

SPORT & MARKE

LIVE EXPERIENCE

DIGITALISIERUNG

SPORTMARKEN

INNOVATIONEN

eSPORT



Premium Partner



Veranstalter



Bei uns leben alle Sportarten

JEDEN MONAT NEU.

Ein Produkt von **GOLF WEEK MEDIEN:**



JETZT ABO LÖSEN

Bestellen Sie jetzt
ein 12-Monats-Printabo von
COLOR OF SPORTS
zum Vorzugspreis von 35 EUR
(inkl. der gesetzl. Steuern).

abo@colorofsports.at

color of sports

THE SPORTS BUSINESS NEWSPAPER

Ausgabe 54

März 2019

IM FOKUS: LEICHTATHLETIK | SEITEN 20-21

Münchner Visionen

Die ISPO Munich weist der Sportbranche den Weg in die Zukunft. Im Fokus standen heuer Innovationen aus den Bereichen Wintersport, Outdoor und Fitness. Eine große Rolle spielten dabei die Themen Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Frauen und erstmals eSport.

Seiten 4-7



EISHOCKEY

Neue Saison, neue Klubs?

Bis 15. Februar mussten die Bewerbungen für die kommende Spielzeit der EBEL abgegeben werden. Es gibt Veränderungen.

Seite 8

NEUE AUFMERKSAMKEIT

Es braucht Infrastruktur

Die Sportinfrastruktur ist ein viel kritisierendes Thema, dem nun seitens der Verantwortlichen vermehrt Aufmerksamkeit geschenkt wird.

Seite 10



06. Mai 2019 // Wien

SPORT & MARKE

KOMMUNIKATION. INNOVATION. SPONSORING.

GRÖSSTER
SPORT-BUSINESS
KONGRESS
ÖSTERREICH
www.sport-marke.at



Jede **COLOR OF SPORTS** Printausgabe gibt es auch in einer digitalen Version. Das E-Paper erscheint parallel zur Printausgabe.

myreadit.at read.it





6. AUSGABE SPORT & MARKE DER BRANCHENTREFF IN WIEN

Sehr geehrte Damen und Herren!

Kaum ein anderer Wirtschaftszweig wurde in seiner gesamtwirtschaftlichen Bedeutung derart lange unterschätzt wie der Sport.

Folgt man den Ergebnissen der aktuellen Studie zur ökonomischen Bedeutung des Sports in Europa aus 2018, dann zeigt sich, dass der Sport direkt für 2,12% des europäischen BIPs verantwortlich ist. Noch höher ist der sportbezogene Beschäftigungsanteil mit 2,72% oder 5,67 Millionen Erwerbstätigen im Sport. Unter Federführung Österreichs, insbesondere auch während unseres erfolgreichen EU-Ratsvorsitzes im zweiten Halbjahr 2019, wurden die europaweiten sozio-ökonomischen Auswirkungen des Sports auf den Tourismus und die Freizeitindustrie erforscht. Auch die Wirtschaftsfelder Handel, Werbung und Vermarktung, PR-Arbeit, sowie die Presse- und Sponsorbetreuung erfahren in diesem Zuge eine immer größere Bedeutung. Auch die Athletinnen und Athleten brauchen in besagten Themenbereichen Serviceleistungen und Hilfestellungen, um all die Erwartungen, die in sie gesetzt werden, erfüllen zu können. Eine wertvolle Institution ist in diesem Zusammenhang „Sport und Recht“, betrieben von Dr. Manfred Dimmy und Stanislaw Fraczyk. Jährlich organisiert man gemeinsam mit der ESB Marketing Netzwerk AG aus St. Gallen den österreichischen Sportkongress „SPORT & MARKE“. Heuer steigt die 6. Auflage dieses Events. Die Qualität der Veranstaltung hat sich bereits herumgesprochen, rund 300 Teilnehmer werden erwartet, um die Vorträge der Fachleute aus Deutschland, Österreich und der Schweiz mit zu verfolgen. Heuer stehen unter anderem die Bereiche Digitalisierung, Networking und neue Trends in der Sportbranche auf dem Programm.

