



DFB-POKAL

SAISON REPORT

2024/25

INHALT



DFB-POKAL HERREN

Markenhaus 02

SPORT 03

Überblick Wettbewerb 04

Teilnehmerfeld 05

Ergebnisse 06

Zuschauerzahlen im Vergleich 14

Kennzahlen 15

Bestenliste 16

MEDIEN 17

Methodik 18

Überblick Cross-Media 19

TV - Sendekonzept 20

Medienanalyse 21

FINANZEN 26

PARTNER 28

DIE MARKE DFB-POKAL



MARKE

VISION

Wo wollen wir hin?

DER DFB-POKAL WIRD DER BEDEUTENDSTE, BELIEBTESTE & REICHWEITENSTÄRKSTE POKALWETTBEWERB DER WELT.

MISSION

Wie kommen wir dorthin?

INDEM WIR AMATEURE UND PROFIS VERBINDEN.

Underdog gegen Favorit. Profis gegen Amateure. Der DFB-Pokal lebt von seinen Gegensätzen und Geschichten: Nur hier gibt es die Pokal-Sensation und den Pokal-Schreck. Nur hier entsteht diese Nähe zwischen Amateur und Profi. Was nach Ungleichheit klingt, sorgt auf dem Rasen für intensiven Wettkampf, auf den Rängen für packende Spannung.

INDEM WIR DIE STRAHLKRAFT BERLINS NUTZEN.

Das Olympiastadion in Berlin: Ziel aller Mannschaften - Schauplatz vieler denkwürdiger Partien. Und wahrscheinlich der einzige Finalort mit einem eigenen Fangesang: „Wir fahren nach Berlin!“ Ein Soundtrack der Sehnsucht, der vom Traum aller Teams handelt. Am Ende im Finale zu stehen – und den Pokal in den Berliner Himmel zu recken.

INDEM WIR DIE EINFACHHEIT DES SPIELS WAHREN.

Echter Fußball braucht Entscheidungen. Im DFB-Pokal gilt das K.O.-Prinzip. Und das Heimrecht für Amateure. Kein Remis. Kein Rechenschieber. Kein Spiel ohne Sieger.

WERTE

Wofür stehen wir?

HELDENTUM

Der Pokal hat seine eigenen Gesetze – und seine eigenen Helden: Jede Mannschaft kann sich unsterblich, jeder Spieler unvergesslich machen.

VIELSEITIGKEIT

Ganz Fußball-Deutschland in einem Wettbewerb. Zusammen und gegeneinander. Ein geographischer und gesellschaftlicher Spiegel. Und eine Riesen-Chance für jeden Verein.

LEIDENSCHAFT

Begeisterung ist ansteckend. Mit hochmotivierten Mannschaften, die über sich hinauswachsen. Und Sportlern wie Fans, die im sprichwörtlichen Pokalfight alles geben.

TRADITION

Mehr als 75 Jahre Tradition schaffen Identifikation. Und sie schaffen das Know-how und die Erfahrung, für eine erfolgreiche Zukunft.

SPORT

- 04 Überblick Wettbewerb
- 05 Teilnehmerfeld
- 06 Ergebnisse
- 14 Zuschauerzahlen im Vergleich
- 15 Kennzahlen
- 16 Bestenliste



WETTBEWERBSSTRUKTUR

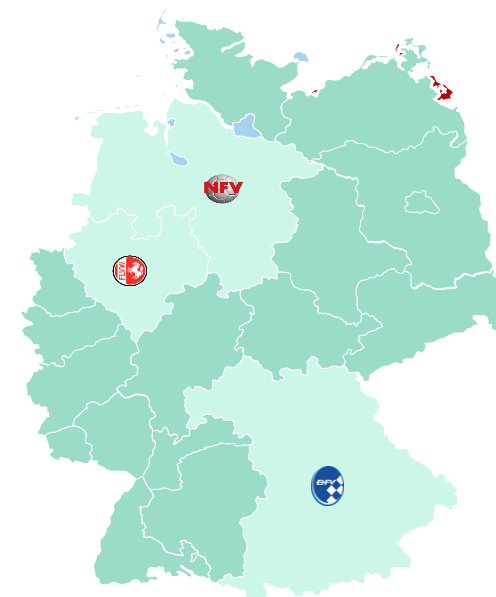
INSGESAMT 64 TEILNEHMER

BUNDESLIGA + 2. BUNDESLIGA

3. LIGA

LANDESPOKALSIEGER

VERBÄNDE MIT DEN
MEISTEN
MANNSCHAFTEN



BUNDESLIGA

BUNDESLIGA

3. LIGA

18

TEILNEHMER

18

TEILNEHMER

4

TEILNEHMER

21

TEILNEHMER

3

TEILNEHMER

TEILNEHMERFELD

ALLE MANNSCHAFTEN




PROFITOPF

AMATEURTOPF

BUNDESLIGA	2. BUNDESLIGA
 Bayer 04 Leverkusen	 FC St. Pauli
 VfB Stuttgart	 Holstein Kiel
 FC Bayern München	 Fortuna Düsseldorf
 RB Leipzig	 Hamburger SV
 Borussia Dortmund	 Karlsruher SC
 Eintracht Frankfurt	 Hannover 96
 TSG 1899 Hoffenheim	 SC Paderborn
 1. FC Heidenheim	 SpVgg Greuther Fürth
 SV Werder Bremen	 Hertha BSC
 SC Freiburg	 FC Schalke 04
 FC Augsburg	 SV Elversberg
 VfL Wolfsburg	 1. FC Nürnberg
 1. FSV Mainz 05	 1. FC Kaiserslautern
 Borussia Mönchengladbach	 1. FC Magdeburg
 1. FC Union Berlin	 Eintracht Braunschweig
 VfL Bochum	 SV Wehen Wiesbaden
 1. FC Köln	 F.C. Hansa Rostock
 SV Darmstadt 98	 VfL Osnabrück

3. LIGA
 SSV Ulm 1846 Fußball (Qualifikation durch 3. Liga)
 SC Preußen Münster (Qualifikation durch 3. Liga)
 SSV Jahn Regensburg (Qualifikation durch 3. Liga)
 SG Dynamo Dresden (Qualifikation durch 3. Liga)
 1. FC Saarbrücken (LP Saarland)
 FC Erzgebirge Aue (LP Sachsen)
 Rot-Weiss Essen (LP Niederrhein)
 SV Sandhausen (LP Baden)
 FC Ingolstadt 04 (LP Bayern)
 DSC Arminia Bielefeld (LP Westfalen)
 Hallescher FC (LP Sachsen-Anhalt)

REGIONALLIGA
 TuS Koblenz (Regionalliga Südwest)
 FC Energie Cottbus (Regionalliga Nordost)
 FC Carl Zeiss Jena (Regionalliga Nordost)
 TSV Alemannia Aachen (Regionalliga West)
 FC Viktoria Berlin (Regionalliga Nordost)
 FC Teutonia 05 Ottensen (Regionalliga Nord)
 TSV Schott Mainz (Regionalliga Südwest)
 Bremer SV (Regionalliga Nord)
 VfR Aalen (Regionalliga Südwest)
 1. FC Phönix Lübeck (Regionalliga Nord)
 Greifswalder FC (Regionalliga Nordost)
 Kickers Offenbach (Regionalliga Südwest)
 Würzburger Kickers (Regionalliga Bayern)
 SV Meppen (Regionalliga Nord)

5. SPIELKLASSENEBENE
 VfV Borussia 06 Hildesheim (Oberliga Niedersachsen)
 FC 08 Villingen (Oberliga Baden-Württemberg)
 VfL Sportfreunde Lotte (Oberliga Westfalen)

Die 36 Profimannschaften der Bundesliga und 2. Bundesliga des abgelaufenen Spieljahres sind in jeder Pokalsaison gesetzt. Gleiches gilt für den Meister, den Zweit-, Dritt- und Viertplatzierten der 3. Liga. Neben diesen 40 Teams haben alle Amateurvereine in Deutschland jedes Jahr die Chance auf die 1. Hauptrunde im DFB-Pokal.

In jeder Auslosung der 1. Hauptrunde bilden die 18 Klubs der Bundesliga und die 14 bestplatziertesten Teams der 2. Bundesliga aus der abgelaufenen Saison den „Profitopf“ (Vereine grün hinterlegt), während die restlichen Vereine den „Amateurtopf“ bilden und in der 1. Hauptrunde ein Heimrecht besitzen.



UNDERDOG GEGEN FAVORIT.

Die erste Runde des DFB-Pokals 2024/25 bot wieder einmal alles, was den Wettbewerb so besonders macht: klare Favoritensiege, Überraschungen und dramatische Entscheidungen in der Verlängerung und im Elfmeterschießen.

Der FC Bayern München setzte sich souverän mit 4:0 gegen den SSV Ulm durch. Auch Borussia Dortmund ließ beim 4:1 gegen Phoenix Lübeck nichts anbrennen, ebenso wie RB Leipzig, die Rot-Weiss Essen mit dem gleichen Ergebnis bezwang. Auch Bayer 04 Leverkusen und VfB Stuttgart zogen jeweils mit Siegen gegen Carl Zeiss Jena (1:0) und Preußen Münster (5:0) in die nächste Runde ein.

Für Furore sorgte Kickers Offenbach, die den Zweitligisten 1. FC Magdeburg mit 2:1 bezwangen und damit für eine große Überraschung in der ersten Runde sorgten. Auch Dynamo Dresden überzeugte mit einem 2:0 gegen Fortuna Düsseldorf. Arminia Bielefeld gewann mit einem starken 2:0 gegen Hannover 96, während Jahn Regensburg mit einem 1:0 gegen den Bundesligisten VfL Bochum für einen echten Pokal-Coup sorgte. In Sandhausen entwickelte sich ein echter Pokalkrimi: Der SVS kämpfte sich gegen den 1. FC Köln in die Verlängerung, musste sich am Ende aber mit 2:3 geschlagen geben.

