



SPERRFRIST • MITTWOCH, 30.09.2026, 10.00 Uhr

PRESSEMITTEILUNG • DEUTSCHER SCHACHBUND

Birnenmarke Xenia® stellt sich hinter den Schachnachwuchs

Die Obstmarke wird Offizieller Partner des Deutschen Schachbundes, übernimmt eine Patenschaft im Mädchen-Förderprogramm „Girls Next Generation“ und besetzt als erste Marke die Kategorie Obst im deutschen Schachsport. Drei Jahre, beginnend im September 2026.

Hollern-Twielenfleth/Berlin/Osnabrück, 30.09.2026 • Die Birnenmarke Xenia® wird Offizieller Partner des Deutschen Schachbundes (DSB) — für drei Jahre, beginnend im September 2026. Xenia® übernimmt eine Patenschaft im Mädchen-Förderprogramm „Girls Next Generation“ und ist die erste Obstmarke, die sich im deutschen Schachsport engagiert. Vertragspartner ist die CMG Chess Media Group, die den Deutschen Schachbund exklusiv vermarktet. Zusammen kommt dabei, was auf den ersten Blick wenig miteinander zu tun hat — und sich doch an einem sehr konkreten Ort trifft: am Spieltisch eines Jugendturniers, an dem Kinder acht Stunden sitzen und in der Pause etwas Frisches brauchen.

Rund acht Stunden am Brett

Ein Schachturnier ist der Jugendsport mit den längsten Tagen und der kleinsten Infrastruktur: Kinder kommen am Morgen und sind am späten Nachmittag noch da, eine Partie dauert mehrere Stunden, und zwischen den Runden gibt es oft weder Mittagstisch noch Plan. Was dort auf dem Tisch steht, ist die Versorgung. Die Deutsche Gesellschaft für Ernährung empfiehlt fünf Portionen Gemüse und Obst am Tag, davon zwei Portionen Obst. Nach der Ernährungsstudie EsKiMo II des Robert Koch-Instituts erreicht rund die Hälfte der Kinder und Jugendlichen nicht einmal die Hälfte der empfohlenen Menge. Genau dort setzt die Partnerschaft an — mit einem erfrischenden Birnen-Snack in der Pause zwischen zwei Runden.

„Wir kommen aus dem Obstbau, und dort denkt man vorausschauend in Jahrzehnten: Wer heute pflanzt, erntet in einigen Jahren. Genauso sieht es bei der Nachwuchsförderung im Schach aus. Deshalb fangen wir nicht nur bei den Talenten an, die schon gewinnen, sondern auch bei den Mädchen, deren Schachpotenzial gerade erste Wurzeln schlägt und über Jahre heranwächst. Unser Claim „Birn mal dein Hirn“ ist mit einem Augenzwinkern gemeint, aber bei einem Sport, in dem stundenlang konzentriert nachgedacht wird, passt er ziemlich gut.“

Andreas Berg • Geschäftsführer der Deutsches Obst-Sorten Konsortium GmbH (Marke Xenia®)

Wo die Förderung ansetzt

Der Frauenanteil im Deutschen Schachbund liegt bei rund zehn Prozent, bei den Mitgliedern unter zwanzig Jahren ist er deutlich höher. Dazwischen liegt eine Lücke mit bekannter Ursache: Ab elf, zwölf Jahren hören Mädchen überproportional häufig auf, ein bis zwei Jahre früher als Jungen. „Girls Next Generation“ fördert bis zu zwanzig Mädchen nach sportlichen Kriterien mit verbindlichem Trainingsregime, betreuten Turnieren und internationalen Starts. Und nimmt bewusst früh auf, bis einschließlich der Altersklasse U11. Als Pate trägt Xenia® das Programm aktiv mit und wird in der Patenliste geführt.

„Schach kostet kaum Eintrittsgeld und fragt nicht nach Herkunft, aber es kostet Betreuung, Fahrten, Trainerstunden. Diese unsichtbare Seite braucht Partner, die nicht nur ihr Logo sehen wollen. Xenia® hat sich für die Jüngsten entschieden. Das ist kein Zufall und es ist mehr als ein Sponsoring: Es ist eine Entscheidung für die nächste Generation an unseren Brettern. Wir freuen uns auf eine fruchtbare Zusammenarbeit!“

Paul Meyer-Dunker • Präsident des Deutschen Schachbundes

Was die Partner verbindet

Als Offizieller Partner des Deutschen Schachbundes unterstützt Xenia® die Nachwuchsförderung, übernimmt die Patenschaft im Programm „Girls Next Generation“ und ist für die Laufzeit alleiniger Partner des Verbandes in der Kategorie Obst. Der Deutsche Schachbund vertritt 100.088 Mitglieder in 2.196 Vereinen, über 33.000 davon unter zwanzig Jahren; an mehr als 4.000 Schulen wird Schach angeboten. Für eine Marke aus dem deutschen Obstbau ist das ein Umfeld, wie es im Sportsponsoring selten geworden ist: bildungsnahe Familien, lange Verweildauer an einem Ort — und ein Wettbewerb um Aufmerksamkeit, der noch überschaubar ist.

Erstmals eine Kategorie Obst

Eine eigene Kategorie für Obst gab es im deutschen Schachsport bisher nicht. Die Vermarktung des Verbandes liegt seit Juli 2026 bei der Chess Media Group.

