

SPERRFRIST: DONNERSTAG, 8. OKTOBER 2026, 10.00 UHR

PRESSEMITTEILUNG · 150 JAHRE DEUTSCHER SCHACHBUND

Ströer bringt den Schachboom auf die Straße

Zum 150. Geburtstag des Deutschen Schachbundes zeigt die Kampagne „Schachboom“ im öffentlichen Raum, wo überall gespielt wird — vom Klassenzimmer bis zur Weltmeisterschaft. Und lädt ein, mitzuspielen: am Brett, im Verein nebenan.

Köln/Berlin/Osnabrück, 8. Oktober 2026 · Ströer wird Medienpartner des Deutschen Schachbundes (DSB) im Jubiläumsjahr 2027. Das Medienunternehmen bringt die Kampagne „Schachboom“ in den öffentlichen Raum - in vier Wellen von März bis Oktober, getaktet auf die Höhepunkte des Jahres. Am 18. Juli 2027 wird der 1877 in Leipzig gegründete Verband 150 Jahre alt. Der DSB ist einer der ältesten Schachverbände der Welt. Seine Herren-Nationalmannschaft holte vor wenigen Tagen Olympia-Bronze in Samarkand. Die Vermarktung verantwortet die CMG Chess Media Group als exklusiver Vermarktungspartner des DSB.

Eine Kampagne, die einlädt, statt zu werben

„Schachboom“ wirbt nicht für Schach. Die Kampagne zeigt, wo überall gespielt wird: im Klassenzimmer und im Vereinsheim, bei der Deutschen Meisterschaft und in Bundesliga und 1. Frauenbundesliga, im Spitzensport wie beim Seniorenturnier, mit und ohne Behinderung am selben Brett. Und mit echten Aufnahmen aus dem Verbandsleben, nicht mit gestellten Motiven. Deutschland spielt Schach, und die Kampagne zeigt es.

Jedes Motiv der Kampagne zeigt den Schachboom in Zahlen und Bildern und soll insbesondere in die 2.196 Vereine in Deutschland führen. Damit schließt die Kampagne eine Lücke, die der durch Corona initiierte Boom selbst geöffnet hat: Rund 3,5 Millionen Menschen in Deutschland spielen heute Woche für Woche Schach, bis zu 18 Millionen hin und wieder. Allein auf den Onlineplattformen zählt Deutschland rund 8,5 Millionen Konten; gespielt wird dort oft über Ländergrenzen hinweg. Was dabei fehlt, ist nicht der Gegner. Es ist das Gesicht voller Emotionen gegenüber, der Handschlag vor dem ersten Zug, die Analyse danach, die Zeit in Gesellschaft. Und für Kinder und Jugendliche: Spannung und Spaß, ganz ohne Display.

„Der Schachboom ist überall spürbar: Digital, in den Schulen und unseren Vereinen. Das gibt uns mächtig Rückenwind für 150 Jahre Deutscher Schachbund. Über 100.000 Menschen sind heute im Deutschen Schachbund organisiert – und die stärkste Bewegung kommt von den Jüngsten. Das ist kein Selbstläufer. Es entsteht in Schulen, in Vereinen, durch Ehrenamt. Eltern suchen für ihre Kinder etwas, das fesselt, ohne zu blinken, Kinder sind begeistert vom Spiel, Erwachsene suchen einen Ort, an dem sie nicht nur Partien spielen, sondern Menschen treffen. Alles davon haben wir im Schachsport. Mit Ströer können wir es endlich zeigen.“

Paul Meyer-Dunker · Präsident des Deutschen Schachbundes

Ein Medienhaus stellt sich hinter einen Sport

Ströer bringt die Kampagne in den öffentlichen Raum und erhält für 2027 offiziellen Partnerstatus beim Deutschen Schachbund. Die vier Wellen folgen den Anlässen des Jubiläumsjahres, die Schlusswelle im Herbst führt gezielt in die Vereine. Gesichert sind Magdeburg, Leipzig, Stuttgart, Berlin und Köln; im Vollausbau werden es bis zu 28 Städte.

„Mit unserer Out-of-Home-Reichweite bringen wir Schach dorthin, wo die Menschen sind – mitten in den öffentlichen Raum. So machen wir diesen faszinierenden Sport für Millionen Menschen im Alltag sichtbar und öffnen Schach für eine breite Öffentlichkeit. Wenn wir mit unserer Initiative dazu beitragen, dass sich daraus wieder mehr Begegnungen am Brett und im richtigen Leben ergeben, ist das gut investierte Aufmerksamkeit. Der Schachboom ist da – wir bringen ihn gern auf die Straße.“

Alexander Stotz · CEO Ströer Media Deutschland GmbH

Was Unternehmen jetzt entscheiden können

Mit Ströer steht der erste große Medienpartner des DSB. Darüber hinaus vergibt der Deutsche Schachbund über die Chess Media Group sechs Gründungspartnerschaften: Positionen, die jeweils eine Branche exklusiv besetzen, die mit dem Jubiläumsjahr beginnen und ab 2028 als Hauptpartnerschaft den Schachsport aus den über 4.000 Schulen in die Weltspitze entwickeln wollen, dabei aber Themen wie Breitensport, Schulschach, Inklusion und auch Frauen- oder Seniorenförderung im Blick behalten möchten. Schach ist vielfältig: hochgradig technikaffin und zugleich gesellschaftsfördernd.