Insgesamt war die erste Runde ein echtes Fußballfest mit vielen Toren, spannenden Spielen und der typischen Pokal-Magie.



1. HAUPTRUNDE

	Ergebnis	Zuschauer
FC Würzburger Kickers - TSG Hoffenheim	5:7 (n.E.)	9.511
SV Wehen Wiesbaden - 1. FSV Mainz 05	1:3 (n.V.)	12.500
Hallescher FC - FC St. Pauli	2:3 (n.V.)	14.000
SSV Ulm 1846 Fußball - FC Bayern München	0:4	17.400
FC Erzgebirge Aue - Borussia Mönchengladbach	1:3	14.811
TSV Schott Mainz - SpVgg Greuther Fürth	0:2	4.235
FC 08 Villingen - 1. FC Heidenheim 1846	0:4	6.800
Rot-Weiss Essen - RB Leipzig	1:4	17.000
FC Ingolstadt 04 - 1. FC Kaiserslautern	1:2	11.655
VfR Aalen - FC Schalke 04	0:2	14.500
VfL Osnabrück - Sport-Club Freiburg	0:4	15.500
Greifswalder FC - 1. FC Union Berlin	0:1	4.990
DSC Arminia Bielefeld - Hannover 96	2:0	26.044
1.FC Phoenix Lübeck - Borussia Dortmund	1:4	50.971
TSV Alemannia Aachen - Holstein Kiel	2:3	29.555
1. FC Saarbrücken - 1.FC Nürnberg	4:6 (n.E.)	14.868
FC Viktoria Berlin - FC Augsburg	1:4	5.504
SSV Jahn Regensburg - VfL Bochum 1848	1:0	12.581
Bremer SV - SC Paderborn 07	0:4	3.500
VfV Borussia 06 Hildesheim - SV 07 Elversberg	0:7	5.186
SV Sandhausen - 1. FC Köln	2:3 (n.V.)	9.705
F.C. Hansa Rostock - Hertha BSC	1:5	25.600
FC Teutonia 05 Ottensen - SV Darmstadt 98	1:3	6.487
SG Dynamo Dresden - Fortuna Düsseldorf	2:0	29.660
VfL Sportfreunde Lotte - Karlsruher SC	0:5	4.637
SV Meppen - Hamburger SV	1:7	12.959
FC Energie Cottbus - SV Werder Bremen	1:3	20.524
TuS Koblenz - VfL Wolfsburg	0:1	9.447
Kickers Offenbach - 1. FC Magdeburg	2:1	16.847
Eintracht Braunschweig - Eintracht Frankfurt	1:4	21.201
SC Preußen Münster - VfB Stuttgart	0:5	12.672
FC Carl Zeiss Jena - Bayer 04 Leverkusen	0:1	15.000
		Ø 14.870

PROFIS GEGEN AMATEURE.

2. HAUPTRUNDE

	Ergebnis	Zuschauer
Kickers Offenbach - Karlsruher SC	0:2	20.071
FC Augsburg - FC Schalke 04	3:0	27.511
Bayer 04 Leverkusen - SV 07 Elversberg	3:0	30.000
RB Leipzig - FC St. Pauli	4:2	40.478
VfB Stuttgart - 1. FC Kaiserslautern	2:1	60.000
SSV Jahn Regensburg - SpVgg Greuther Fürth	1:0	11.627
VfL Wolfsburg - Borussia Dortmund	1:0 (n.V.)	24.806
1. FC Köln - Holstein Kiel	3:0	48.000
Sport-Club Freiburg - Hamburger SV	2:1	34.500
Hertha BSC - 1. FC Heidenheim 1846	2:1	44.135
Eintracht Frankfurt - Borussia Mönchengladbach	2:1	58.000
SC Paderborn 07 - SV Werder Bremen	0:1	15.000
DSC Arminia Bielefeld - 1. FC Union Berlin	2:0	26.117
SG Dynamo Dresden - SV Darmstadt 98	2:3 (n.V.)	30.070
1. FSV Mainz 05 - FC Bayern München	0:4	33.305
TSG Hoffenheim - 1. FC Nürnberg	2:1	18.001
		Ø 32.601

Die zweite Runde des DFB-Pokals 2024/25 hielt erneut einige Überraschungen und packende Duelle bereit. Der FC Bayern München setzte ein deutliches Ausrufezeichen und schoss den 1. FSV Mainz 05 mit 4:0 aus dem eigenen Stadion. Auch Bayer Leverkusen ließ beim 3:0 gegen Elversberg nichts anbrennen. Borussia Dortmund hingegen musste sich überraschend dem VfL Wolfsburg mit 0:1 nach Verlängerung geschlagen geben.

RB Leipzig gewann ein torreiches Spiel mit 4:2 gegen den FC St. Pauli, während der VfB Stuttgart sich knapp mit 2:1 gegen den 1. FC Kaiserslautern durchsetzte. Der 1. FC Köln überzeugte mit einem klaren 3:0 gegen Holstein Kiel. Für eine weitere Überraschung sorgte Jahn Regensburg, die Greuther Fürth mit 1:0 schlugen und damit erneut einen höherklassigen Gegner eliminierten.

Eintracht Frankfurt bezwang Borussia Mönchengladbach mit 2:1, ebenso wie der SC Freiburg den Hamburger SV. Auch Hertha BSC, Werder Bremen und Hoffenheim zogen mit knappen Siegen in das Achtelfinale ein. Besonders bemerkenswert war der Auftritt von Arminia Bielefeld, die mit einem 2:0 gegen den Bundesligisten Union Berlin für Aufsehen sorgten. Dynamo Dresden lieferte sich ein dramatisches Duell mit Darmstadt 98, das erst in der Verlängerung mit 2:3 entschieden wurde.

Kickers Offenbach, die in der ersten Runde noch für eine Sensation gesorgt hatten, mussten sich diesmal dem Karlsruher SC mit 0:2 geschlagen geben. FC Augsburg setzte sich souverän mit 3:0 gegen Schalke 04 durch.



ÜBERRASCHUNGEN,
SENSATIONEN UND SPANNENDE DUELLE

EIN DRITTLIGIST, EIN ZWEITLIGIST UND SECHS BUNDESLIGISTEN JUBELEN



ACHTEL FINALE

	Ergebnis	Zuschauer
DSC Arminia Bielefeld - Sport-Club Freiburg	3:1	26.311
SSV Jahn Regensburg - VfB Stuttgart	0:3	15.210
FC Bayern München - Bayer 04 Leverkusen	0:1	75.000
SV Werder Bremen - SV Darmstadt 98	1:0	40.000
1. FC Köln - Hertha BSC	2:1 (n.V.)	50.000
VfL Wolfsburg - TSG Hoffenheim	3:0	13.909
RB Leipzig - Eintracht Frankfurt	3:0	37.187
Karlsruher SC - FC Augsburg	6:7 (n.E.)	28.422
		Ø 35.755

Das Achtelfinale bot einige echte Highlights, die den Mythos dieses Wettbewerbs einmal mehr unterstrichen. Besonders elektrisierend war das Duell zwischen dem FC Bayern München und Bayer Leverkusen. In einem Spiel auf höchstem Niveau setzte sich Leverkusen mit 1:0 durch. Damit verabschiedete sich der Rekordmeister überraschend früh aus dem Wettbewerb.

Nicht weniger dramatisch verlief das Spiel zwischen dem Karlsruher SC und dem FC Augsburg. Nach einem offenen Schlagabtausch stand es nach 120 Minuten 2:2 – das Elfmeterschießen musste entscheiden. Dort behielt Augsburg die Nerven und setzte sich mit 5:4 durch. Es war ein Spiel voller Wendungen, in dem beide Teams alles gaben und das Publikum mitrissen.

Auch das Spiel zwischen dem 1. FC Köln und Hertha BSC hatte es in sich. Nach einem intensiven Kampf stand es nach 90 Minuten 1:1. In der Verlängerung war es schließlich Ljubicic der Köln ins Viertelfinale schoss.

Für eine der größten Überraschungen sorgte erneut Arminia Bielefeld. Der Drittligist besiegte den SC Freiburg mit 3:1 und zeigte dabei nicht nur Kampfgeist, sondern auch spielerische Klasse. Mit diesem Sieg schrieb die Arminia ihr eigenes kleines Pokalmärchen weiter und steht verdient unter den letzten Acht.

VIERTELFINALE

	Ergebnis	Zuschauer
VfB Stuttgart – FC Augsburg	1:0	59.000
Bayer 04 Leverkusen – 1. FC Köln	3:2	30.210
DSC Arminia Bielefeld – SV Werder Bremen	2:1	26.601
RB Leipzig – VfL Wolfsburg	1:0	40.478
		Ø 39.072

Das Viertelfinale hatte es in sich – mit packenden Duellen, einem dramatischen Derby und dem sensationellen Lauf eines Drittligisten. Den Auftakt machte der VfB Stuttgart, der sich in einem engen Spiel mit 1:0 gegen den FC Augsburg durchsetzte.

Im rheinischen Derby zwischen Bayer 04 Leverkusen und dem 1. FC Köln ging es hoch her. Köln überraschte mit mutigem Offensivspiel und führte zwischenzeitlich sogar, doch die Werkselt drehten die Partie in der Verlängerung und gewann schließlich mit 3:2.

Für die größte Geschichte der Runde sorgte jedoch Arminia Bielefeld. Der Drittligist setzte seinen unglaublichen Lauf fort und warf mit einem 2:1-Sieg gegen Werder Bremen den nächsten Bundesligisten aus dem Wettbewerb. Die Bielefelder zeigten erneut eine leidenschaftliche Leistung und wurden von den Fans gefeiert – der Einzug ins Halbfinale stand fest.

Abgerundet wurde das Viertelfinale durch das Duell zwischen RB Leipzig und dem VfL Wolfsburg. In einem taktisch geprägten Spiel setzte sich Leipzig mit 1:0 durch. Der entscheidende Treffer fiel durch einen Elfmeter, geschossen von Benjamin Šeško.



