GOLF. MARKE. MEDIEN: MagentaTV, DGV und DGS bringen Golf auf die Bühne bei SPORT MARKE MEDIEN

München, 17. November – Golf verbindet aktive Communities, internationale Spitzensportler und persönliche Markenerlebnisse. Mit dem Golfangebot von MagentaTV und der Zusammenarbeit mit dem Deutschen Golf Verband (DGV) und der Deutsche Golf Sport GmbH (DGS) entstehen zusätzliche Möglichkeiten für Content, Reichweite in der Community und Aktivierung. Bei SPORT MARKE MEDIEN präsentieren die Partner diese Entwicklung erstmals in einem eigenen Forum: GOLF. MARKE. MEDIEN findet am 1. Dezember 2026 auf der Blue Stage im House of Communication in München statt.

Im Mittelpunkt steht dabei die Attraktivität von Golf in Deutschland für Partner, das Zusammenspiel von Sport, Marken & Medien und die Frage nach der Messbarkeit solcher Partnerschaften.

Den Auftakt macht Hendrik Fischer, CEO von ONE8Y, mit dem Impuls «Golf in Deutschland: Was die Plattform wertvoll macht». Auf Basis von Marktforschungsdaten wird gezeigt, welche Menschen mit Golf auf dem Platz und über die Medien erreicht werden, welche Zielgruppen und Markeninteressen dabei zusammenkommen und für welche Marketingziele sich der Sport besonders eignet. Im Anschluss blickt Stefan Thelen, Leiter Sport Content bei MagentaSport, auf die Entwicklung von Golf als Sport-Marke und TV-Sportart. Mit zwei Kanälen und der PGA Tour sowie der DP World Tour hat MagentaTV ein neues Kapitel in der deutschen Golf-Berichterstattung aufgeschlagen. Thelen zieht Bilanz nach der Premierensaison und spricht über die Rolle von Liveübertragungen, Highlights und digitalen Inhalten. Zudem gibt er einen Ausblick auf das Golfjahr 2027 mit dem Ryder Cup als Höhepunkt.

Danach diskutiert ein Podium bestehend aus Max Kalbfell (Head of Marketing, Genesis), Robert Bruck (Geschäftsführer, Deutsche Golf Sport), Stefan Thelen (MagentaSport), Steffen Zunker (Golf-Experte, MagentaTV), Hendrik Fischer (ONE8Y) und Florian Gogel (Lead Special Projects, thinXpool) darüber, warum Genesis auf Golf als Plattform setzt und wie aus Sport, Content und persönlichen Erlebnissen erfolgreiche Aktivierungen entstehen. Weitere Themen sind die Rolle von Athleten und ihren Geschichten sowie die Frage, woran Partner erkennen, dass ihr Engagement auf Markenbindung und Geschäftserfolg einzahlt. Durch die Diskussion führt Holger Speckhahn, Moderator ~~und Golfer~~ bei MagentaTV.

MagentaSport und MagentaTV bieten GOLF die größtmögliche und beste Plattform. Wir sind mit diesem Sport erfolgreich gestartet und werden weiter wachsen, da wir ein stimmiges Konzept mit sehr guter inhaltlicher Aufbereitung, richtiger Ansprache, kommunikativer Begleitung und einer umfassenden Verwertungskette von Social-Media über Eventstreaming bis zu klassischem Linear TV liefern. Diesen Weg wollen wir gern beim ESB-Kongress vermitteln." - Stefan Thelen

„Golf bietet Marken die Chance, Menschen über ihre Leidenschaft für den Sport zu erreichen – auf dem Platz ebenso wie digital und in den Medien. Als DGS schaffen wir daraus gemeinsam mit unseren Partnern Erlebnisse und Inhalte, die Golfer begeistern, die Bindung zur Marke stärken oder auch direkte Leads generieren. Bei SPORT MARKE MEDIEN zeigen wir, wie solche Partnerschaften im Golfsport konkret aussehen können", so Robert Bruck.

Über SPORT MARKE MEDIEN
SPORT MARKE MEDIEN, presented by THE.TEAM, findet am 30. November und 1. Dezember 2026 zum dritten Mal in München statt. Unter dem Motto «Aus dem Sport – für den Sport» treffen sich über 1'400 Teilnehmende aus Sport, Wirtschaft und Medien. Veranstalter ist das ESB Marketing Netzwerk.

Mehr Infos: https://www.sportmarkemedien.com/