Ich danke den Organisatoren des Sportkongresses „SPORT & MARKE 2019“ für ihr Engagement und wünsche allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern erkenntnisreiche Fachgespräche und einen interessanten und angenehmen Tag in Wien.

Mit sportlichen Grüßen

Heinz-Christian Strache
Vizekanzler, Bundesminister für Öffentlichen Dienst und Sport

KEINE INSIGHTS MEHR VERPASSEN – JETZT NEWSLETTER ABONNIEREN:
NIELSENSPORTS.COM/DE



WIR UNTERSTÜTZEN SIE BESTMÖGLICHE ENTSCHEIDUNGEN ZU TREFFEN:



MARKET RESEARCH

Verständnis für die Zielmärkte und Zielgruppen



MEDIA EVALUATION

Analyse der Markenpräsenz in weltweiten Medien



CONSULTING

Beratung bei strategischen und kommerziellen Entscheidungen



MARKET INTELLIGENCE

Markt-, Wettbewerbs- und Trendanalysen



DIGITAL SERVICES

Bewertung & Optimierung von digitalem Content



MEDIA AUDIT

Schutz Ihrer globalen Marken- und Produktrechte

NIELSEN SPORTS

BEI UNS DREHT SICH ALLES UM IHRE ENTSCHEIDUNGEN IM SPORT- UND ENTERTAINMENT-BUSINESS

Als weltweit führendes Forschungs- und Beratungsunternehmen der Sport- und Entertainmentbranche analysieren wir seit mehr als 30 Jahren Markt- und Mediadaten und verknüpfen sie mit Nielsen-Insights zu regionalen und globalen Konsumententrends. Zur optimalen Nutzung dieser einzigartigen Datenvielfalt investiert Nielsen Sports kontinuierlich in neue Methoden und Technologien.

Auf dieser Basis bieten wir weltweit bereits mehr als 1.700 führenden Marken, Rechteinhaltern und Medienunternehmen eine verlässliche Entscheidungshilfe und konkrete Handlungsempfehlungen für komplexe Fragestellungen.

Nielsen Sports Deutschland GmbH • Scheidtweilerstr. 17 • 50933 Köln • Deutschland
contactsports@nielsen.com • www.nielsensports.com/de

nielsen

HILTON VIENNA DANUBE WATERFRONT

Check-In ab 08:30

Montag 06.05.2019	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	Raum
Hauptbühne	■											Waterfront
eSport	■	■										Danube Suite
Fussball			■									Waterfront
Sportmarken			■									Danube Suite
Business Networking					■							Foyer
Liga & Strategie						■						Waterfront
Live Experience						■						Danube Suite
Social Media								■				Waterfront
Innovationen								■				Danube Suite
DocLX Sports Night										■		Foyer

VERANSTALTER



1994 wurde die ESB als Europäische Sponsoring-Börse gegründet. 2014 umbenannt in ESB Marketing Netzwerk ist sie Marktführer für Know-how und Kontakte im professionellen Markt für Sport, Entertainment & Marketing. Sie bietet ihren Mitgliedern umfangreiches Know-how, branchenrelevante Kommunikationsmöglichkeiten, einen individuell abgestimmten Support sowie zahlreiche Kontaktmöglichkeiten. Dabei fördert die ESB gezielt Kooperationen und Geschäftskontakte für neues Business – mit über 500 Mitgliedern im Partner Netzwerk der ESB.

esb-online.com



Bei SPORT&RECHT handelt es sich um eine österreichische Sportmanagementfirma, bei der ein Spitzensportler und ein Rechtsanwalt, der gleichzeitig auch Dipl. Sportmarketingmanager ist, in den Bereichen Sportmanagement, Sportmarketing und Sportrecht direkt in Gesellschaftsform zusammenarbeiten. SPORT&RECHT ist spezialisiert auf die Beratung und Betreuung von Einzelsportlern, Sportvereinen und Sportverbänden sowie auf die Organisation von Sportevents. Geschäftsführer Dr. Manfred Dimmy war u.a. als Manager der Handball-EURO 2010 tätig.

sportundrecht.at

BUSINESS NETWORKING

13.30

Foyer

Auch in der 6. Ausgabe bietet SPORT & MARKE den Gästen viel Raum für Networking und Erfahrungsaustausch. Beim „Business Networking“ haben 20 Teilnehmer die Möglichkeit, sich systematisch innerhalb von 30 Minuten zu vernetzen. Die Anmeldung erfolgt im Voraus per Email an Felix Berger | berger@esb-online.com.