Drittligist im Pokalhalbfinale

Mit dem Sieg gegen SV Werder Bremen hat es der DSC Arminia Bielefeld geschafft als neununter Klub aus der 3. Liga in einem Pokalhalbfinale zu stehen.





1.

FINALTEILNAHME

Durch den Sieg gegen Titelverteidiger Bayer 04 Leverkusen steht DSC Arminia Bielefeld zum ersten Mal in ihrer Vereinsgeschichte im DFB-Pokalfinale.

Das Halbfinale in Bielefeld wurde ein Abend für die Geschichtsbücher. Arminia Bielefeld, der letzte verbliebene Drittligist im Wettbewerb, empfing den amtierenden Meister und Pokalfavoriten Bayer 04 Leverkusen. In einem leidenschaftlich geführten Spiel setzte sich die Arminia sensationell mit 2:1 durch. Die Ostwestfalen glichen früh aus, verteidigten mit Herzblut und überstanden eine druckvolle Schlussphase der Leverkusener. Mit diesem Sieg steht Bielefeld erstmals in der Vereinsgeschichte im DFB-Pokalfinale und schreibt ein echtes Fußballmärchen.

Im zweiten Halbfinale trafen der VfB Stuttgart und RB Leipzig aufeinander. Die Schwaben zeigten eine reife Leistung und setzten sich mit 3:1 durch. Trotz eines zwischenzeitlichen Anschlusstreffers konnte Leipzig das Spiel nicht mehr drehen. Somit steht der dreimalige Pokalchampion zum siebten Mal im DFB-Pokalfinale.

HALBFINALE

	Ergebnis	Zuschauer
DSC Arminia Bielefeld – Bayer 04 Leverkusen	2:1	26.601
VfB Stuttgart – RB Leipzig	3:1	60.000
		Ø 43.301

BIELEFELD SORGT ERNEUT FÜR EINE POKAL-ÜBERRASCHUNG UND BESIEGT DEN VIERTEN BUNDESLIGISTEN.



STUTTGART FEIERT VIERTEN POKALSIEG



FINALE

DSC Arminia Bielefeld – VfB Stuttgart

2:4

Der VfB Stuttgart ist nach 1954, 1958 und 1997 nun zum vierten Mal in seiner Vereinsgeschichte Deutscher Pokalsieger. Im 82. DFB-Pokalfinale setzten sich die Schwaben im Berliner Olympiastadion gegen den Drittligameister DSC Arminia Bielefeld in einem spannenden Duell durch.

82.

POKALFINALE

Das 82. Pokalfinale zwischen DSC Arminia Bielefeld und dem VfB Stuttgart endet mit einem 2:4. Damit gewinnt der VfB zum vierten Mal in seiner Geschichte den DFB-Pokal. Der Berliner Himmel wird zeitgleich zum Cup Lift mit dem Stuttgarter Wappen illuminiert.



Der Sportartikelhersteller DERBYSTAR ist ab der Saison 2025/26 der erste offizielle Ballpartner des DFB-Pokals der Männer und Frauen. Die Partnerschaft umfasst alle DFB-Pokalspiele von der Saison 2025/26 bis einschließlich 2029/30.

Erstmals in der Geschichte des Pokals werden alle Spiele mit einem einheitlichen Spielball im individuellen DFB-Pokal-Design ausgetragen. Jede Saison gibt es ein neues Balldesign, das sich in der Farbgebung zwischen dem Männer- und Frauenwettbewerb unterscheidet.

Der offizielle Spielball für die DFB-Pokalsaison 2025/26 der Männer wurde im Rahmen des Cup-Handovers präsentiert und feierte bereits beim Pokalfinale 2025 auf der größten nationalen Fußballbühne seine Premiere.

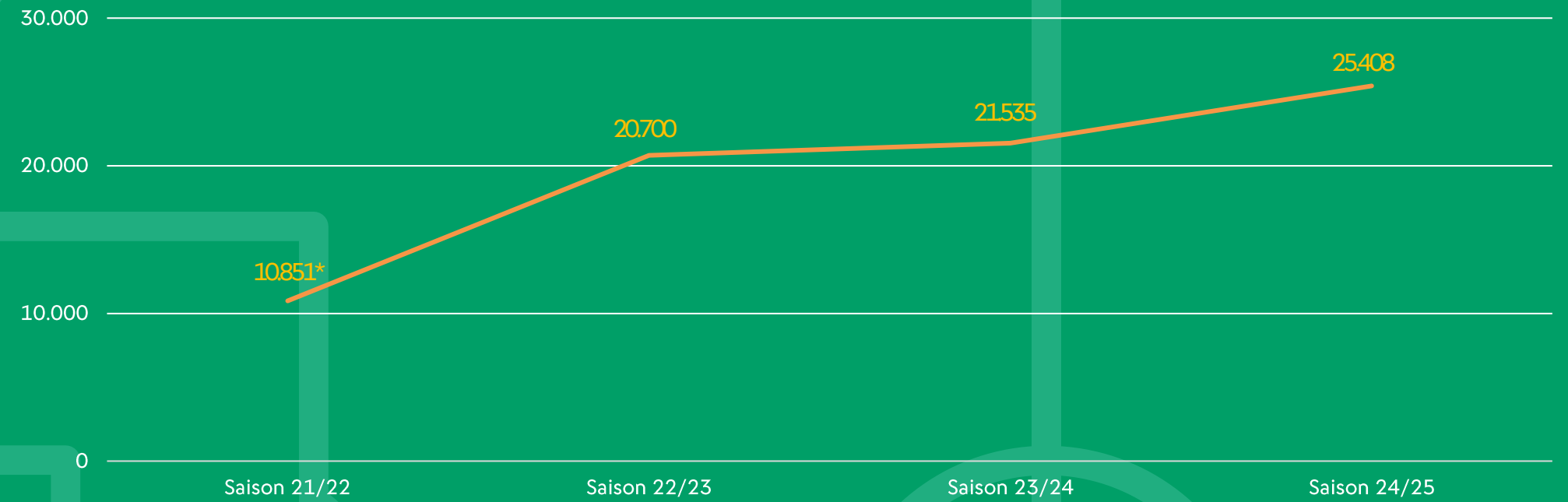


EIN STÜCK GESCHICHTE

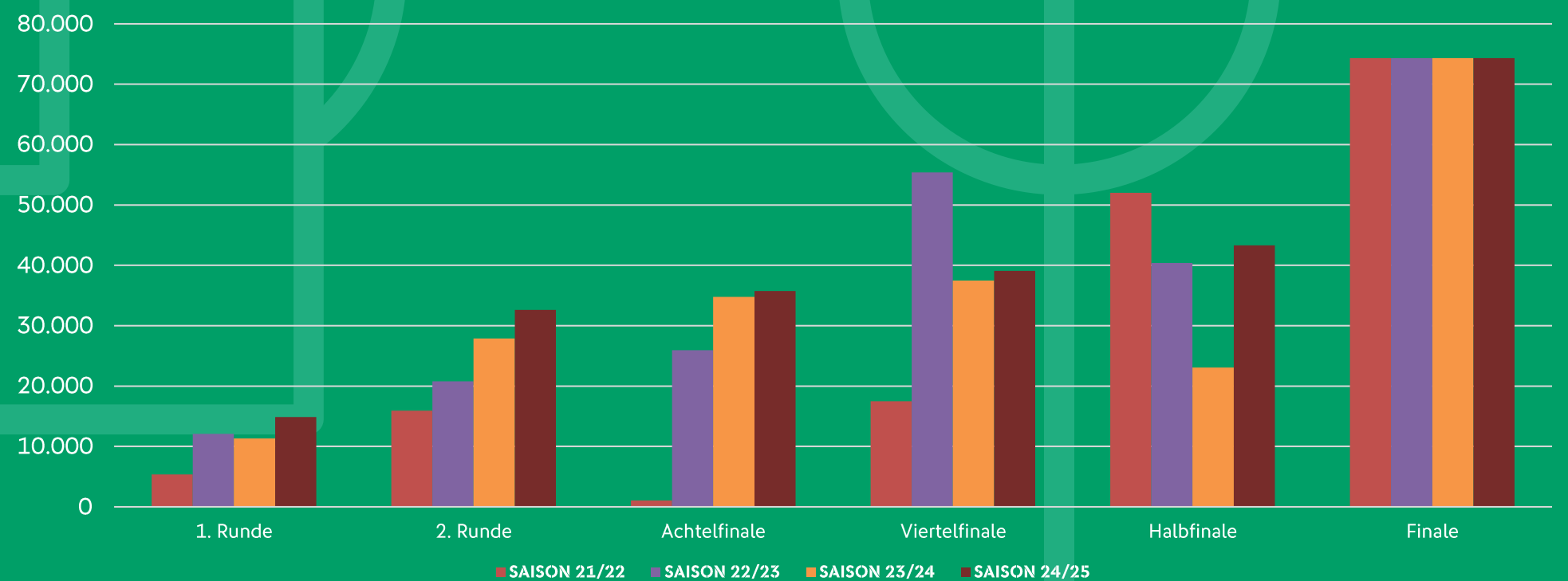
KOMMT BEREITS IM POKALFINALE ZUM EINSATZ

