

Sponsoring Einblick Q3 2024

Im Fokus: KPI's der Olympischen Spiele 2024

[\(Mehr dazu\)](#)

- › Nach einer Reihe von herausfordernden Spielen hat Olympia 2024 der olympischen Bewegung wieder neues Leben eingehaucht. So wurden 95% der 10 Millionen verfügbaren Tickets für die Olympia Events verkauft. Basketball, Rugby Sevens, Handball und Beachvolleyball stellten neue Rekorde auf.
- › Auch die Zuschauer im TV stiegen deutlich. Der amerikanische Sender NBC verzeichnete einen Anstieg von 82% in Zuschauerzahlen im Vergleich zu Tokyo 2020 – durchschnittlich 30,6 Mio. Zuschauer auf allen Plattformen. Auch in anderen großen TV-Märkten wurden Rekordquoten erreicht.
- › Social Media und digitale Kanäle waren so wichtig für das Engagement mit den Spielen wie nie zuvor. Das Internationale Olympische Komitee (IOC) erreichte 300 Millionen Menschen mit ihrer App, die gleichzeitig die Nummer 1 der App-Charts in 70 Ländern war.

Tiktok als Treiber der Paralympics 2024

[\(Mehr dazu\)](#)

Strategische Partnerschaft zwischen IPC und Tiktok neu geschlossen.

4,5 Mio. Fans sowie

2 Mrd. Views

hat der offizielle TikTok Account des IPC seit dem Start im Jahr 2020

Während der Paralympics werden

400 Clips auf der Plattform in unterschiedlichen Formaten geteilt, um die globale Aufmerksamkeit für zu steigern

Aktuelle Sponsoring News

DACH

- › Dr. Pepper und Carolina Panthers verkünden Partnerschaft in Deutschland
- › Nissan wird Partner der von Toni Kroos ins Leben gerufenen Icon League
- › Schweizer Ski-Nachwuchstalent Livio Hiltbrand wird Markenbotschafter für Aldi Suisse
- › Sky baut sein Engagement bei der Swiss Ice Hockey Federation aus und wird Namenssponsor der Swiss League
- › Aldi Suisse wird Hauptsponsor der Tour de Romandie Féminin 2024

Europa

- › Crypto.com wird erster Kryptowährungspartner der UEFA Champions League bis 2027
- › Sony verlängert die seit 27 Jahren bestehende Partnerschaft mit der UEFA Champions League
- › Bitpanda wird offizieller Crypto-Trading-Partner der AC Mailand
- › Modelabel Nocta von Rapper Drake wird offizieller Ausrüster des FC Venezia

Global

- › Die Bank of America wird offizieller Sponsor der FIFA Weltmeisterschaft 2026
- › Deloitte erweitert Engagement mit dem IOC als weltweiter Partner bis Brisbane 2032
- › Mastercard kehrt nach 23 Jahren als Partner des McLaren F1 Teams in die Formel 1 zurück
- › Yamaha wird Offizieller Motorrad Lieferant für die Rad- und Para-Cycling-WM 2024 in Zürich

Key Trends & Insights

Milliardenmarkt US-Sport: Wie sich die größten Ligen finanzieren

Die „Top Four“ aus den USA – gemeint sind die zuschauerstärksten US-amerikanischen Sportligen NFL, NBA, NHL und MLB – setzen Jahr für Jahr neue Maßstäbe in Vermarktung und Umsatzentwicklung. Ein Blick auf die wichtigsten Finanzkennzahlen sowie eine Übersicht zur prozentualen Gewichtung der Erlöskategorien.

› [Mehr dazu](#)

Wie Amazon die digitale Transformation des Sports vorantreibt

Durch innovative Technologien in den Bereichen Künstliche Intelligenz (KI) und Machine Learning (ML) revolutioniert Amazon derzeit verschiedene Disziplinen internationaler Sportorganisationen aus den USA und Europa. Zu den Partnern von Amazon Web Services zählen beispielsweise die Deutsche Fußball Liga (DFL), die Formel 1, die National Football League (NFL) und die National Hockey League (NHL).

› [Mehr dazu](#)

Innovationen von Timekeeper Omega bereichern Olympia in Paris

Dank einer neuen Technologie des weltweiten Olympia-Partners OMEGA erhalten Zuschauer aus aller Welt genauere Einblicke in die Leistungen der Athleten bei den Olympischen Spielen Paris 2024.

› [Mehr dazu](#)