ESPORT

🕒 09.30 Parallel

📍 Danube Suite

Moderation | **Ralf Leister**, Moderator & Speaker, ralfleister.com

Electronic Sports Festival – Entertainment für den Mainstream?

2019 geht das ESF - powered by T-Mobile in die 2. Runde. Neben einer grossen LAN- und EXPO-Area stehen eSports und die Community im Vordergrund. Die Telekom engagiert sich seit Beginn bewusst als Partner. +6.000 Besucher im Jahr 2018 sprechen für ein breites Interesse. Ist eSports im Mainstream angekommen? Wer sind die Besucher und Zielgruppen?

Thomas Kroupa, CCO, DocLX Holding

Profisportler 2.0 – FC RB Salzburg und der eSports | Interview

Was als Hobby vor der N64 und FIFA99 begann, ist für Andres Torres mittlerweile zum Beruf geworden. Er ist hauptberuflich als E-Sportler beim FC Red Bull Salzburg unter Vertrag und Österreichs erster E-Sportler überhaupt. Was war ausschlaggebend, dass sich der FC Red Bull Salzburg für Andres entschieden hat? Wie sieht der Alltag eines E-Sportlers aus? Gibt es Parallelen zu Profi-Fußballern? Was erhofft sich der FC Red Bull Salzburg aus der Zusammenarbeit?

Andres Torres, E-Sportler, FC Red Bull Salzburg

NoFuchsGiven - Why athletes are betting on esports?

In 2018, Former Austrian Captain and current Leicester City's defender Christian Fuchs formed his own eSports team, NoFuchsGiven esports. Professional FIFA players represent his team at tournaments around the world. But why is competitive gaming the industry of the future? How should traditional athletes approach the e-sports sector?

Colm Ó'Méalóid, Manager, NoFuchsGiven esports

Wo steht der eSports in Österreich? | Diskussion

Wo steht der eSports im Vergleich zu den klassischen Sportarten? Sponsoren, Turniere und Events finden bereits erfolgreich statt. Doch ist eSports in der Bevölkerung angekommen? Wie wird der Markt professionalisiert? Wie groß ist das Potential in Österreich?

Maximilian Heske, Head of Digital Sports, Sky Österreich

Thomas Kroupa, CCO, DocLX Holding

Andres Torres, E-Sportler, FC Red Bull Salzburg

Marco Harfmann, Director Transformation & Marketing Communications, A1 Telekom Austria

🕒 11.00 Kaffeepause

Mit auf der Bühne



HAUPTBÜHNE

🕒 09.00 Parallel

📍 Waterfront

Moderation | Hans-Willy Brockes, Geschäftsführer, ESB Marketing Netzwerk

Begrüßung

Hans-Willy Brockes, Geschäftsführer, ESB Marketing Netzwerk

Dr. Manfred Dimmy, Rechtsanwalt & Geschäftsführer, SPORT&RECHT

Rise of the Sports Influencer – Ansatzpunkte für eine erfolgreiche Sponsoringstrategie

Sportler als Influencer sind die neue und kleinste Form eines Sportrechtehalters. Die Athleten haben die größte Strahlkraft in den sozialen Medien. Müssen Marken ihr Portfolio anpassen, um ihre Zielgruppen erfolgreich über Social Media anzusprechen? Welche Besonderheiten müssen die Sponsoringverantwortlichen berücksichtigen?

Lars Stegelmann, Executive Vice President Commercial, Nielsen Sports ¹

Medientrends 2019 - Charles Bahr erklärt die Generation Z

Parallel zur Schule hat sich Charles Bahr mit 14 Jahren seine eigene Agentur aufgebaut. Mit seinem Team berät er zum Thema Influencer-Marketing. Was sind aktuelle Trends in 2019? Wie tickt die Generation Z und was müssen Marken heute beachten?