ZUSCHAUERZAHLEN IM VERGLEICH

VERGLEICH GESAMTDURCHSCHNITT NACH DFB-POKALSAISON



VERGLEICH NACH RUNDE INNERHALB DES DFB-POKALS



63

SPIELE

1.762

TORSCHÜSSE

1.164

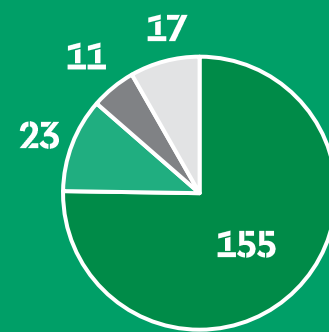
DRIBBLINGS

56.858

GESPIELTE PÄSSE

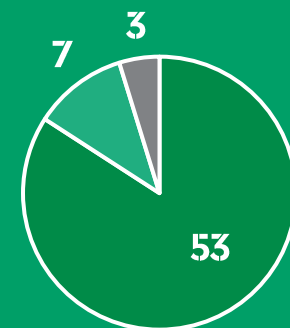
25.428

ZWEIKÄMPFE



Erzielte Tore

- Aus dem Spiel
- Nach Eckball
- Nach Elfmeter
- Nach direktem Freistoß



Entscheidung

- Nach regulärer Spielzeit
- Nach Verlängerung
- Nach Elfmeterschießen

213

ERZIELTE TORE

208

GROSSCHANCEN

290



GELBE KARTEN

6



ROTE KARTEN

1



GELB-ROTE KARTEN

DIE TROPHÄE



BESTENLISTE



TORE / Teams

Rang	Team	Tore
1	 VfB Stuttgart	18
2	 DSC Arminia Bielefeld	13
2	 RB Leipzig	13
3	 1. FC Köln	10

HÖCHSTGESCHWINDIGKEIT

Rang	Spieler	Team	Km/h
1	Linton Maina	1. FC Köln	36,00
2	Loïs Openda	RB Leipzig	35,56
3	Ansgar Knauff	Eintracht Frankfurt	35,35
4	Jeremie Frimpong	Bayer 04 Leverkusen	35,18

GEWONNENE ZWEIKÄMPFE

Rang	Spieler	Team	Gewonnene Zweikämpfe in %
1	Jonathan Tah	Bayer 04 Leverkusen	78,1
2	Jeff Chabot	VfB Stuttgart	71,4
3	Keven Schlotterbeck	FC Augsburg	70,6
4	Dominique Heintz	1. FC Köln	68,4

*Bei mind. 50 bestrittenen Zweikämpfen

TORE / Spieler

Rang	Spieler	Team	Tore
1	Nick Woltemade	VfB Stuttgart	5
2	Patrick Schick	Bayer 04 Leverkusen	4
2	Benjamin Šeško	RB Leipzig	4

MEDIEN

- 18 Methodik
- 19 Überblick Cross-Media
- 20 TV - Sendekonzept
- 21 Medienanalyse – TV
- 23 Medienanalyse – Web/App
- 24 Medienanalyse – Social Media



MEDIENANALYSE – METHODIK

Saison: 13.08.2024 – 27.05.2025 | Medienbeobachtung je Pokalrunde: -3 Tage bis +3 Tage



- › Monitoring aller Live-Spiele (Free und Pay) sowie der Sekundärberichterstattung wie Magazine, News oder Highlights (Free und Pay).
- › Im Beobachtungs-Panel befinden sich über 60 TV-Sender.



- › Monitoring aller relevanter Beiträge/Artikel auf deutschsprachigen Webseiten.
- › Im Beobachtungs-Panel befinden sich über 300 Webseiten.



- › Monitoring aller relevanten Beiträge/Posts auf DFB eigenen Social-Media-Kanälen.
- › Alle relevanten Plattformen: Facebook, Instagram (inkl. Stories), Sina Weibo, Twitter, TikTok, YouTube
- › Im Beobachtungs-Panel befinden sich 400 Kanäle, inkl. spielfreier Zeit zwischen den Runden.

ÜBERBLICK – CROSS-MEDIA



TV

1,6 Tsd. Sendungen

25,7 Mrd. Werbeträgerkontakte



WEB/APP

72 Tsd. veröffentlichte Artikel

16,2 Mrd. Werbeträgerkontakte*



SOCIAL MEDIA

10 Tsd. veröffentlichte Posts

1,1 Mrd. Brutto-Reichweite

TOP-PLATTFORMEN



Das Erste



kicker SPORTMAGAZIN



Instagram

*Werbeträgerkontakte: Beschreibt das mögliche Werbepotential – Anzahl an potenziell generierten Kontakten.

TV - SENDEKONZEPT

SENDER



Free-TV-Partner
(7 Spiele live)



Free-TV-Partner
(8 Spiele live)



Pay-TV-Partner
(alle Spiele live)



Clip-Partner
(alle Spiele als Highlights)



Clip-Partner
(alle Spiele als Highlights)



MEDIENANALYSE – TV

Reichweite der Live-Spiele im Free-TV

Sehbeteiligung in Mio.

SEHBETEILIGUNG & MARKTANTEIL

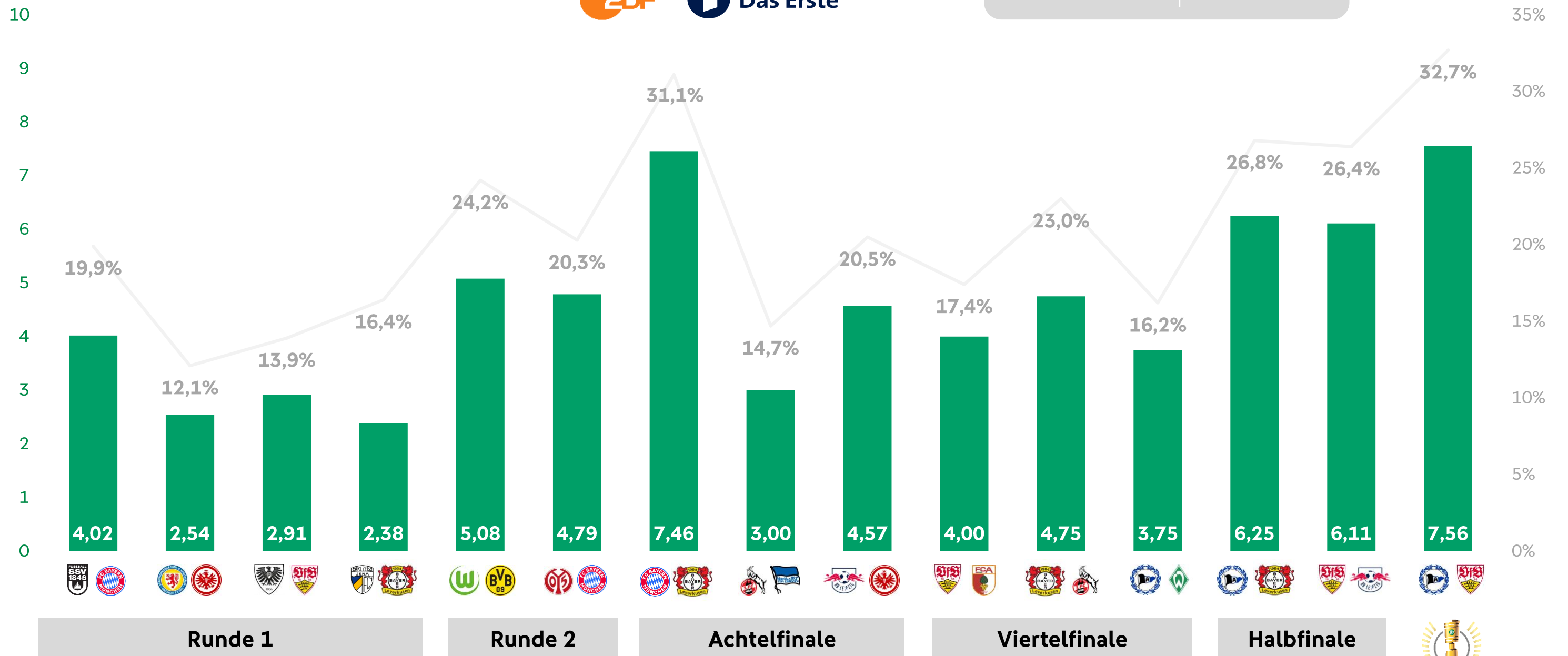


Das Erste

Ø Sehbeteiligung:
4,64 Mio.

