

GEMEINSAME PRESSEMITTEILUNG · DEUTSCHER SCHACHBUND E. V. × CHESS MEDIA GROUP

Deutscher Schachbund vermarktet seine crossmedialen Reichweiten ab sofort mit der Chess Media Group

Nach fast 150 Jahren öffnet der Deutsche Schachbund erstmals sein Vermarktungsinventar für die Wirtschaft – exklusiver Vermarktungspartner ist die Chess Media Group. Sie bündelt Rechte, Reichweite und Aktivierung aus einer Hand – von individuellen Sponsoring-Konzepten über Broadcast-Produktionen bis zum Wirkungs-Reporting. Strategische Partner sichern sich ihre Branche exklusiv. Der perfekte Zeitpunkt, denn 2027 stehen das 150-jährige Schachbund-Jubiläum und die Senioren-Team-WM in Deutschland an.

Berlin/Osnabrück, 4. August 2026. Der Deutsche Schachbund e. V. (DSB) und die CMG Chess Media Group GmbH (CMG) haben eine langfristige, exklusive Vermarktungspartnerschaft geschlossen. Die CMG vermarktet künftig sämtliche Sponsoring-, Werbe- und Medienrechte des Dachverbands, von den Nationalmannschaften über die Deutschen Meisterschaften und die Frauen-Bundesliga bis zu Schulschach und den digitalen Verbandskanälen. Für Marken, Agenturen und Mediaplaner gibt es damit erstmals eine zentrale Adresse für das gesamte deutsche Verbandsschach. Für große, strategische Partnerschaften ist das Ziel klar: Marken sollen Branchen-Exklusivität bekommen. Volle Aufmerksamkeit für diese Partner und eine langfristige Zusammenarbeit stehen dabei im Fokus. Daneben stehen flexible Formate für Kampagnen, Tests und einzelne Bühnen offen.

Der Markt: Private Equity hat investiert, First Mover profitieren

Schach erlebt den größten Aufschwung seiner Geschichte. Rund 600 Millionen Menschen spielen weltweit (FIDE). In Deutschland können rund 40 Millionen Menschen Schach spielen, 3,5 Millionen sind wöchentlich online aktiv und fast zwei Drittel der 18- bis 24-Jährigen beherrschen das Spiel. Der DSB wächst auf knapp 100.000 Mitglieder, den höchsten Stand seit 2006, getragen von über 33.000 Mitgliedern unter 20 Jahren mit stark wachsendem Anteil. Auch das Kapital hat den Markt entdeckt: Chess.com zählt über 265 Millionen Konten bei ungebrochenem Wachstum seit 2020. Im Juni 2026 stieg CVC Capital Partners, der Investor hinter Formel 1 und LaLiga, bei Chess.com ein. In vergleichbaren Fällen folgten auf solche Einstiege Sponsoring-Preisanstiege von 25 bis 31 Prozent binnen 24 Monaten. Wer früh bucht, bucht zu First-Mover-Konditionen.

Was Marken jetzt bekommen: Bühnen statt Banden

First-Mover-Advantage trifft Inventar aus einer Hand. Die Bühnen im Schach bieten viel Potential. Dazu zählen die Nationalmannschaften der Herren um Vincent Keymer, der als erster Deutscher seit Jahrzehnten in der absoluten Weltspitze spielt, und die der Damen. Beide Teams werden bei der Schach-Olympiade im September die nächste große Bühne betreten. Die Deutsche Schach-Amateurmeisterschaft als größte Turnierserie des Landes hat sieben oft ausverkaufte Stationen, die Frauen-Bundesliga mit Saisonauftakt im Oktober, das Schulschach an über 4.000 Schulen sowie schachbund.de mit rund 500.000 Visits pro Monat stehen bereit. Ab der Saison 2026/27 begleiten überzeugende Live-Broadcast-Produktionen mit Moderation die Top-Wettbewerbe. Statt reiner Logo-Präsenz entwickelt die CMG integrierte Markenwelten über mehrere Bühnen, von der Aktivierung vor Ort über Content- und Creator-Formate bis zum Wirkungs-Reporting.

