



DEUTSCHER
FUSSBALL-BUND

OFFIZIELLE MITTEILUNGEN

DFB-Präsidium

Ehrungen

Das DFB-Präsidium verlieh die DFB-Verdienstnadel an:

Niedersächsischer Fußballverband: Wolfgang Burghardt (Osnabrück), Theodor Christians (Emden), Klaus Frerichs (Augustfehn), Heinz-Georg Reyl (Osnabrück), Johann Schön (Holtland), Friedel Unland (Hagen a.T.W.), Johannes Wübker (Damme).

Südwestdeutscher Fußballverband:
Konrad Leising (Elmstein).

Studie: Topwerte für den DFB und seine Arbeit

Die Umfrage-Ergebnisse einer gemeinsam mit adidas in Auftrag gegebenen, von „SPORT + MARKT“ im April 2009 durchgeführten Befragung über relevante Fußball-Themen, die dem DFB-Präsidium am 21. August sowie den Präsidenten der Regional- und Landesverbände im „Jour fixe“ am 21. September vorgestellt wurden, bescheinigen dem Deutschen Fußball-Bund die besten Zahlen seit der Premiere dieser Umfrage im Jahr 2002.

In allen Bereichen haben sich die Image-Werte für den Deutschen Fußball-Bund und seine vielfältige Arbeit deutlich verbessert. Ob Talentförderung, zeitgemäße Organisation des Amateurfußballs, Engagement im Mädchen- und Frauenfußball oder Dienstleistung für die Fußball-Anhänger, ob Stellenwert der Männer-Nationalmannschaft, des DFB-Pokals, der 3. Liga oder Interesse am Frauenfußball - überall sind die Zahlen deutlich gestiegen.

Überragende Sympathie-Werte hat beispielsweise die deutsche Männer-Nationalmannschaft. Die aktuelle Untersuchung zeigt, dass sich unter anderem Popularität und Bedeutung des Teams von Bundestrainer Joachim Löw im Vergleich mit Erhebungen in den vergangenen Jahren noch mal gesteigert haben. Basis dieser im April 2009 durchgeführten Studie ist eine detaillierte Umfrage unter 2.015 Fußball-Interessierten zum Stellenwert des Fußballs in Deutschland.

Daraus ergibt sich, dass sich von den derzeit 44 Millionen Fußball-Interessierten in Deutschland zwischen 14 und 69 Jahren, von denen jeder Achte laut Umfrage aktiv Fußball spielt, 35 Millionen Menschen speziell für die Nationalmannschaft interessieren und davon 63 Prozent sich mit ihr identifizieren. Diese Identifikation erfolgt über Werte und Tugenden wie Teamgeist, Disziplin, Fairness, Charakter, Einsatz und Fitness, welche die DFB-Auswahl laut Umfrage verkörpert, und womit sie ihren Anhängern nach deren Auffassung „ein großes Gemeinschaftsgefühl“ und einen „positiven Patriotismus“ vermittelt.

Daneben steht das Team von Joachim Löw gerade bei jüngeren Befragten für Multi-Kulti im positiven Sinn und gilt als Beispiel einer geglückten Integration von ausländischen Mitbürgern in die deutsche Gesellschaft.

Damit haben sich Popularität und Image der deutschen Nationalmannschaft im Vergleich zu den 2002 und 2004 durchgeführten Studien nochmals deutlich verbessert. Waren 2004 beispielsweise 63 Prozent der Meinung, die DFB-Auswahl erzeuge eine „besondere Atmosphäre“ und verbanden 46, 48 und 50 Prozent der damals Befragten es mit „sportlichen Highlights“, „Begeisterung“ und „Teamgeist“, so haben sich diese vier Image-Werte auf 86, 84, 83 und 81 Prozent gesteigert. Ihr Profil ist erheblich schärfer geworden und unterstreicht ihren aktuellen Premium-Status, unter anderem als herausragende Plattform für vielfältige Werbe-Aktivitäten.

Zu den beliebtesten Mitgliedern des Nationalteams zählen, auch dies ermittelte „SPORT+MARKT“, Philipp Lahm, Miroslav Klose, Lukas Podolski, Bundestrainer Joachim Löw, Bastian Schweinsteiger und Kapitän Michael Ballack.

