

SPORT & MARKE

DIGITALISIERUNG

INNOVATIONEN

SPORTRECHTE

AKTIVIERUNG

eSPORT



WWP



**WE LOVE THE GAME.
WE CHANGE THE GAME.**

www.wpp-group.com

SPORT & MARKE



VORWORT

Sehr geehrte Damen und Herren,

Sport bietet nicht nur die Grundlage für jeden Einzelnen zu einer positiven, aktiven und gesunden Lebensgestaltung, sondern ist in den letzten Jahrzehnten auch zu einem gesamtgesellschaftlichen Phänomen geworden, dessen Auswirkungen auf manche Bereiche bisweilen nach wie vor unterschätzt wird.

Im Bereich von Wirtschaft und Tourismus leistet der Sport im Zuge der Umwegrentabilität, aber auch als eigenständiger Wirtschaftsfaktor, enorm viel. Gerade im Sportjahr 2018 ist mit einer Fußball-Weltmeisterschaft, den Olympischen Spielen sowie Paralympics die massive wirtschaftliche Bedeutung von Großevents ja nicht von der Hand zu weisen. Die Erforschung dieser wichtigen Facette des Sports ist noch eine vergleichsweise junge wissenschaftliche Disziplin, in der auch das österreichische Sportministerium maßgeblich und federführend auf nationalem und internationalem Gebiet mitwirkt. So wird dieses Jahr beim anstehenden Vorsitz Österreichs während der EU-Ratspräsidentschaft erneut ein Schwerpunkt auf die europaweiten ökonomischen Auswirkungen des Sports für Tourismus und die Freizeitindustrie gelegt. Diese Agenda wurde schon 2006 beim letzten Vorsitz verfolgt und unser Land soll hier weiterhin eine „Pole-Position“ einnehmen.

Daher freut es mich sehr, dass der SPORT & MARKE Kongress, der heuer bereits zum fünften Mal am 7. Mai im Hotel Hilton Vienna Danube Waterfront stattfindet, diese elementaren Themen durch einen spannenden Mix aus Panel-Diskussionen, Key-Note-Referaten und Best-Case-Beispielen aufgreifen wird.

Ich danke den Organisatoren des Sportkongresses „SPORT & MARKE 2018“ für ihr Engagement und wünsche allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern einen konstruktiven und erkenntnisreichen Gedankenaustausch!

Mit sportlichen Grüßen

Heinz-Christian Strache

Vizekanzler, Bundesminister für Öffentlichen Dienst und Sport

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 und semiprofessionellen 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.

www.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.

www.sportundrecht.at



UNLOCK THE VALUE OF SPONSORSHIP WITH NIELSEN SPORTS

**IHR UNABHÄNGIGER PARTNER
IM SPORT- UND ENTERTAINMENTBUSINESS
FORSCHUNG | ANALYSEN | BERATUNG**

Nielsen Sports
Scheidtweilerstr. 17, 50933 Köln, Deutschland
contactsports@nielsen.com • www.nielsensports.com