2027: Ein Jahr, wie es nur einmal kommt

2027 feiert der DSB als älteste nationale Schachorganisation der Welt sein 150-jähriges Bestehen und begeht es mit einer bundesweiten Kampagne unter dem Leitmotiv „Deutschland spielt Schach“ sowie einem Jubiläumsgipfel, der in Stuttgart geplant wird, zeitlich parallel zu den Finals 2027. Direkt zum Jahresauftakt holt der Verband zudem ein Weltereignis ins Land. Die FIDE-Senioren-Team-Weltmeisterschaft wird vom 31. März bis 11. April 2027 in Magdeburg mit mehr als 120 Mannschaften aus aller Welt ausgetragen. Für das Jubiläumsjahr vergibt die CMG eine limitierte Zahl branchenexklusiver Gründungspartnerschaften mit dauerhaftem Erstzugriff auf die jeweilige Kategorie, als Hauptpartner des Verbandes bis hin zu Nationalmannschaften, Turnieren und eigenen Förderprogrammen im Nachwuchs.

Stimmen zur Partnerschaft

„Der Deutsche Schachbund verbindet Breiten- und Spitzensport, ermöglicht Jugendförderung und Schulschach. Schach verbindet Generationen, Bildung und Tradition. Die Vermarktung zu erschließen ist für uns weitere Professionalisierung und ein konsequenter Schritt in Richtung Zukunft“, sagt Paul Meyer-Dunker, Präsident des Deutschen Schachbundes.

„Schach ist das einzige Spiel, das Menschen vom Klassenzimmer bis in den Vorstand begleitet und es ist längst Popkultur. Wir verkaufen keine Logos, wir bauen integrierte Markenwelten, die glaubwürdig und messbar ausgestaltet werden. Wer als strategischer Partner einsteigt, erhält seine Branche exklusiv“, sagt Tobias Eismann, Geschäftsführer der Chess Media Group.

SCHACH IN ZAHLEN – FÜR DIE SCHNELLE EINORDNUNG

Juni 2026: CVC Capital Partners (Formel 1, LaLiga) steigt bei Chess.com ein · >265 Mio. Chess.com-Konten weltweit
Deutschland: 40 Mio. können Schach spielen · 64 % der 18-24-Jährigen · 3,5 Mio. wöchentlich online aktiv
DSB: 98.092 Mitglieder (Höchststand seit 2006) · >33.000 unter 20 Jahren (Rekord) · >4.000 Schulen · 500.000 Visits/Monat
2027: 150 Jahre DSB · Senioren-Team-WM Magdeburg (31.03.–11.04., >120 Teams) · limitierte Gründungspartner-Slots

Redaktionsservice: Interviews mit Paul Meyer-Dunker und Tobias Eismann kurzfristig möglich · White Paper „Schach als Sponsoring- und Marketing-Plattform“ (64 Seiten, 72 Quellen) zum Download auf chessmediagroup.de · Bildmaterial und Logos honorarfrei unter chessmediagroup.de/presse.

Über den Deutschen Schachbund: Der Deutsche Schachbund e. V. mit Sitz in Berlin ist der 1877 gegründete Dachverband des deutschen Schachsports und die älteste nationale Schachorganisation der Welt. Er richtet die Deutschen Meisterschaften aus, entsendet die Nationalmannschaften, trägt das Schulschach in die Klassenzimmer und vertritt mit seinen Landesverbänden rund 100.000 Mitglieder. www.schachbund.de

Über die Chess Media Group: Die CMG Chess Media Group GmbH mit Sitz in Osnabrück ist der exklusive Vermarktungspartner des Deutschen Schachbundes. Sie entwickelt, vermarktet und aktiviert kategorie-exklusive Partnerschaften auf allen Bühnen des deutschen Schachs – von Sponsoring und Medienrechten über Kampagnen- und Creator-Formate bis zu Hospitality und Bildungsprogrammen. www.chessmediagroup.de

Pressekontakt CMG:

IMKG Stories (für die Chess Media Group) · Julia K. Eismann · Telefon 0171 / 362 1497 · presse@chessmediagroup.de

Pressekontakt DSB:

Deutscher Schachbund e. V. · Jonas Jansen · Telefon 030 / 3000 78-0 oder 01577 / 741 8249 · presse@schachbund.de