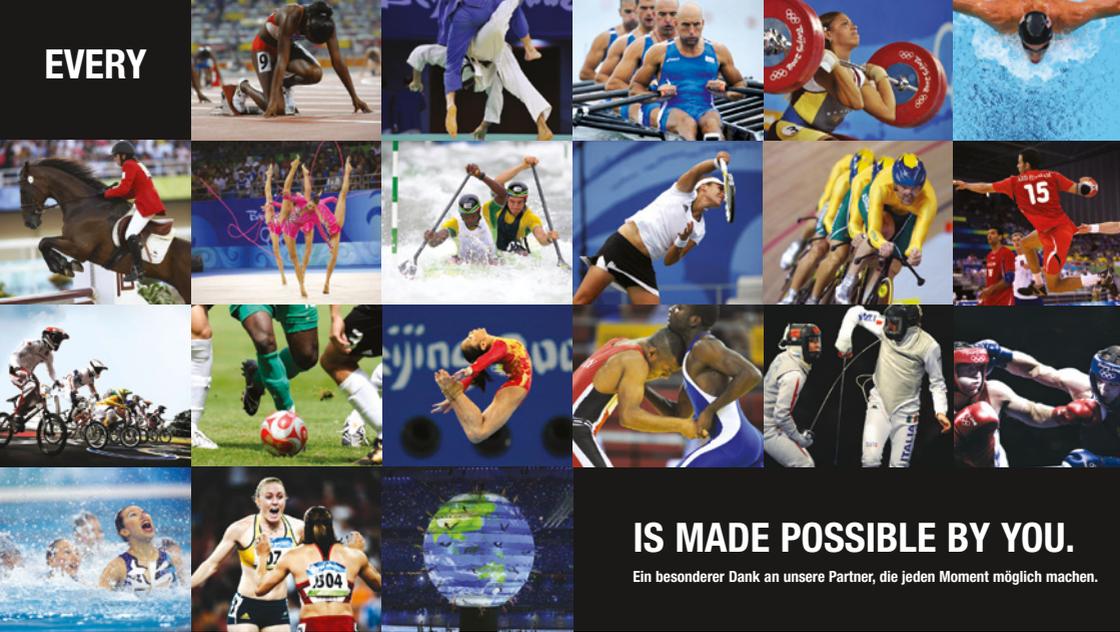
Gestaltung:

Medienfabrik Gütersloh GmbH

Fotos:

picture alliance; adidas, DOSB,  
London 2012, ODA, VisitBritain

EVERY



IS MADE POSSIBLE BY YOU.

Ein besonderer Dank an unsere Partner, die jeden Moment möglich machen.

©IOC 2011



DEUTSCHER OLYMPISCHER SPORTBUND

The Worldwide Olympic Partners



Olympia Partner Deutschland





Deutscher Olympischer SportBund | Otto-Fleck-Schneise 12 | D-60528 Frankfurt am Main  
Tel. +49 (0) 69 / 67 00 0 | Fax +49 (0) 69 / 67 49 06 | [www.dosb.de](http://www.dosb.de) | E-Mail [office@dosb.de](mailto:office@dosb.de)