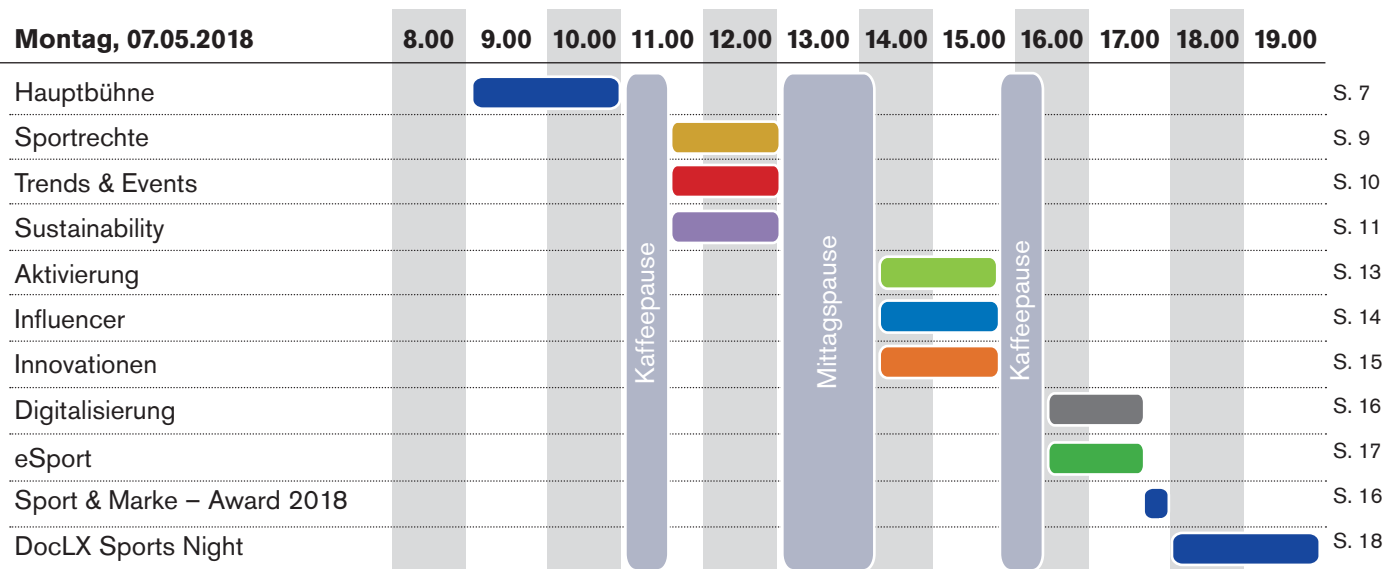
nielsen
.....

ÜBERSICHT

HILTON VIENNA DANUBE WATERFRONT

Check-In ab 08.30

Montag, 07.05.2018



AUF DER BÜHNE



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

colorofsports
THE SPORTS BUSINESS NEWSPAPER

Ausgabe 44 März 2018

SPONSOR-FOCUS-JAHRESBILANZ: MARKT LEGTE 2017 KRÄFTIG ZU | SEITEN 16-17

Die ISPO Munich ist die wichtigste Plattform im Sport-Business und bietet je nach Interesse die passenden Highlights. Zudem wurde den Fachbesuchern ein Einblick in die digitale Transformation der Branche gewährt.

Made in München

Seiten 4-9

FUSSBALL BUNDESLIGA
Drehscheibe zweite Liga
Mit Anpfiff der neuen Saison bekommt die zweithöchste Spielklasse eine neue Rolle verpasst und fungiert als Drehscheibe zwischen Amateur- und Profisport.
| Seite 10

PYEONGCHANG 2018
Heimathafen Austria House
Auf 1.200 Quadratmetern und zwei Etagen holen sich österreichische Athleten und Betreuer in Südkorea ein Stückchen Heimat.
| Seite 12

07. Mai 2018 // Wien

SPORT & MARKE
KOMMUNIKATION. INNOVATION. SPONSORING.

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

Österreichische Post AG WZ 1420/0077-M Golf Week Medien g.m.b.h., Kaiserbreitenhof, Straße 312-314 / Haus 1, 1110 Wien

ESB www.esb.com

sportrecht

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

myreadit.at read.it

Download on the
App Store

ANDROID APP ON
Google Play

KIOSK kiosk.at

www.colorofsports.at

HAUPTBÜHNE

09.00 Begrüßung

Hans-Willy Brockes, CEO, ESB Marketing Netzwerk

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

Sponsor-Trend 2018: Darum lieben Marken ROSI

Einer der Top-Trends im Sportbusiness ist die holistische Bewertung und Steuerung von Sponsorings. Professionell aufgestellte Brands starten bereits bei der Segmentierung der Fans der gewählten Plattform. Die Entscheider identifizieren die richtigen Touchpoints der jeweiligen Fan Journeys und richten ihre Kommunikation darauf aus mit dem Ziel, ihre Medienbudgets effizienter zu platzieren.