„Die Partnerschaft mit Ströer ist mehr als Unterstützung. Es ist ein Signal für den Schachsport. Wenn ein Medienhaus dieser Größe sich hinter den Schachboom stellt, ist die Frage beantwortet, welche Relevanz Schach in Deutschland hat. Wir sprechen derzeit mit Unternehmen, die 2027 Gründungspartner werden wollen, und sagen jedem dasselbe: Diese besondere Position gibt es einmal. Ein 150. Geburtstag wiederholt sich nicht. Der Schachsport wünscht sich engagierte Partnerschaften, die dafür sorgen, dass beispielsweise möglichst viele Kinder in Deutschland das Schachspielen nicht nur lernen, sondern sich damit positiv entwickeln. Vom Kinderzimmer in den Vorstand, sozusagen.“

Tobias Eismann · Geschäftsführer der CMG Chess Media Group GmbH

Vier Anlässe, an denen die Kampagne 2027 sichtbar wird

31. März bis 11. April	FIDE-Senioren-Team-WM – mehr als 120 Mannschaften aus aller Welt	Magdeburg
rund um den 18. Juli	Der Gründungstag - Empfang am Gründungsort, auf den Tag genau zum 150. Geburtstag	Leipzig
Juli/ August	Deutscher Schachgipfel - mit allen Deutschen Meisterschaften, Festakt und buntem Rahmenprogramm für alle Schachspielende	Stuttgart
September/ Oktober	Schulschach- und Vereinskampagne – dort, wo der Boom ankommt	Berlin und Köln, im Vollausbau bundesweit

Über die Beteiligten

Deutscher Schachbund e. V. — 1877 in Leipzig gegründet, einer der ältesten Schachverbände der Welt. 100.088 Mitglieder in 2.196 Vereinen (Stand 31.8.2026), über 33.000 davon unter 20 Jahren; an über 4.000 Schulen wird Schach angeboten. www.schachbund.de

Ströer SE & Co. KGaA — führendes deutsches Medienhaus, setzt mit der „OOH plus“ Strategie auf die Stärken des OOH-Geschäfts, unterstützt durch die flankierenden Geschäftsfelder Digital & Dialog Media und DaaS & E-Commerce. www.stroeer.de

CMG Chess Media Group GmbH — Osnabrück, seit 2026 offizieller und exklusiver Vermarktungspartner des Deutschen Schachbundes. Verantwortet Konzeption, Projektsteuerung, Partneransprache und Vertragsgestaltung. www.chessmediagroup.de

Presseservice: Bildmaterial in Druckauflösung aus Vereins-, Schul- und Turnierschach, Interviews mit allen drei Zitatgebern sowie das White Paper der CMG zur Entwicklung des Schachsports in Deutschland stellen wir Redaktionen auf Anfrage zur Verfügung.

Bildmaterial: Porträts der Zitatgeber auf Seite 3, vier Motive auf Seite 4, jeweils mit Bildnachweis.

Pressekontakt Deutscher Schachbund:

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

Pressekontakt Ströer:

Ströer SE & Co. KGaA · Konzernkommunikation · Telefon 02236 / 96 45-246 · presse@stroeer.de

Pressekontakt Chess Media Group:

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

Die drei Zitatgeber

Porträts zur freien redaktionellen Verwendung im Zusammenhang mit dieser Meldung, einheitlich zugeschnitten. Die Dateien in Druckauflösung stellen wir auf Anfrage zur Verfügung.



Paul Meyer-Dunker

Präsident des Deutschen Schachbundes

Foto: Stev Bonhage / Deutscher Schachbund



Alexander Stotz

CEO Ströer Media Deutschland GmbH

Foto: Ströer



Tobias Eismann

Geschäftsführer der CMG Chess Media Group GmbH

Foto: CMG Chess Media Group

Logos der Partner

Die Zeichen der drei Beteiligten. Die Dateien stellen wir auf Anfrage zur Verfügung.



Deutscher Schachbund

SVG (Vektor) und PNG 2000 × 600 px



Ströer (Ströer SE & Co. KGaA)

PNG 811 × 171 px



CMG Chess Media Group

PNG 1697 × 2400 px, transparent

Bildmaterial zur Meldung

Vier Motive zur freien redaktionellen Verwendung im Zusammenhang mit dieser Meldung. Der Bildnachweis ist anzugeben. Die Dateien in Druckauflösung sowie weiteres Material aus Vereins-, Schul- und Turnierschach stellen wir auf Anfrage zur Verfügung.



Vincent Keymer und Matthias Blübaum bei der Deutschen Meisterschaft: Zuschauer stehen in mehreren Reihen an der Absperrung. Der Schachboom ist kein Statistikeffekt — er steht im Saal.

Foto: Stev Bonhage / Deutscher Schachbund



Eine laufende Partie, gefilmt fürs Netz: Millionen verfolgen Schach digital. Die Kampagne führt den Weg zurück — ans Brett, in den Verein nebenan.

Foto: Stev Bonhage / Deutscher Schachbund



Amateurturnier (DSAM) beim Deutschen Schachgipfel: Hunderte Bretter in einem Saal. Aus dieser Breite kommt der Boom — und dorthin führt die Kampagne zurück.

Foto: Stev Bonhage / Deutscher Schachbund



Federmäppchen einer Grundschulklasse: König und Springer zwischen den Buntstiften. An über 4.000 Schulen in Deutschland wird Schach angeboten.

Foto: Stev Bonhage / Deutscher Schachbund