Ø Marktanteil:
21,0%

Marktanteil



MEDIENANALYSE – TV

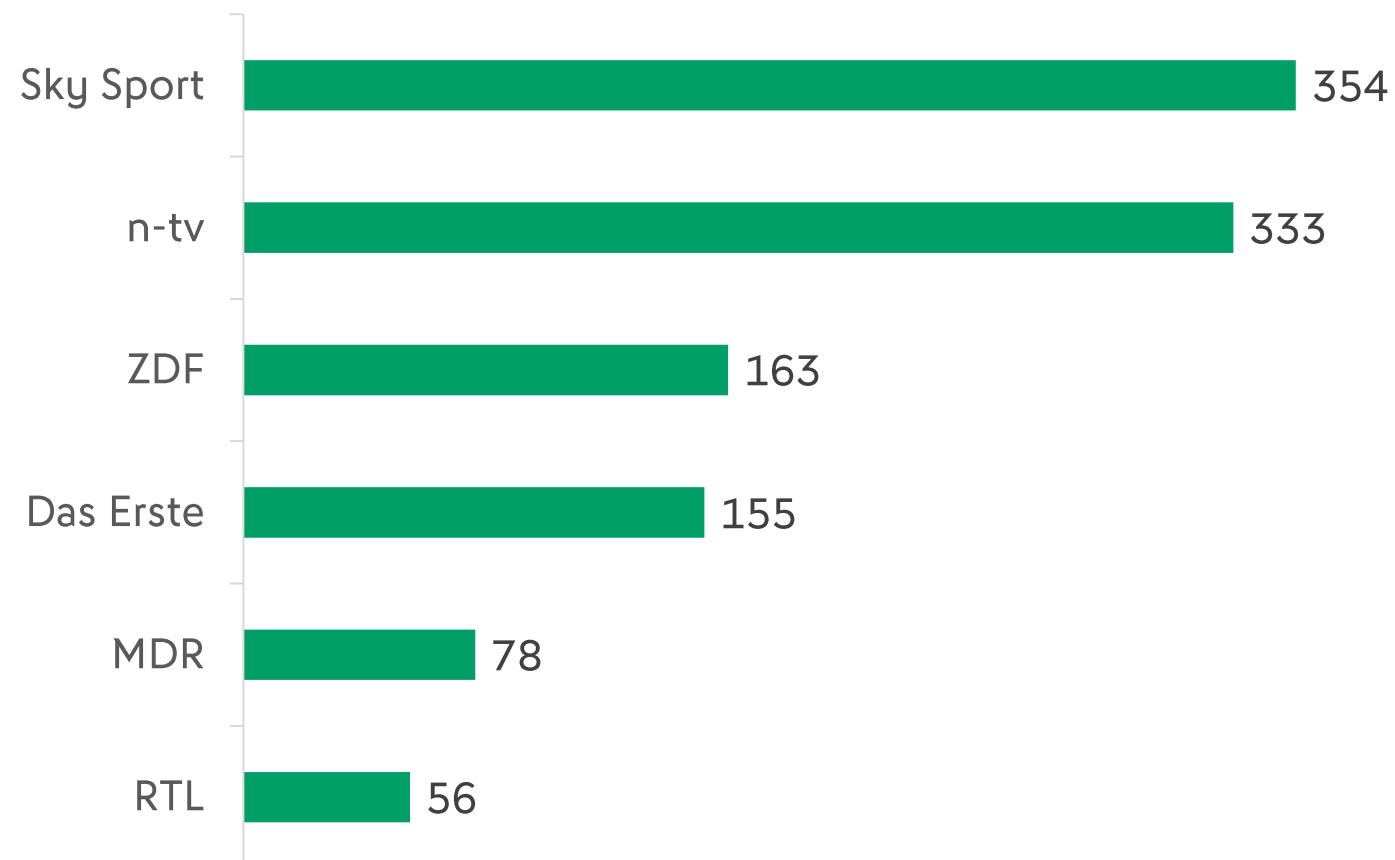
Umfang der Berichterstattung

- Der größte Anteil der Werbeträgerkontakte wurde durch Live-Sendungen (inkl. Umfeldberichterstattung) auf den Sendern der Hauptmedienpartner generiert.



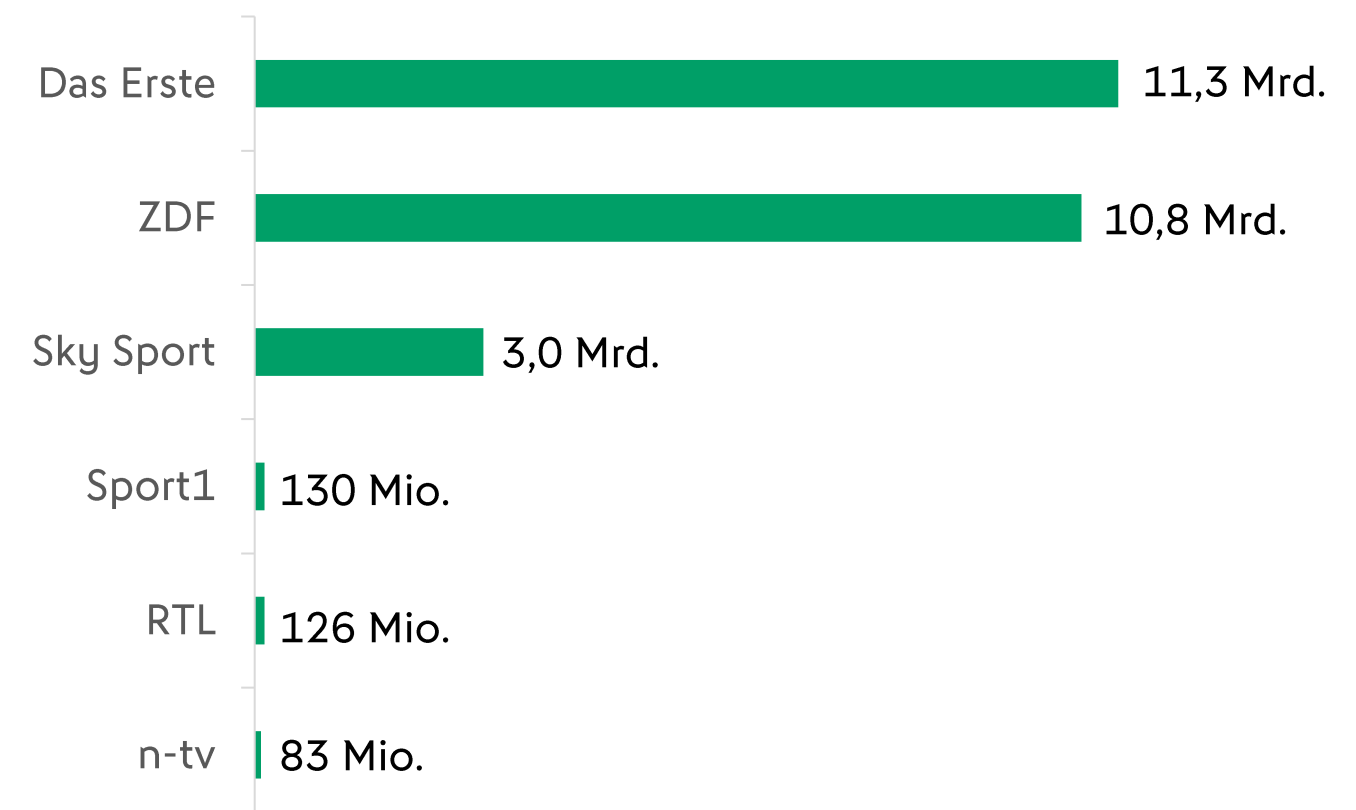
1,6 Tsd.
ANZAHL SENDUNGEN

Top-Channel nach Anzahl Sendungen



25,7 Mrd.
WERBETRÄGERKONTAKTE

Top-Channel nach WTK



MEDIENANALYSE – WEB / APP

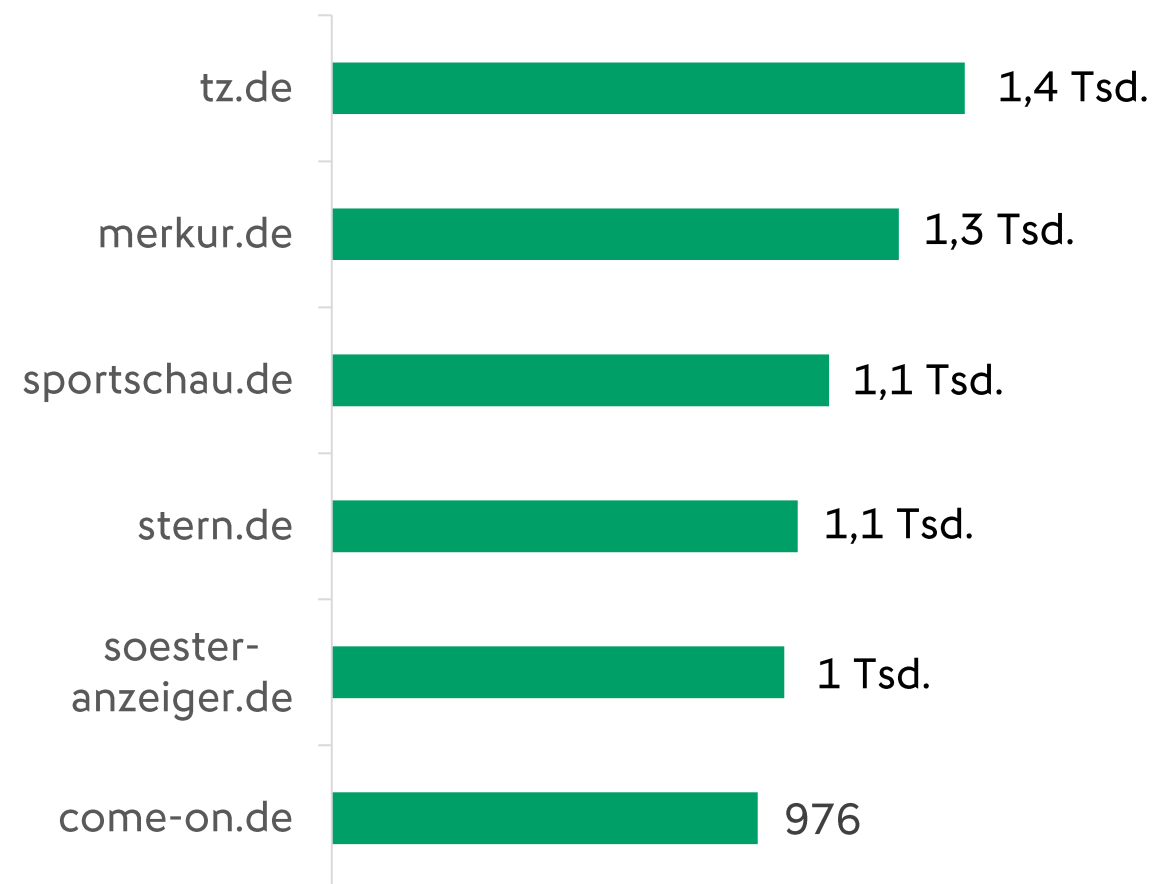
Umfang der Berichterstattung

- › Es wurden deutlich mehr Artikel im Web/App-Bereich veröffentlicht als in 2023/24. Dazu auch von kleineren Publishern, wie z.B. dem Soester-Anzeiger aus Westfalen – was sicherlich mit dem guten Abschneiden von Arminia Bielefeld zusammenhängt.