Lars Stegelmann, Executive Vice President Commercial Operations, Nielsen Sports

Bank Austria & Dominic Thiem: Markenpositionierung mit Testimonial

Dominic Thiem, die österreichische Nummer 1 im Tennis, ist seit Juli 2017 Markenbotschafter der Bank Austria. Wie gestaltet sich die Zusammenarbeit? Welche Positionierung strebt die Bank Austria mit dem Tennisprofi an?

Andrea Schmitz-Dohnal, Head of Marketing, Bank Austria

Janine Flock - Medaillenjägerin & Markenliebling? | Interview

Der Wintersport prägt die Sportlandschaft in Österreich. Attraktive und erfolgreiche Sportlerinnen werden in den Medien und in der Öffentlichkeit hofiert. Macht sich diese Popularität auch im Sponsoring-Interesse bemerkbar? Welche Management-Unterstützung hat Janine Flock? Was sind die Herausforderungen im Spagat zwischen den Sport- und Sponsoren-Interessen?

Janine Flock, Skeleton-Pilotin, Vize-Weltmeisterin, 2-fache Europameisterin

Interwetten – Ski Alpin mit Weitsicht?

Es ist außergewöhnlich, dass Wettanbieter im Wintersport aktiv sind. Welches Potential sieht Interwetten im Wintersport? Was ist am ÖSV so besonders, dass eine Entscheidung für ihn gefallen ist? Nach welchen Kriterien geht Interwetten eine Partnerschaft ein?

Werner Becher, Vorstandssprecher, Interwetten

Österreich: Vorreiter oder digitales Schlusslicht | Interview

Die Abgeordnete Frau Dr. Therese Niss arbeitet gemeinsam mit der Bundesministerin Frau Dr. Schramböck an den Themen Digitalisierung und Wirtschaft. Wie kann die Internet- und Digitaloffensive gelingen? Und welche Herausforderungen kommen da auf uns zu?

Dr. Therese Niss, Abgeordnete zum Nationalrat und Digitalisierungssprecherin der ÖVP

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

SPORTRECHTE

Sky ist in Österreich mit rund 400.000 Kunden und einem Jahresumsatz von über 170 Mio. Euro eines der führenden privaten TV-Unternehmen. Sky bietet das umfangreichste Sport-Programmangebot mit Highlights wie der deutschen und österreichischen Fußball Bundesliga, Champions League, Golf, Tennis und Basketball und dem einzigen österreichischen 24-Stunden-Sportnachrichtensenders Sky Sport News HD. Mit einem 360-Grad-Angebot über alle Verbreitungswege setzt Sky auch in der Werbevermarktung Maßstäbe.
www.sky.at

Moderation

Thomas Trukesitz, Moderator, Sky

11.30 Die neue Fußball-Bundesliga

Österreich erhält zur Saison 2018/19 ein neues Ligaformat. Zwölf Teams spielen in der Bundesliga in 22 Runden mit anschließenden Playoffs in der Meister- und Qualifikationsgruppe. Spannung und Exklusivität als Produkt-Treiber. Was kann die neue Liga wirklich?

Christian Ebenbauer, Vorstand, Österreichische Fußball-Bundesliga

Die neue Dimension - Sky und die österreichische Bundesliga ab der Saison 2018/19

Die Exklusiv-Rechte der Bundesliga hat sich Sky Österreich für die nächsten vier Jahre gesichert. Für Sky-Abonnenten ist die Bundesliga neben der TV-Übertragung auch durch Streaming-Angebote von überall zugänglich. Als Einzelbuchung oder 195 Spiele im Paket. Wie profitieren Kunden, Fans und Zuschauer?

Christine Scheil, Geschäftsführerin, Sky Österreich

Sponsoring & Werbung: Pay-TV vs. Free-TV | Podiumsdiskussion

Exklusivität für Sky und nur noch vier Live-Spiele der Bundesliga im Free-TV. Ein Einschnitt für die Reichweite der Sponsoren oder eine Chance für neue Werbeformate? Was sind die Auswirkungen für Sponsoren, Medien, Klubs und Liga?

