



Presseinformation

Frankfurt, 28. Februar 2025

Deutsche Baseball Liga - DBL

DER AMBITIONIERTE DBL-MASTERPLAN SOLL DEN SPORT IN DEUTSCHLAND PROFESSIONALISIEREN UND NACH VORNE BRINGEN.

Baseball startet in Deutschland durch. Ende Februar startet die Bundesliga unter dem neuen Namen ‚Deutsche Baseball Liga (DBL)‘, mit einer neuen Website, einem frischen Logo und vor allem mit vielen neuen Ideen und Aktionen. Neben einer stärkeren digitalen Präsenz setzen Liga und Vereine künftig auf eine intensivere Zusammenarbeit in den sozialen Medien, um den Sport bekannter zu machen. Hinter dem ambitionierten Projekt steht mit Markus Jaisle ein erfahrener Sportmarketing-Experte, der im Auftrag des Deutschen Baseball und Softball Verbands (DBV) dafür sorgen will, dass Baseball das vorhandene Potenzial nutzt.

Markus Jaisle ist dabei im Grunde selbst sein bester Proof-of-concept. Er ist passionierter Tennis-Spieler und Sportfan, mit Baseball hat er bis vor Kurzem kaum etwas zu tun gehabt. Heute leuchten seine Augen, wenn er von der Faszination dieses Sports erzählt. Genau diese Begeisterung soll die neue DBL bei den Sportfans auslösen. "Die Bundesliga ist das Herzstück des deutschen Baseballs", erklärt Jaisle. "Wir wollen sie nicht ersetzen, sondern stärken." Dabei soll der Sport durch professionellere Strukturen attraktiver werden – für Zuschauer, Sponsoren und die Medien. Jaisle weiß, wovon er spricht. Er arbeitete für große Sportevent-Agenturen, leitete Sponsoring-Projekte für internationale Unternehmen und war vor seinem Wechsel zum Baseball in der boomenden E-Sports-Branche tätig.

Neuer Name, neuer Ansatz, große Chance

Ein entscheidender Schritt ist die Neuausrichtung der Liga unter dem Namen Deutsche Baseball Liga (DBL), die Ende Februar offiziell mit einer neuen digitalen Präsenz und einem modernen Markenauftritt an den Start geht. "Unser Ziel ist es, Baseball in Deutschland auf das nächste Level zu heben und eine einheitliche Identität für den Sport zu schaffen", so Jaisle. "Größer statt kleiner" lautet seine Devise nach monatelangen Gesprächen mit Vereinen, Verbänden und potenziellen Partnern. Die Liga erhält dabei auf baseball.de nicht nur eine frische Website, sondern ist jetzt auch mit neuen Kanälen auf den relevanten Social-Media-Plattformen vertreten. Gleichzeitig gibt es eine ganze Reihe an neuen Formaten, von Podcast bis Video. Maßgeblich an der Entwicklung und Umsetzung dieser Pläne beteiligt ist Marcel Eßers, hauptamtlicher Referent für Öffentlichkeitsarbeit des DBV.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages





DBV-Präsident Jürgen Elsishans sieht in der neuen DBL einen wesentlichen Baustein für die Zukunft des Baseballs in Deutschland. Die höchste Deutsche Liga spiele auch auf dem sportlichen Weg zu den Olympischen Spielen 2028 eine wichtige Rolle. „Der Großteil des Kaders der deutschen Nationalmannschaft spielt in der DBL. Schon das unterstreicht ihre Bedeutung.“

Armin Zimmermann, Vize-Präsident des DBV und CEO der Guggenberger Legionäre Regensburg, sieht in der DBL die richtige und wichtige Weiterentwicklung der Bundesliga. „Die DBL und die damit verbundenen Neuerungen bieten die echte Chance, das Potenzial unseres großartigen Sports zu nutzen. Zum Vorteil für alle Baseball-Vereine in Deutschland.“

Viel Potenzial

Baseball ist international eine der beliebtesten Sportarten überhaupt, ist beispielsweise in Japan der Nationalsport Nr. 1. Etwa 500 Millionen Menschen spielen weltweit Baseball in ihrer Freizeit, laut Weltverband sind 65 Mio. aktive Spieler für den organisierten Baseballsport registriert. In den USA gehört die Major League Baseball (MLB) zusammen mit NFL (American Football), NBA (Basketball) und NHL (Eishockey) zu den Big 4. Mehr als 30 Millionen Menschen verfolgten im Schnitt die Spiele der World Series 2024.

