Pressemeldung
SPORT MARKE MEDIEN

Die Münchner Olympiabewerbung im Blick: Impulse für Sportdeutschland und die Wirtschaft

München, 18. November 2026. 54 Jahre nach den Olympischen Spielen in München ist Deutschland wieder im Olympia-Fieber. Die Bewerbung Münchens für die Olympischen und Paralympische Spiele 2036, 2040 und 2044 rückt den deutschen Sport und seine Zukunft in den Fokus. Sie bringt Sport, Politik und Wirtschaft zusammen und eröffnet die Chance, die Rolle des Sports in Deutschland neu zu definieren. Gleichzeitig stehen wichtige Weichenstellungen an: Mit dem Sportfördergesetz, dem Aufbau einer Spitzensport-Agentur und geplanten Investitionen in die Sportinfrastruktur befindet sich Sportdeutschland im Wandel. Welche Perspektiven sich daraus ergeben und welchen Beitrag Olympische und Paralympische Spiele für die Entwicklung des Sportstandorts Deutschland leisten können, ist ein zentrales Thema bei SPORT MARKE MEDIEN am 30. November und 1. Dezember 2026 in München.

Sportdeutschland im Aufbruch: Die Rolle von Olympia

Mehr Vereinsmitglieder, neue Förderstrukturen und eine Olympiabewerbung, die Sport, Politik und Wirtschaft zusammenführt: Der deutsche Sport erlebt wichtige Impulse und steht zugleich vor strukturellen Herausforderungen. Wie lassen sich Aufbruch und Herausforderungen zusammenbringen? Welche Weichen müssen jetzt gestellt werden und was bedeutet ein starkes Sportdeutschland für die Gesellschaft? Otto Fricke, Vorstandsvorsitzender des DOSB, gibt zum Auftakt im Rahmen einer Keynote einen aktuellen Überblick.

Mit einer Präsentation gibt Florian Kraus, Stadtschulrat und Sportreferent der Landeshauptstadt München, dann Einblicke in das Bewerberkonzepts für die Olympischen und Paralympischen Spiele München 20XX.

Im anschließenden Gespräch diskutieren Ronald Rauhe, Staatsminister für Sport und Ehrenamt, Joachim Herrmann, Bayerischer Staatsminister des Innern, für Sport und Integration, Münchens Oberbürgermeister Dominik Krause, Otto Fricke, DOSB und Johannes Herber, Geschäftsführer von Athleten Deutschland, über die Perspektiven der deutschen Olympiabewerbung, die nächsten Schritte im internationalen Verfahren und die Impulse für den gesamten Sportstandort.

Olympia als Erfolgsfaktor für die Wirtschaft

Olympische und Paralympische Spiele sind nicht nur eine sportliche Bühne, sondern auch eine Plattform für Unternehmen, Marken und Partnerschaften. Wie sich wirtschaftliches Engagement mit den Werten des Sports verbinden lässt und welche Perspektiven sich bereits im Zuge einer Bewerbung eröffnen, steht im Mittelpunkt des zweiten Programmblocks. Die Deutsche Sport Marketing (DSM) zeigt, wie Unternehmen über Team Deutschland, Team Deutschland Paralympics, das Deutsche Haus und weitere Projekte Zugang zum olympischen und paralympischen Sport finden und Partnerschaften aktivieren können.

Dass die Wirtschaft bereits vor einer möglichen Vergabe Verantwortung übernimmt, verdeutlicht die Wirtschaftsinitiative für Olympische Spiele in Deutschland, in der mehr als 40 Unternehmen, darunter 19 DAX-Konzerne aktiv sind.

Die dahinterstehenden Motive, den erwarteten Nutzen und die Chancen einer erfolgreichen Bewerbung thematisiert Dirk Schlünz, Geschäftsführer der Deutschen Sport Marketing, welche das Bündnis federführend organisiert. Er betont hierzu: „Für Unternehmen bietet sich mit der Wirtschaftsinitiative die Chance, sich frühzeitig mit einem positiven Zukunftsthema zu verbinden, eigene Kompetenzen einzubringen und die Entwicklung des Sportstandorts Deutschlands aktiv mitzugestalten. Entsprechend geht es uns darum, den Engagement der Wirtschaft schon heute in konkreten Mehrwert zu übersetzen und gemeinsam eine nachhaltige Wirkung zu erzielen, die weit über die Bewerbung und einen möglichen Zuschlag für Spiele hinausreicht."

Die Marke Team Deutschland bietet Unternehmen dabei vielfältige Möglichkeiten, sich langfristig im Sport zu positionieren. Jens Behler-Lops, Head of Brand Communications & Content bei der DSM, gibt Einblicke in Vermarktungs- und Aktivierungsmöglichkeiten sowie in die Perspektiven rund um kommende sportliche Höhepunkte wie die Olympischen und Paralympischen Spiele in Los Angeles 2028.

„SPORT MARKE MEDIEN bringt erstmalig nach dem Entscheid über die deutsche Bewerberstadt Ende September alle Beteiligten zusammen. Das macht die Diskussionsrunden und Vorträge so besonders spannend", sagt Florian Kurz, Verwaltungsrat des ESB Marketing Netzwerks. „Die Münchner Olympiabewerbung geht dabei weit über die Frage der Ausrichtung eines internationalen Sportereignisses hinausgeht. Sie kann Impulse für die Weiterentwicklung des Sports, neue Partnerschaften zwischen Wirtschaft und Sport sowie eine stärkere gesellschaftliche Verankerung des Sports setzen. Entscheidend wird sein, wie kann die Bewerbung für Deutschland gelingen und wie können die Abstrahleffekte bereits heute für das Sportsystem genutzt werden."

SPORT MARKE MEDIEN findet am 30. November und 1. Dezember 2026 im „House of Sports" im Werksviertel München statt.

Weitere Informationen und Anmeldung: www.sportmarkemedien.com

Pressekontakt:
Tobias Graf
graf@esb-online.com