Philip Newald, Geschäftsführer, tipp3

Dr. Holger Enßlin, Geschäftsführer, Sky Österreich / Geschäftsführer Legal, Regulatory & Distribution, Sky Deutschland

Marcel Grell, Geschäftsführer, FOCUS Marketing Research

Christian Ebenbauer, Vorstand, Österreichische Fußball-Bundesliga

Moderation: Michael Fiala, Chefredaktion, Color of Sports / Herausgeber, 90minuten.at

13.00 Mittagspause

Parallele Foren

TRENDS & EVENTS

S. 10

SUSTAINABILITY

S. 11



TRENDS & EVENTS

TRENDS & EVENTS

Moderation

Fabian Weber, Leitung Marketing, ESB Marketing Netzwerk

11.30 Das Sammelbilder-Phänomen – Ein Marketingturbo für Marken?

Große Sportrechte sind komplex und teuer, weshalb der Amateursport eine potente Alternative für Marken bietet. Coca-Cola, Ferrero, Edeka, Rewe & Co emotionalisieren ihre Marken bereits mit individualisierten Sammelbildern. Im Wettbewerb um treue Kunden zählen vor allem Emotionen und Authentizität. Vom Sportsponsoring zum Sportpartnering?

Michael Janek, Geschäftsführung, Stickerstars

Radsport-Boom in Österreich? Events, Nachwuchs und Sponsoren

Mit der Tour of the Alps im April, der Österreich-Rundfahrt im Juli und der Rad-WM im September empfängt Tirol 2018 die Rad-Elite. Wie profitiert der Radsport langfristig von diesem Sportjahr? Wie werden Nachwuchstalente gefördert und herangeführt? Wie wird aus dem Hype ein erfolgreiches Produkt für Zuschauer und Sponsoren?

Thomas Pupp, Teammanager, Tirol Cycling Team

16. Welt Gymnaestrada 2019 – Konzept & Perspektiven

Unter dem Motto „come together. show your colours!“ kommen zum zweiten Mal über 20.000 internationale Sportler für das größte Breitensportevent nach Dornbirn. Warum ist das Event für Sponsoren attraktiv? Wie wird das Event nachhaltig zur Erfolgsstory?

Marc Brugger, MBA, Leiter Marketing & Kommunikation, Welt Gymnaestrada 2019

Handball EHF EURO 2020 - Das Sportgroßereignis als Zugpferd für Österreich?

24 Mannschaften, drei Veranstalter, eine Europameisterschaft - Wie ist die Strategie für die EHF EURO 2020 und wer profitiert davon? Was sind Chancen und Risiken für die Veranstalter? Wie beeinflussen die Gastgeberländer Österreich, Schweden und Norwegen die Reichweite der Sponsoren, die Stimmung der Fans und den Handball in Österreich?

Bernd Rabenseifner, Generalsekretär, ÖHB

Mag. Christoph Joklik, MBA, Geschäftsführer, EURO 2020

spusu HLA – Auswirkung der EM auf die heimische Handball-Liga | Talk

Mag. Thomas Berger, Geschäftsführer, spusu HANDBALL LIGA AUSTRIA

13.00 Mittagspause

Parallele Foren

SPORTRECHTE

S. 9

SUSTAINABILITY

S. 11



SUSTAINABILITY

Bösmüller Print Management verleiht Werten AusDRUCK. Als eines der führenden Qualitäts-Druckunternehmen Österreichs ist Bösmüller Partner von vielen namhaften Marken im Sport- und Tourismus-Bereich. Die Kompetenz erstreckt sich von der Entwicklung individueller Print- und Verpackungslösungen, Give-aways, VIP-Packages, Programm- und Sponsoren-Drucksorten u.v.m., über die hochqualitative Produktion und Endfertigung bis hin zu weltweiten Logistik-Services.
www.boesmueller.at

Moderation

Ing. Doris Wallner-Bösmüller, Geschäftsführerin, Bösmüller Print-Management

11.30 Nachhaltigkeit im Sport – Status Quo, Ausblick & Chancen

Seit 2017 gilt in der EU für 6.500 Unternehmen die CSR-Berichtspflicht. Welchen Einfluss nimmt die CSR-Berichtspflicht auf den Sport? Welche Potentiale für Image, Revenue, die Erschließung neuer Vermarktungspotentiale hat Sustainability? Wie gestalten Viessmann, BMW, UniCredit, DKB das Thema Nachhaltigkeit?