„Wir freuen uns natürlich, dass unsere Nationalmannschaft so beachtliche Sympathie-Werte hat. Die neuerliche Steigerung der Popularität bei den Fans ist nicht nur das Ergebnis des Erfolgs und Auftrittens bei der WM 2006 und bei der EURO 2008, sondern sicher auch die Konsequenz aus unseren Anstrengungen, neue sportliche Wege zu gehen und in der Öffentlichkeitsarbeit interessante Akzente zu setzen. Unser Team wird weiterhin alles dafür tun, um auch außerhalb des Spielfelds als glaub-



würdiger und attraktiver Botschafter des deutschen Fußballs und Vorbild für die Jugend aufzutreten und somit den Ansprüchen gerecht zu werden, die mit der tollen Identifikation der Fans mit der DFB-Auswahl verknüpft ist“, äußert Nationalmannschafts-Manager Oliver Bierhoff zu den Ergebnissen der Umfrage.

Deutlich gestiegt haben sich darüber hinaus die Image-Werte des DFB generell. 74 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass sich der Verband um den Fußball-Nachwuchs kümmert (2004 waren es 64 und 2002 59 Prozent); 58 Prozent glauben, dass er für faires Verhalten in der Bundesliga sorgt (49 und 48 Prozent waren es 2004 und 2002); 56 Prozent bescheinigen ihm die Förderung des Mädchen- und Frauenfußballs und bei 53 Prozent steht er für soziale und gesellschaftliche Verantwortung. Unter dem Strich gestehen 2009 dem DFB 55 Prozent „ein gutes Image“ zu; vor fünf und sieben Jahren lag dieser Wert bei 44 beziehungsweise 40 Prozent. Hierbei erfreuen sich die „zeitgemäße“ Organisation des Amateurfußballs und die „Dienstleistungen für die Fußball-Anhänger“ deutlich wachsender Zustimmung unter den Befragten.

Mit der gezielten Förderung des Frauen- und Mädchenfußballs einher geht ein ebenfalls deutlich gestiegenes Interesse für Frauenfußball und an der Frauen-WM 2011 in Deutschland. Derzeit schenken neun Millionen Menschen dem Frauenfußball starke oder sehr starke Beachtung, davon 1,6 Millionen ausschließlich dem Frauenfußball.

„Die signifikante Verbesserung des gesellschaftlichen Stellenwerts und des Images unserer Sportart bestätigt, dass wir mit unserer Verbandspolitik auf dem richtigen Weg sind. Fußball ist für einen Großteil unserer Bevölkerung ein wichtiger positiver und emotionaler Anker. Die Umfrage zeigt, dass unseren Vereinen bei der Förderung sportlich-fairer Verhaltensweisen, der Unterstützung der besten Talente und beim Umsetzen sozialer Werte eine besondere Bedeutung zukommt“, erklärt DFB-Präsident Dr. Theo Zwanziger und ergänzt: „Das kontinuierlich wachsende Interesse am Frauen- und Mädchenfußball freut mich ganz besonders. Ich bin mir sicher, dass die Frauen-WM 2011 in unserem Land zu einer Initialzündung für den Durchbruch des Mädchen- und Frauenfußballs auf breiter Front wird.“

Hervorragend positioniert ist in der Wahrnehmung der interessierten Öffentlichkeit zudem der DFB-Pokal, mit dem die Befragten vor allem Aufregung und Spannung und keinerlei negative Assoziationen verbinden. Mit einem Bekanntheitsgrad von 91 Prozent steht er hinter der Nationalmannschaft (99), der Bundesliga (96) und der Männer-WM (95) an vierter Stelle noch vor der UEFA Champions League (90) und dem UEFA-Pokal (87).

Etabliert unter den relevanten Fußball-Wettbewerben hat sich zudem die 3. Liga bereits nach ihrer ersten Saison mit einem Bekanntheitsgrad von im-

merhin 66 Prozent. Ihre Aushängeschilder waren laut Umfrage im vergangenen Spieljahr der 1. FC Union Berlin, Fortuna Düsseldorf und die SG Dynamo Dresden.