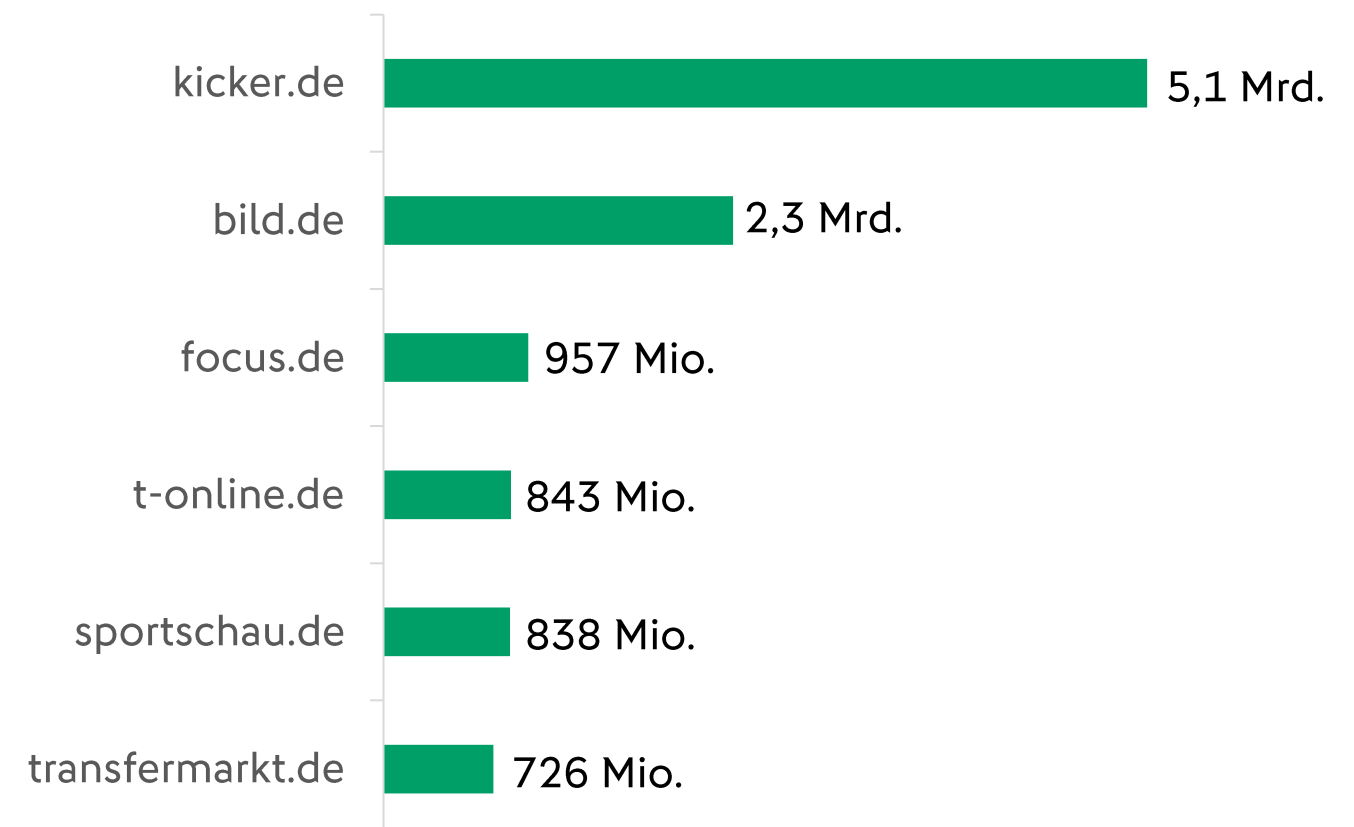
72 Tsd.
ANZAHL ARTIKEL

Top-Webseiten nach Anzahl Artikel



16,2 Mrd.
WERBETRÄGERKONTAKTE

Top-Webseiten nach WTK



MEDIENANALYSE – SOCIAL MEDIA

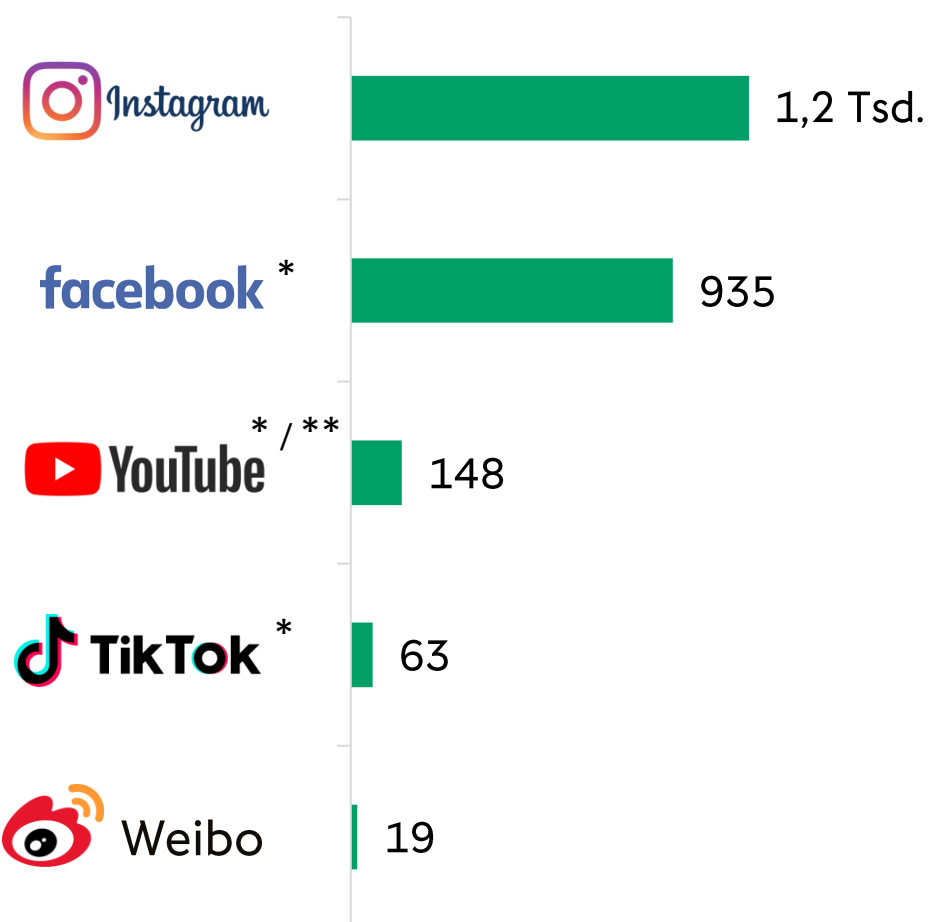
DFB eigene Kanäle – Gesamtüberblick

- › Durch die ansteigende Bedeutung von Kurzvideos auf Social Media, liegt der Fokus vermehrt auf den Trend-Plattformen Instagram, TikTok und YouTube. Der deutsche X-Kanal wurde hingegen eingestellt.