Jürgen May, Geschäftsführer, 2bdifferent

Österreichisches Umweltzeichen für Green Events und Green Locations

Da Events immer häufiger an außergewöhnlichen Veranstaltungsorten stattfinden und besondere Rahmenbedingungen aufweisen, sind spezielle Anforderungen zu berücksichtigen. Kriterien sind neben dem Angebot von umweltverträglichen Anreisen auch Auflagen für Location, Aufbau, Verpflegung, Unterkünfte und weitere Aspekte. Wie wird das Umweltzeichen von der Branche aufgenommen? Lohnt sich der größere Aufwand für die Veranstalter?

Dr. Regina Preslmair, Green meetings/Tourismus, Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus

Viessmanns Sponsoring-Strategie für's nächste Jahrhundert

Effizienz, Energiemanagement, Elektrifizierung, Nachhaltigkeit und Digitalisierung sind die wichtigsten Themen des Familienunternehmens Viessmann. Neben dem Wintersport engagiert sich Viessmann seit der Saison 2017/18 in der Formel-E und beim englischen Premier-League-Club Huddersfield Town. Wie aktiviert und verknüpft Viessmann seine Sponsoring-Engagements in der Zukunft?

Florian Fehr, Head of Sponsoring, Viessmann

Dominik Tomberg, Inhaber, vriendly

13.00 Mittagspause

Parallele Foren

SPORTRECHTE

S. 9

TRENDS & EVENTS

S. 10



CAN YOU *feel* IT'S
CONCEPT SOLUTIONS?

Jetzt unverbindlich für Ihr Event anfragen
office@derigel.at oder unter +43 1 908 13 78 13



IHR ÖSTERREICHISCHER TECHNIKPARTNER



AKTIVIERUNG

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 sowie über das Internetportal. tipp3 ist ein treuer Premiumpartner des Österreichischen Fußball Bundes und ebenso langjähriger Premiumpartner des SK Rapid Wien und des FK Austria Wien sowie Partner der Österreichischen Fußball Bundesliga.

www.tipp3.at | www.oeswe.at

Moderation

Hans-Willy Brockes, CEO, ESB Marketing Netzwerk

14.15 Die Rolle des Sportsponsorings in der Purchase Journey

Das Thema „Purchase Journey“ hält Einzug unter Marketingentscheidern. Welche Faktoren bestimmen den Wertbeitrag des Sportsponsorings im Vergleich zu anderen Werbe-Touchpoints? Welche Bedeutung kommt digitalen Nutzerdaten in der Sponsoring-Aktivierung bei? Welche Implikationen ergeben sich aus der Journey-Logik für Sponsoren und Sponsoring-Anbieter?

Markus Mayer, Director Strategy & Business Development, WAVEMAKER Deutschland

Milka – Sponsoring-Strategie zwischen Kontinuität und Wandel

Die lila Kuh ist im alpinen und nordischen Bereich seit 1995 als Sponsor aktiv. Neben Einzelsportlern, wie Skistar Anna Veith, hat sich die Mondelez-Marke nun auch beim Österreichischen Olympischen Comitéé engagiert. Wie ist diese Entwicklung zu bewerten? Welche Perspektiven ergeben sich aus den bisherigen und den neuen Partnerschaften?

Livia Kolmitz, Unternehmenssprecherin, Mondelez Österreich/Ungarn & Schweiz

Coca-Cola: Innovatives Sportsponsoring abseits des üblichen Scheinwerferlichts

Neben den FIFA Fußball-Weltmeisterschaften™ und Olympischen Spielen, unterstützt Coca-Cola auch die FIFA World Cup Trophy Tour, das Nachwuchsturnier Coca-Cola Cup sowie die Special Olympics. Wie messbar ist Sponsoring-Erfolg? Wie wichtig sind Erlebnisse im digitalen Zeitalter?