Zusammenfassend gilt also, dass Zuspruch und Zustimmung von Millionen Fans zum Fußball als dem mit Abstand beliebtesten Sport in Deutschland, ideell wie materiell, mit beachtlichen Zuwachsrate unvermindert anhalten.

Für DFB-Generalsekretär Wolfgang Niersbach sind die Ergebnisse der „SPORT+MARKT“-Studie Bestätigung und Verpflichtung zugleich: „Das Image des DFB, dies bringt diese Marktforschungsstudie glasklar zum Ausdruck, wird entscheidend von unserem Nationalteam geprägt. Die Verwirklichung unserer verbandspolitischen Ziele, die Förderung des Breitensports, des Frauen- und Mädchenfußballs sowie unseres selbst gestellten gesellschaftspolitischen Auftrags, die Reputation, die Tradition und die wirtschaftliche Stabilität des DFB hängen entscheidend vom Erscheinungsbild der Nationalmannschaft ab. Das war uns immer bewusst und wird durch die Markt-Analyse zementiert.“

DFB-Jugendausschuss

Fritz-Walter-Medaille verliehen

Die herausragenden Talente des deutschen Fußballs in der vergangenen Saison wurden bei einem Empfang vor dem WM-Qualifikationsspiel gegen Aserbaidschan am 9. September 2009 in Hannover mit der Fritz-Walter-Medaille ausgezeichnet. Der Preis wurde zum fünften Mal an Talente verliehen, die in ihren Klubs und den Junioren-Nationalteams spielerisch und menschlich überzeugt haben. Dotiert sind die Medaillen mit jeweils 20.000 Euro (Gold), 15.000 (Silber) und 10.000 Euro (Bronze). Das Geld kommt den Vereinen zugute, die sich um die Ausbildung der jungen Spieler verdient gemacht haben.

Die Gewinner in der Übersicht:

U 19-Junioren

Gold: Lewis Holtby (FC Schalke 04)

Silber: Konstantin Rausch (Hannover 96)

Bronze: Andre Schürrle (1. FSV Mainz 05)

U 18-Junioren

Gold: Marco Terrazzino (1899 Hoffenheim)

Silber: Sören Bertram (Hamburger SV)

Bronze: Felix Kroos (FC Hansa Rostock)

U 17-Junioren

Gold: Mario Götze (Borussia Dortmund)

Silber: Reinhold Yabo (1. FC Köln)

Bronze: Marc-André ter Stegen (Borussia Mönchengladbach)



Juniorinnen

Gold: Marina Hegering (FCR 2001 Duisburg)
Silber: Alexandra Popp (FCR 2001 Duisburg)
Bronze: Dzseneri Marozsan (1. FFC Frankfurt)

Endrunden-Teilnehmer um die Deutsche Meisterschaft der A- und B-Junioren

Für die Endrunden um die Deutsche Meisterschaft der A- und B-Junioren der Spielzeit 2009/2010 qualifizieren sich neben den Staffelsiegern die Zweitplatzierten der Staffel Süd/Südwest. Dies ergibt die Leistungstabelle für die Saison 2009/2010. Darin berücksichtigt sind die Spielzeiten 2006/2007, 2007/2008 und 2008/2009.

DFB-Zentralverwaltung

DFB-Journal 3/2009

Mit einer eindrucksvollen Leistung wurde die Frauen-Nationalmannschaft des DFB vor wenigen Wochen in Finnland Europameister. Der 6:2-Erfolg im Finale gegen England bedeutet für die DFB-Frauen den siebten EM-Titel.

Das DFB-Journal 3/2009, das Anfang Oktober erscheinen wird, berichtet in aller Ausführlichkeit über das Turnier. Selbstverständlich werden im offiziellen DFB-Magazin auch die neuesten Entwicklungen in der Vorbereitung auf die FIFA Frauen-WM 2011 in Deutschland präsentiert.