Charles Bahr, Jungunternehmer ²

Mit Vollgas in die Zeitenwende: So zahlt sich Sponsoring in der Formel E aus

Der österreichische Technologie- und Industriegüterkonzern voestalpine (Jahresumsatz: 11,3 Milliarden Euro) wirbt seit 2019 großflächig in der Formel E. Das B2B-Unternehmen will mit dem Engagement sein Geschäftsfeld E-Mobilität weiterentwickeln – und den Technologiekonzern voestalpine positionieren.

Mag. Peter Felsbach, MAS, Head of Group Communications, voestalpine ³

FIFA - Digitale Transformation & Innovation

Über die Hälfte der Bevölkerung sah die Berichterstattung zur FIFA-Weltmeisterschaft 2018™. Alleine das Finale wurde von mehr als 1,1 Milliarden Menschen live verfolgt. Über welche Kanäle transportiert die FIFA das Produkt Fußball? Wie beeinflussen digitale Tools und Plattformen die Reichweite und das Erlebnis?

Christoph Roost Abderhalden, Senior Manager Special Projects, FIFA ⁴

Sportwetten in Österreich: Lizenzierung und Perspektiven

Österreich war eines der ersten Länder in Europa, in denen Sportwetten zugelassen wurden. Nun kommt es in immer mehr Ländern zu einer Lizenzierung, die es in Österreich aktuell noch nicht gibt. Wie weit sind die Pläne dazu fortgeschritten? Wie denken die Wettanbieter darüber? Welche Chancen ergeben sich daraus für Sportvereine und -verbände?

Moderation | Nikolaus Beier, Member of Management Board, LAOLA1 ⁵

Philipp Trattner, stv. Kabinettschef & Sektionschef im Sportministerium ⁶

Jürgen Irsigler, Geschäftsführer, Admiral Sportwetten ⁷

Philip Newald, Geschäftsführer, tipp3 Sportwetten ⁸

Dominik Beier, Speaker of the Board, Interwetten ⁹

Rudolf Hundstorfer, Präsident, Österr. Bundes-Sportorganisation ¹⁰

🕒 11.00 Kaffeepause





Gemeinsam ist der Aufstieg unaufhaltsam.

Der Markt ist voller Extreme: Preiskampf, Druck und Stress an allen Fronten.
Wir widmen uns den Dingen, die wirklich wichtig sind.
Zuhören zum Beispiel, die Anliegen und Wünsche aufnehmen und
in Druckprodukte umsetzen, die unsere Kunden am Markt erfolgreich machen.
Wir freuen uns auf ein persönliches Gespräch.

Druckerei Bösmüller. Kompetenz, die überzeugt.
www.boesmueller.at

FUSSBALL

🕒 11.30 Parallel

📍 Waterfront

Moderation | **Michael Fiala**, Chefredakteur, Color of Sports / Herausgeber, 90minuten.at

Vision: «Beliebteste Sportliga der Welt»

Die deutsche Bundesliga zählt zweifelsohne zu den europäischen Topligen im Fußball. Die DFL hat für die Bundesliga darüber hinaus die ambitionierte Vision, die beliebteste Sportliga der Welt zu werden. Wie gestaltet die DFL die Markenstrategie des deutschen „Kulturguts“ Bundesliga?

Christian Pfennig, Mitglied der Geschäftsleitung, DFL

Die neue Tipico Bundesliga: Feinschliff für die Marke?

Ein Neuanfang bringt nicht nur Veränderungen mit, die allen gefallen. Vor welchen Entwicklungen und Herausforderungen steht die Bundesliga in Österreich?

Mag. Reinhard Herovits, Vorstand, Österreichische Fußball-Bundesliga

Sky: Livereport & Zahlen zum neuen Fußball-Produkt

Neues Fußball-Format, neues TV-Produkt. Wie nimmt der Fan die neue Liga an? Wie hat sich das Produkt Fußball im ersten Jahr verändert?

Michael Radelsberger, Vice President Go-to-Market Strategy, Sky Österreich

Sportkonsum heute: Angebot vs. Nachfrage | Diskussion

Neue Medien wie OTT Player, neues Nutzungsverhalten und neue Rechtekonstellationen verändern die Medienlandschaft rasant. Wie stark orientiert sich das Angebot an den Bedürfnissen der Konsumenten? Gibt es überhaupt noch «DEN» Sportkonsumenten?