Philipp Bodzenta, Unternehmenssprecher, Coca-Cola

Kaffeepause

15.45 Parallele Foren

INFLUENCER

S. 14

INNOVATIONEN

S. 15



INFLUENCER

INFLUENCER

Moderation

Daniel Zuber, Leitung Programm, ESB Marketing Netzwerk

14.15 Red Bull & OVERLAND - Adventure & Markenerlebnisse in Realtime

Der Red-Bull-Athlet Paul Guschlbauer, einer der weltbesten Paraglider, fliegt ab Juni 2018 mit einem Buschflugzeug von Alaska nach Patagonien die klassische OVERLAND Route. Der Athlet als Storycreator, Storyteller, Produzent und Influencer. Wie werden Partner wie Red Bull und SALEWA auf den Kanälen integriert?

Kurt Kaiser, CEO/Managing Partner, NOW:

Neymar Jr's Five – Markenerlebnisse auf dem globalen Fußball-Court

Mehr als 100.000 Teilnehmer aus 60 Ländern spielen in zehn Minuten 5 gegen 5. Nach jedem Tor verliert die gegnerische Mannschaft einen Spieler. Wie sorgt das Event für Content, Reichweite und Emotionen? Wie aktiviert Red Bull die Partnerschaft weltweit und lokal? Wie gelingt die Wechselwirkung zwischen Sportler & Marke?

Johnny Ertl, Project Manager, Neymar Jr's Five

Generali und A1: Digitale Brandawareness am Hahnenkamm-Rennen

In Kitzbühel wurden gezielt Influencer eingesetzt, um Interviews und „Behind the Scenes“-Momente für Marken wie Generali, Interwetten und A1 zu kreieren. Ziel war die digitale Aktivierung der Sponsoring-Aktivitäten rund um das Hahnenkamm-Rennen 2018. Wie funktionieren Influencer als Markenbotschafter im Sponsoring-Umfeld und wie entsteht dabei wertiger Content für Marken? Wie werden Emotionen aus Kitzbühel für Kunden und Fans transportiert?

Philipp Martin, CEO, Reachbird

15.45 Kaffeepause

Parallele Foren

AKTIVIERUNG

S. 13

INNOVATIONEN

S. 15



INNOVATIONEN

sporteo Int. Sportmanagement AG ist ein Full-Service-Sportmanagementunternehmen, spezialisiert auf ganzheitliches Sportmanagement und integrierte Kommunikation im Fußball. sporteo verantwortet die zentrale Bandenvermarktung des UNIQA ÖFB Cups und vermarktet Livespiele im Rahmen der heimischen Tipico Bundesliga. Darüber hinaus vermietet und verkauft sporteo unternehmenseigene Digitalbanden an Verbände, Clubs und Großveranstaltungen und Logistik, Betreuung und die Umsetzung. Aus 30 Jahren Erfahrung und ihrem internationalen Netzwerk agiert sporteo zudem als Intermediär zwischen Clubs und Investoren.
www.sporteo.cc

Moderation

Martin Kowalewski, COO, sporteo

14.15 Die UEFA Champions League-Reform und die Auswirkungen für Österreich

Wie hoch ist der Einfluss der europäischen Profiligen bei der UEFA auf die Entwicklung im Fußball? Wie kann die finanzielle Schere zwischen großen und kleinen Klubs geschlossen werden? Wie gelingt eine nachhaltige Entwicklung der Sportart in Europa, auf nationaler und auf internationaler Ebene?

Georg Pangl, Generalsekretär, EPFL European Professional Football Leagues

Welche Rolle spielt der österreichische Fussball auf internationaler Ebene? | Talk

Georg Pangl, Generalsekretär, EPFL European Professional Football Leagues

Dr. Leo Windtner, Präsident, ÖFB Österreichischer Fußball-Bund

Picue – Ex-Fussballprofi Marcell Jansen startet Social-Media-Innovation

Die Social-Media-Plattform Picue wurde im Januar 2018 lanciert. Erstmals kann der User nicht nur einzelnen Personen, sondern Gruppen und deren Aktion und Interaktion folgen. Wie funktioniert Picue? Wie können Vereine und Sponsoren von Picue profitieren? Welches Engagement hat Marcell Jansen bei Picue und welche anderen Karrieren forciert der Ex-Nationalspieler?