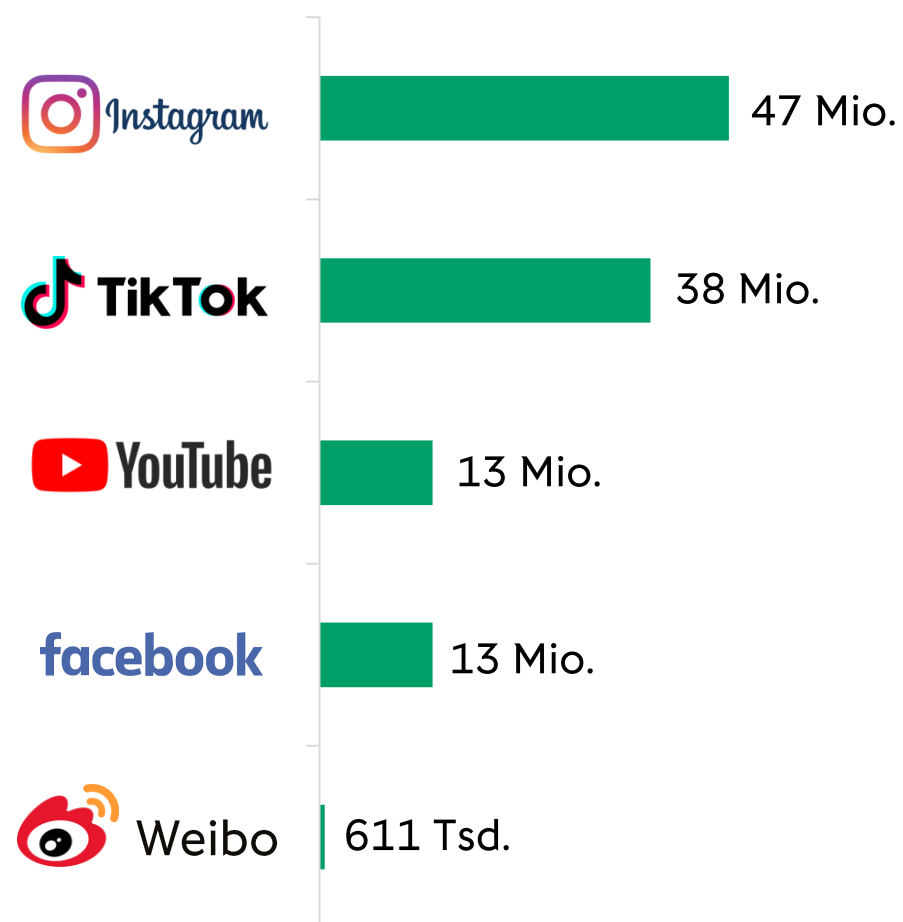
2.330
Posts

Anzahl Posts nach Plattformen



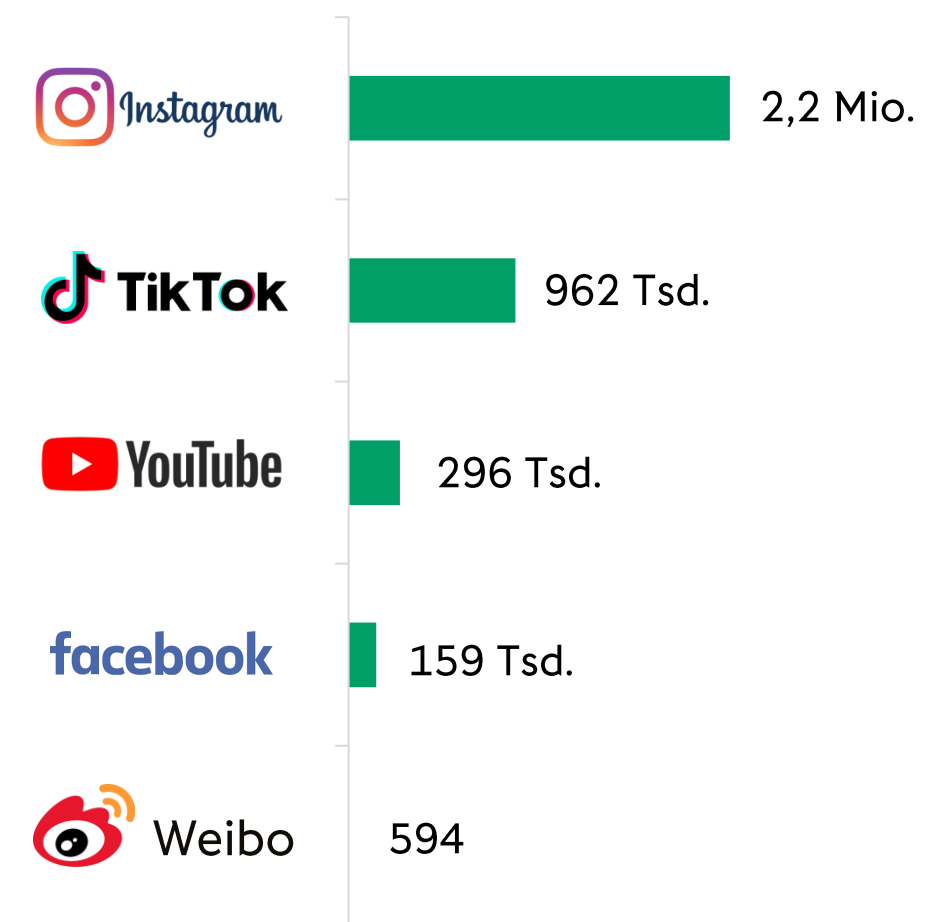
112 Mio.
Reichweite

Reichweite nach Plattformen



3,6 Mio.
Interaktionen

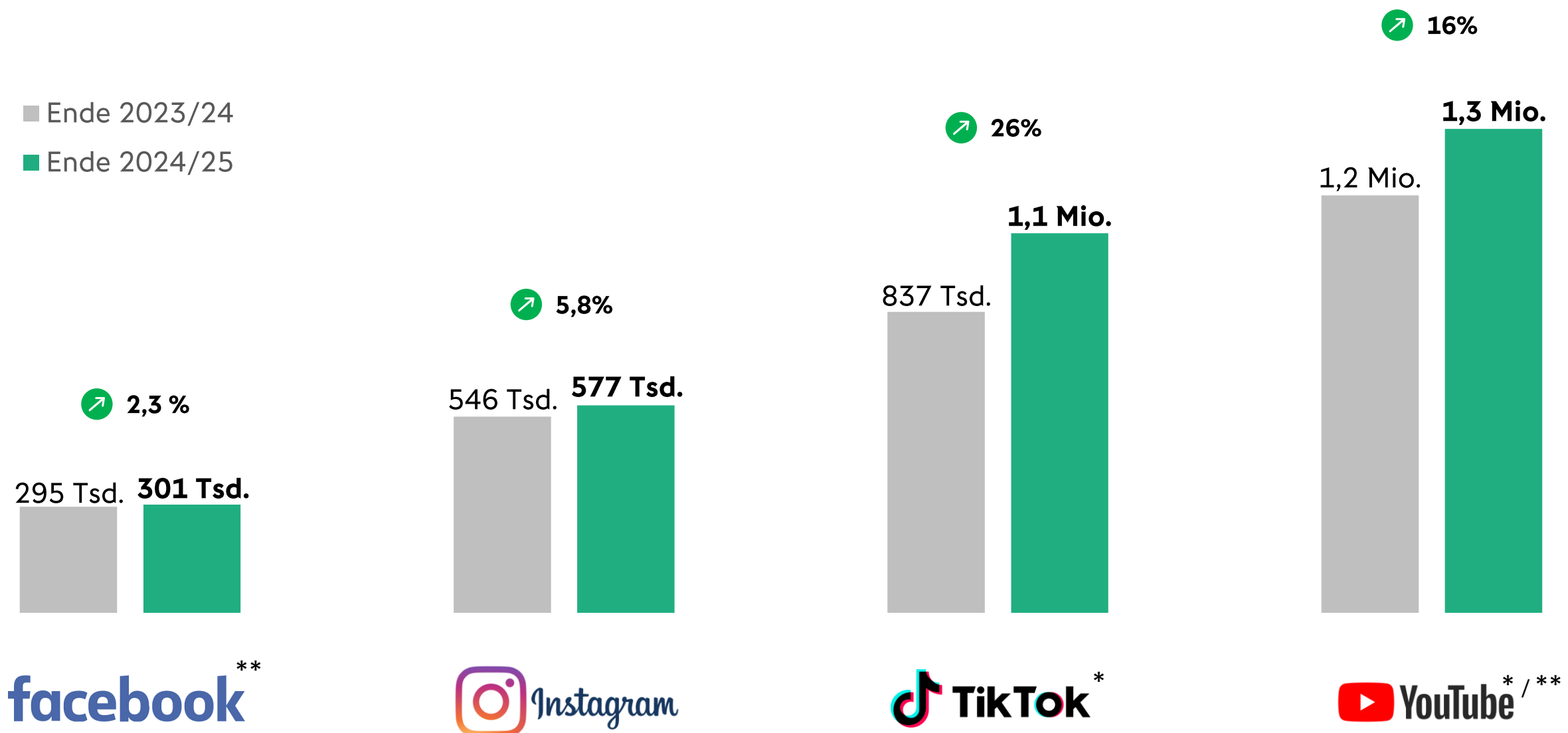
Interaktionen nach Plattformen



MEDIENANALYSE – SOCIAL MEDIA

DFB eigene Kanäle – Follower Entwicklung

- › Auf den 4 relevantesten Plattformen und DFB-Pokal-Kanälen gab es einen **Anstieg von ca. einer halben Millionen Follower** (+16%).
- › Treibender Faktor war der **DFB-TikTok-Kanal mit dem größten Wachstum** (+220 Tsd.).



FINANZEN

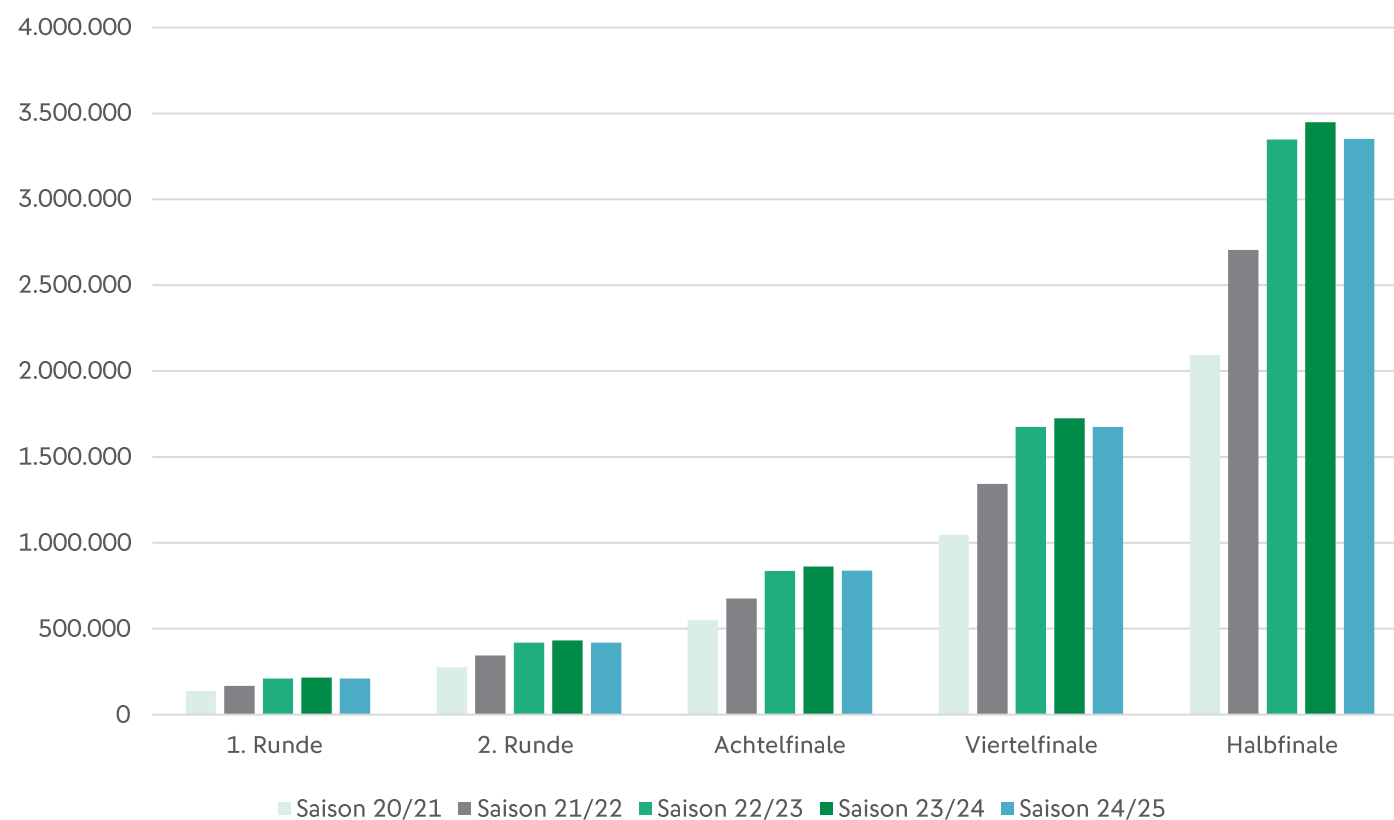
27 Finanzen



SPORTLICH REIZVOLL – FINANZIELL LUKRATIV

Der DFB-Pokal bleibt auch in der Saison 2024/25 ein äußerst attraktiver Wettbewerb – nicht nur sportlich, sondern auch finanziell. Im Rahmen der Zentralvermarktung durch den DFB bestehen weiterhin umfangreiche Verträge mit sechs Sponsoringpartnern sowie diversen nationalen und internationalen TV-Partnern.