Mag. Reinhard Herovits, Vorstand, Österreichische Fußball-Bundesliga

Michael Radelsberger, Vice President Go-to-Market Strategy, Sky Österreich

Mag. Hans-Peter Trost, Leiter Hauptabteilung Sport, ORF

Christian Pfennig, Mitglied der Geschäftsleitung, DFL

🕒 13.00 Mittagspause



Sky ist einer der führenden Entertainment-Anbieter in Österreich und bietet seinen Kunden das Beste aus der Welt des Sports: unter anderem die Tipico Bundesliga, die 1. und 2. Deutsche Bundesliga, den DFB-Pokal sowie die UEFA Champions League. Darüber hinaus zeigt Sky die Formel 1, die EBEL, die ABL, Spitzentennis der ATP Tour, Wimbledon sowie die Major-Golf-Turniere. Zuschauer in Österreich können das Programm zuhause und unterwegs über Sky Q und jetzt auch via Sky X sehen.

sky.at

Mit auf der Bühne



SPORTMARKEN

🕒 11.30 Parallel

📍 Danube Suite

Moderation | **Hans-Willy Brockes**, Geschäftsführer, ESB Marketing Netzwerk

Tour de France – Leitmarke im Radsport?!

Die Tour de France ist als viertgrößte Sportveranstaltung der Welt ein sehr wichtiges Trendbarometer und Innovationsplattform. Welche Impulse gibt die Tour de France dem Radsport aktuell? Wie werden Sponsoren, Medien und Fans (digital) verknüpft?

Claude Rach, Head of Strategy & New Events, Amaury Sport Organisation

FC Bayern Basketball: Mit Sportkultur zur eigenen Identität

Wie differenziert der Verein seine Marke mit der jungen, urbanen Dynamik und dem Ideenreichtum der Basketballkultur vom »König Fußball«? Wie bleiben die Ideale und die Tradition der Muttermarke im Einklang?

Jakob Merten, Member of the Board, Creative Director, Millhaus

Kia: Sponsor als Streaming-Plattform

Kia hat im September 2018 die Spiele von Dominic Thiem beim ATP-250-Turnier in St. Petersburg exklusiv auf kia.com übertragen. Fans konnten somit sämtliche Spiele von Thiem live und kostenlos mitverfolgen. Wie war die Resonanz der Zuschauer? Konnten durch die Exklusivität Leads generiert werden? Ist dies ein Übertragungs-Modell für die Zukunft?

René Petzner, Leitung Marketing, Kia Austria

Quo vadis Tennis? | Diskussion

Nationale Sporthelden und internationale Top-Spieler sind die Zuschauergaranten bei Tennis-Turnieren. Mit ihnen gehen Sponsoren und die langfristige Finanzierbarkeit einher. Welchen Stellenwert hat der Tennis-Sport für große Sponsoren? Entwickelt sich die Tenniswelt in die richtige Richtung oder müssen bestehende Konzepte überdacht werden?

Herwig Straka, Geschäftsführer, e|motion management

Sandra Reichel, Geschäftsführerin, Reichel Business Group

MMag. Christina Toth, Präsidentin, Österreichischer Tennisverband



tipp3 ist eine Marke der Österreichischen Sportwetten GmbH. Seit August 2001 ist tipp3 der Inbegriff der österreichischen Sportwette und vertreten in mehr als 3.300 Annahmestellen, über das Internetportal www.tipp3.at sowie über die tipp3 App. tipp3 ist ein treuer Premiumpartner des Österreichischen Fußball-Bundes und ebenso langjähriger Premiumpartner des SK Rapid Wien und Partner des FK Austria Wien.

tipp3.at | oeswe.at

Mit auf der Bühne





CONCEPT SOLUTIONS

EVENT TECHNOLOGY & PRODUCTION SERVICES

JETZT UNVERBINDLICH ANFRAGEN +43 1 908 13 78 13, OFFICE@DERIGEL.AT



LIGA & STRATEGIE

🕒 14.00 Parallel

📍 Waterfront

Moderation | [Hans-Willy Brockes](#), Geschäftsführer, ESB Marketing Netzwerk

Neues Format, neue Medienpartner, neuer Hauptsponsor – hat sich die Reform gelohnt?