„Wir mussten Xenia® nicht für Schach begeistern. Wir mussten nur zeigen, wo im Deutschen Schachbund die Arbeit passiert, die von außen oft niemand sieht, und genau dort hat Xenia® sich eingeklinkt. Das ist der Grundstein einer Partnerschaftsstrategie, mit der wir den Schachsport über Jahre und gemeinsam mit weiteren Partnern tragen wollen.“

Tobias Eismann · Geschäftsführer der CMG Chess Media Group GmbH

Über die Beteiligten

Deutscher Schachbund e. V. — Der 1877 in Leipzig gegründete Dachverband des deutschen Schachsports mit Sitz in Berlin ist einer der ältesten nationalen Schachverbände der Welt. Er richtet die Deutschen Meisterschaften aus, entsendet die Nationalmannschaften, trägt das Schulschach in die Klassenzimmer und vertritt mit seinen Landesverbänden 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

Deutsches Obst-Sorten Konsortium GmbH — Das DOSK mit Sitz in Hollern-Twielenfleth im Alten Land ist ein Zusammenschluss von acht deutschen Erzeugerorganisationen mit einem gemeinsamen Absatzvolumen von rund 500.000 Tonnen Obst. Es führt neue und vielversprechende Obstsorten in den deutschen Markt ein; angebaut werden sie von den Erzeugerinnen und Erzeugern der beteiligten Organisationen. Xenia® ist die erste Birnenmarke unter dem Dach des DOSK. www.xenia-birne.de

CMG Chess Media Group GmbH — Die Chess Media Group mit Sitz in Osnabrück ist seit 2026 der offizielle und 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 möglichen Bildungsprogrammen. Sie verantwortet Konzeption, Projektsteuerung, Partneransprache und Vertragsgestaltung. www.chessmediagroup.de

Presseservice: Bildmaterial und die Logos der beteiligten Partner in Druckauflösung, Interviews mit allen drei Zitatgebern sowie Hintergrundinformationen zum Programm „Girls Next Generation“ stellen wir Redaktionen auf Anfrage zur Verfügung.

Die Partnerschaft im Überblick

Offizieller Partner	Führung des Partnersignets des Deutschen Schachbundes in der eigenen Kommunikation
Girls Next Generation	Partnerschaft im Mädchen-Förderprogramm des Verbandes, Nennung in der Patenleiste
schachbund.de	Nennung als Partner und Förderer, dazu eine eigene Seite auf dem Verbandsportal
Kommunikation	Nennungen im Newsletter des Verbandes und in den Livestreams von SchachdeutschlandTV
Kategorie Obst	Xenia® ist für die Laufzeit alleiniger Partner des DSB in der Kategorie Obst und Frischobst

Das Partnersignet weist Xenia® als Partner des Deutschen Schachbundes aus; es ist keine Produktempfehlung.

Pressekontakt Deutscher Schachbund:

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

Pressekontakt Xenia®:

Deutsches Obst-Sorten Konsortium GmbH · Swaantje Lauenstein und Julia Leiber · presse@obst-vom-bodensee.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



Andreas Berg
Geschäftsführer der Deutsches Obst-Sorten Konsortium GmbH (Marke Xenia®)
Foto: Deutsches Obst-Sorten Konsortium GmbH



Tobias Eismann
Geschäftsführer der CMG Chess Media Group GmbH
Foto: CMG Chess Media Group

Logos der Partner

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



Deutscher Schachbund
SVG (Vektor) und PNG 2000 × 600 px



Xenia® (Deutsches Obst-Sorten Konsortium GmbH)
PNG 1000 × 700 px



CMG Chess Media Group
PNG 1697 × 2400 px, transparent



OFFIZIELLER PARTNER DES DEUTSCHEN SCHACHBUNDES

Partnersignet „Offizieller Partner des Deutschen Schachbundes“

SVG und EPS (Vektor), PDF sowie PNG bis 2400 px, positiv und negativ

Bildmaterial zur Meldung

Vier Motive zur freien redaktionellen Verwendung im Zusammenhang mit dieser Meldung. Der Bildnachweis ist anzugeben. Die Dateien in Druckauflösung stellen wir auf Anfrage zur Verfügung.



Xenia® am Brett: Die Marke steht für eine junge Birnensorte, die von den Erzeugerbetrieben des Deutschen Obst-Sorten Konsortiums in Deutschland angebaut wird. (Bild mit KI erstellt)

Foto: Deutsches Obst-Sorten Konsortium GmbH



Eröffnungszug beim Deutschen Schachgipfel: DSB-Präsident Paul Meyer-Dunker setzt den ersten Zug. Schach lebt von diesen Momenten und von den Menschen um das Brett herum.

Foto: Stev Bonhage / Deutscher Schachbund



Deutsche Meisterin der Frauen: Was mit einem Platz in einem Förderprogramm beginnt, endet im besten Fall hier. Vorbilder sind das wirksamste Mittel gegen den Abbruch mit zwölf.

Foto: Stev Bonhage / Deutscher Schachbund



Schulschach in der Grundschule: Ein Kind zieht am Demonstrationsbrett vor der Klasse. An über 4.000 Schulen in Deutschland wird Schach angeboten — hier beginnt fast jede Vereinskariere.

Foto: Stev Bonhage / Deutscher Schachbund