Verteilung der Erlöse pro Verein nach Runde und Pokalsaison (in €)



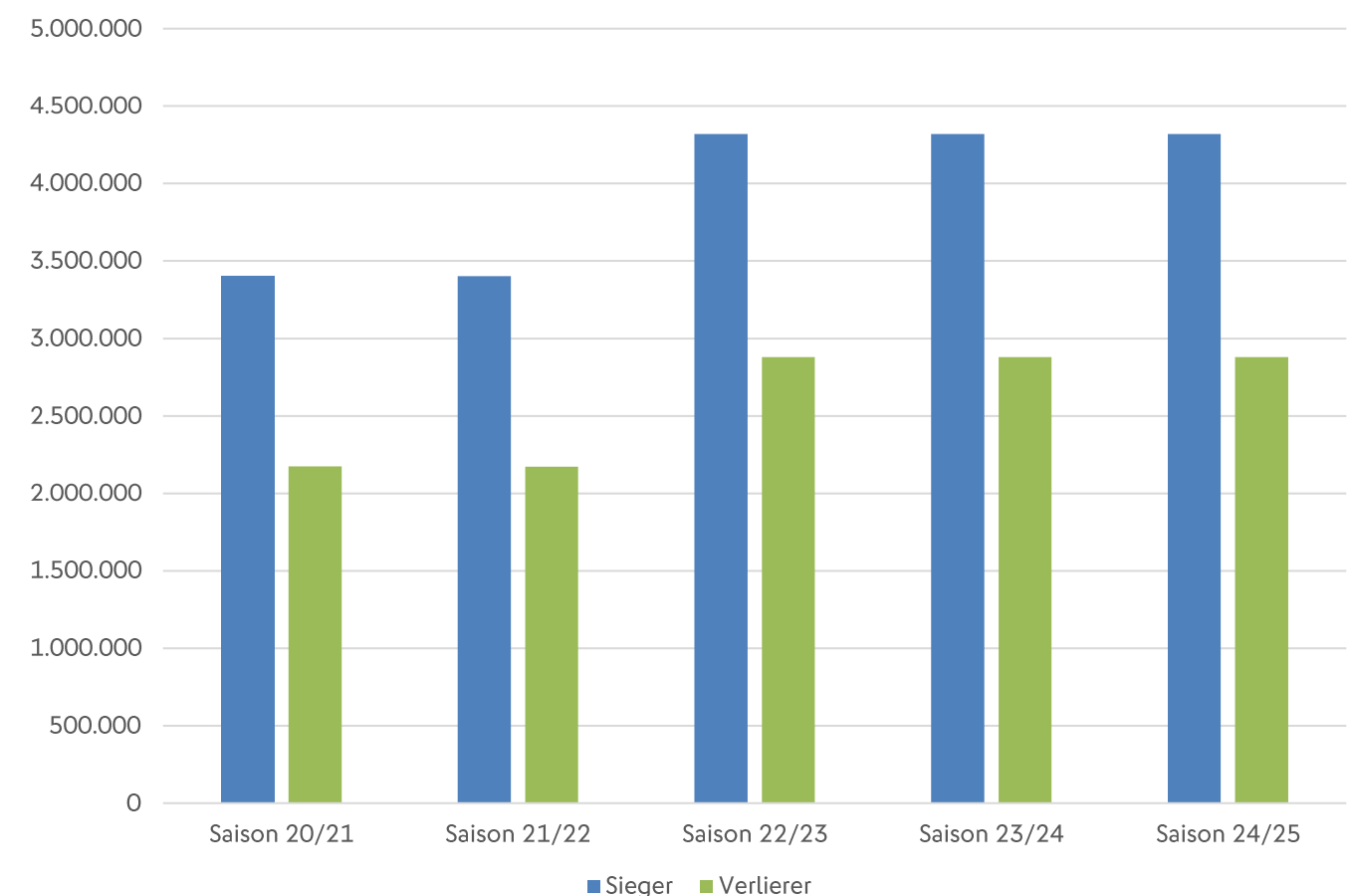
Aus den generierten Einnahmen werden zunächst die allgemeinen Betriebskosten gedeckt, darunter:

- die Produktion des TV-Basissignals,
- die Neutralisation der Stadien (z. B. Entfernung vereinseigener Werbung),
- sowie das Aufstellen der statischen-/LED-Banden.

Der verbleibende Gewinn wird anschließend gemäß einem festgelegten Verteilungsschlüssel an alle 64 teilnehmenden Klubs ausgeschüttet.

Die Ausschüttungssumme an die Vereine reduziert sich für die Saison 2024/25 aufgrund von leichten Reduzierungen im Bereich der DFB-Pokalpartner, Zahlungsausfällen bei internationalen Medienrechtspartnern sowie leichten Kostensteigerungen bei externen Dienstleistern um 3 % auf insgesamt 67 Millionen Euro von 1. Runde bis Halbfinale. Insgesamt werden bis zum Halbfinale rund 67 Millionen Euro ausgeschüttet. Für das Finale kommen weitere 7,2 Millionen Euro hinzu.

Ausschüttung an Finalteilnehmer (in €)



In der laufenden Saison 2024/25 profitieren erneut alle teilnehmenden Vereine – insbesondere auch Amateurklubs – von den gestiegenen Erlösen. Die partnerschaftliche Abstimmung zwischen DFB und DFL unterstreicht dabei die Bedeutung des Wettbewerbs für den gesamten deutschen Fußball.

PARTNER

29 DFB-Pokal Partner



STARKE PARTNER FÜR EINEN SPANNENDEN WETTBEWERB

In der zurückliegenden Saison des DFB-Pokals, dem ältesten und traditionsreichsten Wettbewerb im deutschen Fußball, haben uns sechs starke Partner begleitet. Mit STRAUSS, ERGO, FLYERALARM, FREENET, TARGOBANK und VW können wir auch diese Saison auf eine erfolgreiche und spannende Zeit voller aufregender Spiele und einzigartiger Pokal-Momente zurückblicken.

Durch eine Kombination aus innovativen Formaten, kreativen Gewinnspielen, Vor-Ort-Aktivierungen und einer starken Präsenz der Bandenwerbung wird der DFB-Pokal für Unternehmen zu einem effektiven Instrument, um Kommunikationsbotschaften im emotionalen Kontext Fußball zu platzieren und macht gleichzeitig den Wettbewerb für Fans und Kunden erlebbar – egal, ob sie live im Stadion oder von Zuhause aus mit Freunden vor dem Fernseher oder in der Lieblingsbar mitfeiern.



Als offizieller Workwear-Partner des DFB-Pokals steht Strauss für Einsatz, Teamgeist und echte Pokalmentalität – sichtbar, wo Leistung zählt.



Als engagierter Partner des DFB-Pokals bringt ERGO Fans und Fußball auf besondere Weise zusammen. Mit der Bereitstellung des Balltragekinds und der Verlosung exklusiver Pokalspielbesuche schafft ERGO emotionale Erlebnisse, die in Erinnerung bleiben. Ein besonderes Highlight ist das gemeinsame Format „11 der Runde“.



Wenn es um hochwertige Druckprodukte rund um den DFB-Pokal geht, ist FLYERALARM stets zur Stelle. Als offizieller Druckpartner sorgt das Unternehmen mit größter Sorgfalt und Präzision dafür, dass jedes Detail stimmt – von Bannern und Plakaten bis hin zu den begehrten Final-Badges.



FREENET zeigt in ihrem gemeinsamen Format mit dem DFB die besten Tore der Runde. Zudem produzieren sie einige weitere Social Media Assets, die u.a. auf Tik Tok und Instagram erscheinen. Kompakt, hochwertig aufbereitet und für Fans jederzeit abrufbar.



Mit spannenden Aktionen und Gewinnspielen, wie der Verlosung unvergesslicher „Fan-Momente“, bringt die TARGOBANK Fans ganz nah an den DFB-Pokal. Das innovative Format „Tormoment“ lädt dazu ein, legendäre Tore und Chancen auf unterhaltsame Weise neu zu erleben und mitzufiebern.



Ein unvergesslicher Moment für die VW-Einlaufkinder: Seite an Seite mit den ganz Großen auf den Rasen treten – ermöglicht durch VW-Gewinnspiele und die Unterstützung der VW-Händler in Zusammenarbeit mit dem DFB.



GEMEINSAME SOCIAL-MEDIA FORMATE

ERGO

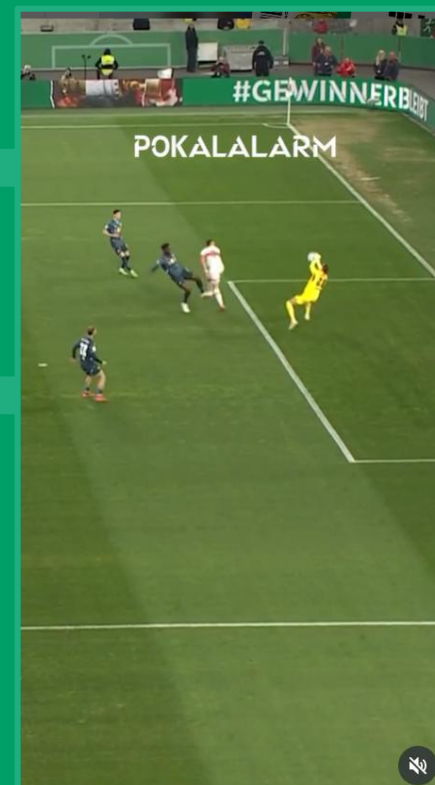
„11 der Runde“

**freenet**

„Die besten Tore der Runde“

**FLYER
ALARM**

„GOALSAVES“

**TARGO
BANK**

„TOR-MOMENT“



„WORK MODUS“



„GEWINNSPIEL“





DFB-POKAL

SAISON REPORT

2024/25