Auch für die 2. Fußball-Liga ist die Saison 2018/19 in ihrer Spielform und Medienpräsenz eine Premiere. Die Spiele sind online als Stream bei LAOLA1 zu sehen. Wie wird die neue digitale Liga zu einem Unterhaltungsformat für die Fans? Wie wird das Streaming angenommen? Welche Strategie steckt hinter dem Engagement des neuen Hauptsponsors?

[Andreas Koeberl](#), Geschäftsführer, HPYBET

[Markus Blümel](#), Head of Advertising & Sponsorship Sales Austria, LAOLA1

spusu LIGA – Mit Daten & Sponsoren zu mehr Reichweite?

Die Handball-WM hat in Deutschland ein breites Medienecho ausgelöst. Mit Blick auf die WM 2020 im eigenen Land ist das Potential für den Handball groß. Wie gelingt der Liga eine mediale Präsenz? Wie helfen Daten und strategische Partnerschaften mit Liga-Sponsor spusu bei der Entwicklung des Handball-Produkts in Österreich?

[Tom Berger](#), Geschäftsführer, spusu Handball Liga

Champions Hockey League – Europaweites Fan Engagement durch die CHL Fan Challenge

Mit der CHL Fan Challenge verbindet die Champions Hockey League Eishockey-Fans von 32 Teams aus 14 Ländern. Welche Ziele wurden mit der CHL Fan Challenge erreicht und welche Reichweite konnte generiert werden? Welcher Content ist fanrelevant? Welchen Einfluss hat die Gamification-Plattform auf den höchsten Europapokal-Wettbewerb im Eishockey?

[Monika Reinhard](#), Communication & Digital Media Manager, Champions Hockey League

Eishockey Quo Vadis – Medien, Sponsoren, Relevanz? | Diskussion

Während in Deutschland die Telekom streamt und sich in der Schweiz UPC als TV-Sender Eishockey gesichert hat, teilen sich Servus TV und Sky in Österreich die Rechte. Wie wird Eishockey national und international zu einer relevanten Plattform für Sponsoren und Fans?

[Christian Feichtinger](#), Geschäftsführer, ERSTE Bank Eishockey Liga

[Katja Brüderer](#), Sponsoring & Events, Deutsche Eishockey Liga

[Rolf Bachmann](#), Chief Operation Officer, SC Bern Eishockey



LAOLA1 ist Österreichs größtes Sportportal und führender Sportcontentanbieter. Topaktuelle LIVE-Ticker, Highlight-Videos, News, Interviews und Statistiken begeistern täglich alle Sportfans. LAOLA1 ist zudem der größte Sportvermarkter Österreichs. LAOLA1 wurde mit seinen Schwesternfirmen im Juli 2016 von Sportradar erworben.

[laola1.at](#)

Mit auf der Bühne



LIVE EXPERIENCE

🕒 14.00 Parallel

📍 Danube Suite

Moderation | [Daniel Zuber](#), Leitung Programm, ESB Marketing Netzwerk

Die Zukunft von Live-Experience: Alles digital?

Was muss eine Live-Experience und ein Event heute bieten? Welche technischen Voraussetzungen sind notwendig, um ein Event digital zu verlängern? Kostenloses WIFI, Virtual Reality oder LED Screens? Wie erfüllt man die Erwartungen der Besucher und erzeugt ein nachhaltig bleibendes Erlebnis?

[Florian Weber](#), Geschäftsführer, Concept Solutions

Eversports: Die Booking-Plattform für den Sport?

Mit Hilfe von Eversports werden Sportangebote von über 100 verschiedenen Sportarten sichtbar gemacht. Pro Monat gehen über 600.000 Online-Buchungen ein. Für Städte, Regionen und Betreiber von Sportstätten eine gemeinsame Chance. Wie wichtig sind Digitalisierung und neue Zahlungsmodelle für Sportangebote und Regionen?

[Hanno Lippitsch](#), CEO, Eversports

Alpine Ice – Eislaufen am Berg: Spinnerei oder Trend?

