



6. Februar 2025

Volkswagen und DFB bei der SPOBIS Conference: im Doppelpass für den Fußball der Frauen

- Impulse vom Schweizerischen Fussballverband für die 21 DFB-Landesverbände
- DFB legt bei Bewerbung für UEFA Women's EURO 2029 in Deutschland großen Wert auf nachhaltige Entwicklung des Frauen- und Mädchenfußballs
- Nationalspielerin Janina Minge lobt Entwicklung im Fußball der Frauen

Wolfsburg – Rund 4.000 Besucherinnen und Besucher, über 200 Rednerinnen und Redner sowie 1.500 Unternehmen: Die SPOBIS Conference in Hamburg hat ihrem Namen als größter Sportbusiness-Kongress Europas einmal mehr alle Ehre gemacht. Der Deutsche Fußball-Bund (DFB) und sein Partner Volkswagen organisierten in diesem Rahmen bereits zum sechsten Mal ein speziell auf die 21 DFB-Landesverbände zugeschnittenes Programm. In diesem Jahr im Mittelpunkt: die Bewerbung des DFB für die UEFA Women's EURO 2029 sowie die Fußball-Europameisterschaft der Frauen 2025 in der Schweiz.



Gemeinsam für den Fußball der Frauen bei der SPOBIS Conference in Hamburg

sagt Doris Fitschen, Gesamtkoordinatorin Frauen im Fußball beim DFB. „Die Fußball-EM 2022 in England hat einen Boom ausgelöst – nicht nur im Austragungsland“, so die 144-malige Nationalspielerin. „Wir wollen 2029 eine Inspiration sein und dem Frauen- und Mädchenfußball national und international einen weiteren nachhaltigen Schub geben.“ Dafür hat der DFB unter anderem ein Legacy-Programm entwickelt, das eng mit den Landesverbänden umgesetzt wird.

Volkswagen setzt sich für Gleichstellung von Frauen- und Männerfußball ein

Einen wichtigen Anteil am Gelingen haben die Partner aus der Wirtschaft. „Ich möchte Volkswagen ein großes Kompliment machen“, sagte Patrick Kisko, Geschäftsführer der DFB EURO GmbH. „Fußball ist für alle da' war und ist nicht nur eine Phrase. VW hat das Thema par excellence auf den Weg gebracht, und gemeinsam verfolgen wir es weiter.“ Für Gerd Voss, Leiter Sportkommunikation Volkswagen, ist das Engagement des Unternehmens eine Selbstverständlichkeit: „Volkswagen setzt sich seit Jahren für die Gleichstellung von Frauen- und Männerfußball ein und kämpft gegen Stereotype und Vorurteile im Sport. Wir sind sowohl Partner des DFB als auch des Schweizer

Medienkontakt

Volkswagen Communications
Gerd Voss
Leitung Sportkommunikation
Tel: +49 5361 9-77074
gerd.voss@volkswagen.de

Volkswagen Communications
Dominik Wrasmann
Sprecher Volkswagen Fußball Center
Tel: +49-152-22992673
dominik.wrasmann@volkswagen.de



Mehr auf
volkswagen-newsroom.com





Medieninformation

Fußballverbands. Da liegt es nahe, Synergieeffekte für den Fußball der Frauen auch bei der SPOBIS Conference zu nutzen.“

Schweizer setzen auf Emotionen, Selbstbewusstsein und Humor

Wie eine Bewerbung für die UEFA Women's EURO zum Erfolg führt, zeigte der Schweizerische Fussballverband (SFV) auf. Marion Daube, Direktorin Frauenfußball SFV, gab in einem Vortrag mit Adrian Arnold, Direktor Unternehmenskommunikation SFV, einen Einblick, wie der Verband bei der Vergabe der Fußball-EM 2025 mit Emotionen, Selbstbewusstsein und einer Prise Humor punktete.

In einem Video spielte Daube mit den Klischees der Schweiz: gute Schokolade, Käsefondue, Berge, aber eben auch die große Leidenschaft für den Fußball. Zudem rappete die erst 17-jährige Lou Kaena vor dem Komitee in verschiedenen Sprachen. „Die Mischung war am Ende entscheidend“, sagt Daube. „Unser Konzept war stringent und nachhaltig, aber mit unserer Präsentation haben wir offensichtlich auch die Herzen der Mitglieder im Exekutivkomitee berührt.“

Dabei zählt auch in der Schweiz nicht nur der kurzfristige Erfolg. „So ein Turnier kann einen Verband zehn Jahre nach vorne katapultieren“, sagt Daube. „Wir wollen die Euphorie natürlich auch für den Breitenfußball nutzen und die Zahl der fußballspielenden Frauen und Mädchen in der Schweiz von 40.000 auf 80.000 erhöhen.“ Ganz wichtig seien hier die Schulen, mit denen der SFV sehr eng zusammenarbeitet.

Mittelfeldspielerin Minge arbeitet hart für EM-Endrunde 2025

Eine Spielerin, die die Entwicklung im Mädchen- und Frauenfußball seit vielen Jahren hautnah mitbekommt und sich berechnete Hoffnungen macht, an den EM-Endrunden 2025 und 2029 teilzunehmen, ist Janina Minge. Die aktuelle Nationalspielerin in Diensten des VfL Wolfsburg kam auf Einladung von Volkswagen ebenfalls zur SPOBIS Conference. „Die EURO in der Schweiz wird sicherlich ein tolles Turnier und ich werde alles dafür tun, dabei zu sein“, sagt die 25-Jährige.

Die Entwicklung im Fußball der Frauen bewertet Minge sehr positiv: „Es gibt mehr TV-Präsenz und wir spielen häufiger in den großen Stadien. Mit der Nationalmannschaft sind diese Spiele sogar fast immer ausverkauft.“ Beim Ausblick auf die mögliche Fußball-EM 2029 in Deutschland geriet Minge ins Schwärmen: „Das wäre fantastisch. Es gibt nichts Größeres, als ein Fußballturnier im eigenen Land zu spielen.“

Für die Vergabe der EM-Endrunde 2029 machte Marion Daube dem DFB Mut: „Deutschland ist bereits auf einem super Niveau und kann den Frauen- und Mädchenfußball mit einer EM im eigenen Land auf ein anderes Level heben. Ich bin sehr optimistisch, dass es klappt.“ Auf die abschließende Frage von Moderator Sebastian Hellmann, was der DFB bei seiner Präsentation im Dezember 2025 vor dem UEFA-Exekutivkomitee denn anstelle der Schweizer Schokolade zu bieten habe, antwortete Doris Fitschen mit einem Lächeln: „Die Volkswagen Currywurst.“



Die Marke Volkswagen Pkw ist weltweit präsent und produziert Fahrzeuge an 28 Standorten in zwölf Ländern. Im Jahr 2024 hat Volkswagen über 4,8 Millionen Fahrzeuge ausgeliefert. Hierzu gehören Bestseller wie Polo, T-Roc, T-Cross, Golf, Tiguan oder Passat sowie die vollelektrischen Erfolgsmodelle der ID. Familie. Derzeit arbeiten weltweit rund 170.000 Menschen bei Volkswagen. Mit seiner Strategie ACCELERATE treibt Volkswagen seine Weiterentwicklung zur begehrtesten Marke für nachhaltige Mobilität konsequent voran.