Gleichzeitig steht keine andere Sportart so sehr für die gute Seite des Sports, für das Miteinander, ist eng mit Werten wie Teamgeist, Fairness und Respekt verbunden. Das gilt nicht nur auf dem Feld. Baseball ist mehr als Sport, es geht um Lifestyle, es geht darum, mit Familie und Freunden eine gute Zeit zu haben. „Es war ein friedlicher Abend in einer kleinen amerikanischen Stadt, begleitet von den friedlichsten, amerikanischsten Geräuschen, die man sich denken kann – dem hellen Klingen, wenn ein Baseball-Schläger den Ball trifft, und dem satten Klatschen, wenn der Ball in einem Fanghandschuh landet“ hat Hubert Wetzel einmal in der Süddeutschen Zeitung sehr treffend geschrieben. Während American Football und Basketball auch in Deutschland längst riesige Märkte erobert haben, ist Baseball noch eher ein Geheimtipp auf starkem Wachstumskurs. Die positive Entwicklung zeigen auch sportliche Erfolge im Nachwuchsbereich. Die U12-Nationalmannschaft holte sich dreimal in Folge den Europameister-Titel, die U18 stand 2024 im Finale der EM.

Doch gibt es überhaupt genug Interesse an Baseball in Deutschland? Um das herauszufinden, beauftragte Jaisle das Münchner Institut Sportheads mit einer Marktanalyse. Das Ergebnis ist eindeutig: Rund 3,9 Millionen sportaffine Menschen (im Alter 16-65 Jahre) gaben an, Fans von Baseball zu sein. "Das zeigt, dass das Potenzial da ist", sagt Jaisle. "Jetzt müssen wir dafür sorgen, dass diese Menschen auch den Weg in die Stadien oder vor die Bildschirme finden."

Vereine brauchen Unterstützung #gemeinsamstärker

Eine zentrale Herausforderung sieht Jaisle in der Infrastruktur. "Die meisten Vereine arbeiten fast ausschließlich mit Ehrenamtlichen. Das ist beeindruckend, aber wenn wir professionellen Sport anbieten wollen, brauchen wir auch professionelle Strukturen."

Es fehlt aber noch an modernen Anlagen und digitalen Angeboten. Baseball ist in der Öffentlichkeit aktuell nicht wirklich wahrnehmbar, trotz beachtlicher Erfolge auch der Nationalmannschaften. Das soll sich Stück für Stück ändern. Dazu gehört auch ein zentral gesteuertes Marketing. "Jeder Verein hat bisher seine eigenen Werbestrategien gebastelt. Wir

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages





müssen eine einheitliche Plattform schaffen, um Baseball als Gesamtprodukt besser zu vermarkten."

Sponsoren und Medienpräsenz

Eine weitere Herausforderung ist die mangelnde Medienpräsenz. "Viele Menschen haben einfach noch keinen Kontakt mit Baseball gehabt", so Jaisle. Während American Football es geschafft hat, in Deutschland mit Großveranstaltungen und regelmäßigen Fernsehübertragungen populär zu werden, steht Baseball noch am Anfang. "Wir brauchen eine langfristige Strategie, um Partner aus der Wirtschaft zu gewinnen. Die Gespräche laufen."

Der Plan des erfahrenen Sport-Vermarkters sieht deshalb auch vor, zentrale Sponsoring-Pakete zu entwickeln, die dann auf die Vereine verteilt werden können. "Wenn wir ein starkes Gesamtprodukt schaffen, dann werden auch große Unternehmen Interesse zeigen."

Schritt für Schritt zum Profisport

Noch ist vieles in der Entstehung, doch erste Maßnahmen greifen bereits. Die Neuausrichtung der Liga unter dem Namen DBL ist ein wichtiger Meilenstein. Die eigentliche Saison beginnt im April. Neben einer professionelleren Medienstrategie setzt die Liga verstärkt auf Social-Media-Kampagnen, um neue Zielgruppen zu erschließen. Liga und Vereine arbeiten gemeinsam daran, über Kanäle wie Instagram, Facebook, LinkedIn und in Kürze auch TikTok mehr Aufmerksamkeit für den Sport und das American Feeling zu generieren. "Baseball lebt von Emotionen und Stories, genau das wollen wir auch über die sozialen Netzwerke transportieren", so Jaisle.

"Wir stehen noch am Anfang, aber ich bin überzeugt: Baseball hat in Deutschland eine starke Zukunft", sagt Jaisle. "American Football zeigt wohin der Weg führen kann. Es wird Zeit, dass wir nun loslegen und unsere eigene Erfolgsgeschichte schreiben."

Das neue Logo der Deutschen Baseball Liga (positive & negative Variante)



Okt. 2024 - Die inoffizielle Grundsteinlegung der DBL beim mehrtägigen Kick-Off-Workshop in Frankfurt mit allen Verantwortlichen der DBL-Clubs und des DBV



Alle Informationen zur Deutschen Baseball Liga finden Sie unter www.baseball.de

Alle Informationen zum Deutschen Baseball und Softball Verband e.V. finden Sie unter www.baseball-softball.de.

Alle Informationen zum europäischen Baseball- und Softballverband WBSC Europe finden Sie unter www.wbsceurope.org.