Die Gasteiner Bergbahnen haben gemeinsam mit ALPINE ICE und AST Suisse das Pilotprojekt Eislaufen am Berg konzipiert. Das Bergerlebnis wird in mehreren Phasen in den nächsten Jahren umgesetzt. Welche Auswirkungen hat dieses Projekt auf den Tourismus? Kommt Eislaufen als beliebteste Wintersportart der Europäer nun auch auf die Berggipfel?

[Martin Schobert](#), Geschäftsführer, Alpine Ice

Mastercard: Priceless Experiences am Hahnenkammrennen

Beim spektakulärsten Skirennen der Welt setzt Mastercard seinen Fokus auf hochkarätige Sportevents fort. Die Markenaktivierung gelingt über diverse Premium-Erlebnisse vor Ort. Wie funktioniert Event-Marketing im digitalen Zeitalter. Gibt es heute noch priceless experiences?

[Birgit Becher](#), Marketing-Chefin, Mastercard

🕒 15.30 Kaffepause

Mit auf der Bühne





#SPORTUNDMARKE



SOCIAL MEDIA

🕒 16.00 Parallel

📍 Waterfront

Moderation | [Ralf Leister](#), Moderator & Speaker, [ralfleister.com](#)

Chancen, Trends & Content für Social Media im Sport

[Michael Litschka](#), Geschäftsführer, ML Sport

Österreichischer Tennisverband: Neue Digitalagenda für den Tennis?

Gerade für Verbände sind digitale Kanäle Türöffner für relevanten Content und neue Sponsoren. Wie setzt der ÖTV Social Media für seine Kommunikationsagenda ein? Wie viel Zeit und Ressourcen sind dafür notwendig? Wie werden Verbandsmitglieder zu Multiplikatoren?

[Thomas Schweda](#), Geschäftsführer, Österreichischer Tennisverband

Ermacora/Pristauz: Mit Power-Volleyball zu mehr Rampenlicht? | Interview

Im Sommer ist Wien der Nabel der Beachvolleyball-Welt. Mit erfolgreichem Beachvolleyball präsentieren sich Sportler für neue Sponsoren. Wie gestaltet sich die Selbstvermarktung für das österreichische Duo ohne Management? Was sind die Herausforderungen im Spagat zwischen den Sport- und Sponsoren-Interessen?

[Martin Ermacora & Moritz Pristauz](#), Beachvolleyballer, Vizestaatsmeister

fussballreisen.at: Wie die Marke durch klugen Social-Media-Einsatz gewachsen ist

Vom kleinen Sportreisebüro mit einer Social-Media-Community zum österreichischen Marktführer. Wie sieht die Digitalstrategie von fussballreisen.at aus? Wie werden Kunden zu digitalen Multiplikatoren? Wie nutzt die Marke Communities von Fremdseiten?

[Christian Pramberger](#), Geschäftsführer, [fussballreisen.at](#)

Nina Burger: Social Media als Kanal für den Frauenfußball? | Interview

Für Sportler sind digitale Medienkanäle der direkte Draht zu Fans und Followern. Was müssen Sportler bei der Kommunikation beachten? Wie wird Social Media zu einem erfolgreichen Partner für die eigene Kommunikation?

[Nina Burger](#), Österreichische Fußball-Nationalspielerin

Round Table | [Eure Chance](#), eure Fragen



ML Sport sorgt seit Ende 2015 für die perfekten Social Media-Auftritte von Vereinen, Athleten und Unternehmen und produziert in den Standorten Wien und Steinhausen (CH) alle Inhalte – von Videos über Grafiken bis zum Text - in-house. Zu den prominenten Kunden der stark wachsenden Agentur zählen u.a. die Österreichische Fußball-Bundesliga, die Schweizer Super League, Handball Schweiz, der ÖTV, UNIQA oder Admiral sowie Nina Burger, Janine Flock und viele weitere Athleten.