Ein weiterer Schwerpunkt ist die Vorschau auf das Gipfeltreffen in der Qualifikation zur Weltmeisterschaft 2010 in Südafrika zwischen Russland und Deutschland am 10. Oktober 2009 in Moskau. Dabei wird die Vorentscheidung fallen, ob das Team von Bundestrainer Joachim Löw die Europa-Qualifikationsgruppe 4 als Erster beenden und auf direktem Weg das Ticket für die erste Weltmeisterschaft auf dem afrikanischen Kontinent lösen wird.

Das vierteljährlich erscheinende Journal, das bereits seit über 20 Jahren herausgegeben wird, erfreut sich nach wie vor großer Beliebtheit.

Bestellt werden kann die DFB-Publikation über die Ruschke und Partner GmbH, DFB-Journal Leserservice, Postfach 2041, 61410 Oberursel. Der Abonnementspreis beträgt pro Jahr zwölf Euro, inklusive Zustellgebühr.

Neuaufage der Satzungen und Ordnungen

Mit Stand vom 1. Juli 2009 ist die Neuaufage der Satzungen und Ordnungen des DFB und des Ligaverbandes erschienen. Der Preis beträgt pro Exemplar 15,00 €, zuzüglich Verpackungs- und Versandkosten.

Bestellungen können an die DFB-Zentralverwaltung, Otto-Fleck-Schneise 6, 60528 Frankfurt/Main, gerichtet werden.

DFB-Regelheft 2009/2010

Die Ausgabe 2009/2010 des DFB-Regelhefts ist erschienen und kann zum Einzelpreis von 1,00 € (zuzüglich Porto) bei der DFB-Zentralverwaltung, Otto-Fleck-Schneise 6, 60528 Frankfurt/Main, bestellt werden.

Neuer Geschäftsführer

Zum neuen Geschäftsführer des Thüringer Fußball-Verbandes ist Hans-Joachim Jungnickel berufen worden. Er tritt die Nachfolge von Hans-Günter Hänsel an, der in den Ruhestand verabschiedet worden ist.

Jahrbuch des Sports 2009/2010 erschienen

Das Jahrbuch des Sports 2009/2010 des Deutschen Olympischen Sportbunds (DOSB) ist erschienen. Das Buch wartet mit einem neuen Layout auf: Auf 626 Seiten listet es etwa 10.000 Kontakte zu den olympischen und nichtolympischen Spartenverbänden, zu den Landessportbünden, Verbänden mit besonderer Aufgabenstellung und zur deutschen und internationalen Sportverwaltung auf. Zusätzlich sind ausführliche Statistiken des DOSB, zum Beispiel Mitgliederzahlen der Spartenverbände und Landessportbünde, veröffentlicht.

Das Jahrbuch (ISBN 978-3-88500-372-1) kostet 19,00 Euro (zuzüglich Porto und Nachnahmegebühr) und kann bestellt werden bei der Schors-Verlags-Gesellschaft mbH, Schöne Aussicht 16, 65527 Niedernhausen, Telefon 06127-8029, Fax 06127-8812, oder per Mail: schors.verlag@t-online.de.

Offizielle Mitteilungen

Herausgeber: Deutscher Fußball-Bund e.V.
Anschrift: Otto-Fleck-Schneise 6, 60528 Frankfurt/Main
Telefon: 0 69/6 78 80
Telefax: 0 69/6 78 82 66
Internet: www.dfb.de
www.fussball.de
E-Mail: info@dfb.de
Bankverbindung: Dresdner Bank Frankfurt/Main
Kto.-Nr. 90 699 200, BLZ 500 800 00
Verantwortlich: Klaus Koltzenburg
Technische Gesamtherstellung:
Druckerei Hassmüller Graphische Betriebe
GmbH & Co. KG Frankfurt/Main



DFB-FANSHOP



Hol Dir das
DFB-Auswärtstrikot!!

Sieger tragen
SCHWARZ, ROT, GOLD!

Alles rund um Deine deutsche Nationalmannschaft unter:

www.dfb-fanshop.de
oder unter Tel. 01805-67 23 00

0,14 EUR/Minute aus
dem deutschen Festnetz

Trikots · Team-Equipment · Schals · Fahnen · Taschen · Bälle · Caps · Jacken · Uhren · Pins · und vieles mehr