[mlmarketing.at](#)

Mit auf der Bühne



INNOVATIONEN

🕒 16.00 Parallel

📍 Danube Suite

Moderation | [Daniel Zuber](#), Leitung Programm, ESB Marketing Netzwerk

Drei: So werden Fan-Userdaten zum Markenturbo

[Stefan Müllner](#), Business Development, Hutchison Drei Austria

FK Austria Wien: Personalisierte Tickets als Umsatztreiber

Der Fußballklub FK Austria Wien bietet seinen Fans & Sponsoren die Möglichkeit, personalisierte Tickets dank keyper mobil und digital an Dritte zu transferieren. Wie senkt dies die No-Show-Rate und erhöht den Stadionumsatz? Welche Chancen ergeben sich für Klub & Sponsoren?

[Andreas Kienbink](#), Gründer und CEO, keyper

[Alexander Munda](#), Marketing & Vertrieb, FK Austria Wien

Wie Stickerstars und Billa Kindheitsträume erfüllen

Eine Kampagne, die lokal wirkt, emotional verbindet und echte Stars kreiert. Lokale Aufmerksamkeit für Marken zu erwirken und dabei die Zielgruppe emotional zu erreichen, ist eine kommunikative Challenge. Wie erzeugt Stickerstars im Rahmen der Sponsoring-Aktivierung von Coca-Cola und Ferrero eine emotionsgeladene Kampagne?

[Michael Janek](#), Geschäftsführer, Stickerstars

Wie Blockchain & Token den Sport revolutionieren

Top-Clubs wie Juventus Turin und PSG kreieren einen eigenen Fan-Token. Doch was ist ein Token überhaupt und wie profitieren Spieler, Clubs und die Ligen von der Technologie? Wie entstehen neue Finanzierungsmodelle? Welche Anwendungsbeispiele sind möglich?

[Dirk Weyel](#), CEO, Stryking

Performance marketing in sports

D2C (Direct-to-Consumer) is the strategy WePlay pursues to activate brands and sell more tickets. Cases from Yokohama Tyres, Ryder Cup or Ironman demonstrate the importance of performance marketing in sports. And organizations such as FC Barcelona, Chelsea Football Club and Turkish Airlines EuroLeague Basketball are best-cases to reach new markets.

[Kenny Ager](#), Client Services Director, WePlay



Business

Hutchison Drei Austria GmbH ist ein 100%iges Tochterunternehmen von CK Hutchison Holdings Limited (Hongkong) und Mitglied der 3Group Europe. Als führender Telekommunikations-Anbieter in Österreich bietet das Unternehmen Mobiltelefonie, Internet, Festnetz, Fernsehen und Business-Lösungen aus einer Hand. Seit seinem Start im Jahr 2003 gilt das Unternehmen als Pionier bei einfachen Lösungen für das digitale Leben bis hin zu M2M/IoT-, Netzwerk- und IT-Services für Unternehmen.

[drei.at](#)

Mit auf der Bühne



AB 17.30

SPORTS NIGHT

BY DOCLX

PRESENTER



Golf Week Mediengesellschaft
Wien, colorofsports.biz

PREMIUM PARTNER



Bösmüller Print Management
Stockerau, boesmueller.at



Nielsen Sports
Köln, niensports.com/de



Concept Solutions Veranstaltungstechnik
Wien, derigel.at

FORUM PARTNER



Hutchison Drei Austria
Wien, drei.at



Sky Österreich
Wien, sky.at



LAOLA1
Wien, laola1.at



tipp3
Wien, tipp3.at



ML Sport
Wien, mlmarketing.at

SPORTS NIGHT PRESENTER



DocLX Holding
Wien, doclx-Holding.com

SUPPORTER & AUSSTELLER



MEDIEN PARTNER



#sportundmarke

SPORT-MARKE.AT



Netzwerk Hilton Honors
Passwort SportMarke2019



Teilnehmer-Login sport-marke.at
Passwort SportMarke2019

ESB Marketing Netzwerk
Postfach 519
CH-9001 St. Gallen
Tel. +41 71 223 78 82
esb-online.com

Ansprechpartner
Daniel Zuber
Email: zuber@esb-online.com

Veranstaltungsort
Hilton Vienna Danube Waterfront
Handelskai 269
1020 Wien, Österreich

Bildrechte
© GEPA, Gabriele
Grießenböck & Timo Knop