Marcell Jansen, Geschäftsführer, Picue / eh. deutscher Nationalspieler & Bundesliga-Profi

Stephan Niggemeyer, Geschäftsführer, Picue

leAD Sports – Adi Dasslers Digitalerbe

480 Sport-Startups aus der ganzen Welt haben sich 2017 für den leAD Sports Accelerator in Berlin beworben, die 15 besten wurden ausgewählt. Die Belohnung: 25.000 EUR Investment und Support bei der Ausgestaltung neuer Business-Modelle. Gegründet von den Enkeln von Adi Dassler - Klaus, Horst und Stefan Bente - fördert leAD den digitalen Sport und wandelt sich im nächsten Schritt zum „Powerhouse for Global Sports Entrepreneurship“, inklusive eigenem Investment-Fund. Wird dort die Zukunft des Sports gestaltet?

Benjamin Penkert, Head of Consulting, leAD Sports Accelerator

15.45 Kaffeepause

Parallele Foren

AKTIVIERUNG

S. 13

INFLUENCER

S. 14



DIGITALISIERUNG



LAOLA1.at ist Österreichs größtes Sportportal und führender Sportcontentanbieter. Topaktuelle LIVE-Ticker, Highlight-Videos, News, Interviews und Statistiken begeistern täglich alle Sportfans. LAOLA1 produziert u.a. im Auftrag der Deutschen Telekom seit der Bundesliga-Saison 2013/14 gemeinsam mit seiner Schwesternfirma unas media productions die Spielbilder aller Bundesligapartien für die Club-TV-Portale von zahlreichen Vereinen der 1. und 2. Deutschen Fußball Bundesliga.
www.laola1.at

Moderation

Hans-Willy Brockes, CEO, ESB Marketing Netzwerk

16.15 Neue Kommunikationswege für (Sport-)Medien – Chance oder Gefahr?

Chatbots als Kundenbindungs- und Vertriebsstool, Podcasts als Informationsquelle und neue Plattformen zur Emotionalisierung der Marke. Wie positiv und negativ beeinflussen digitale Tools die Kommunikation? Welche Plattformen und Kanäle eignen sich für welche Zielgruppe? Wie lassen sich Partner, Sponsoren und Produkte zielgerecht einbauen?

Nikolaus Beier, Director Digital Platforms, LAOLA1

Western Union & FC Liverpool – brand boost worldwide

As a global leader in cross-currency and financial services Western Union connects the world. The sponsorship with the FC Liverpool helps to engage with fans and customers worldwide. How does Western Union use football as a communication-tool and the +30 million Liverpool fans as new brand ambassadors?

Joanne Hunger, Director Central Europe, Western Union Business Solutions

Der (un-)nötige Kampf um Sport-Rechte? | Podium

Olympische Spiele, Fußball, US-Sport, Wintersport, Breitensport und die Österreichischen Ligen. Der Sport kämpft um Aufmerksamkeit. Die Rechte-Situation wird komplexer, vielfältiger und teurer. Sind Sport-Rechte noch refinanzierbar? Leisten Streaming- und neue Medienformate tatsächlich einen Mehrwert für Kunden?

Martin Szerencsi, Legal Advisor, ORF

Rainer Geier, Geschäftsführer, LAOLA1

Mario Lenz, Head of Sports Content, ProSiebenSat.1 PULS4

17.45 SPORT & MARKE – AWARD 2018

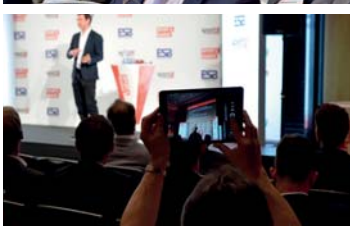
Erstmals ausgezeichnet wird die beste Sponsoring-Leistung mit einer/m Sportler/in. Einfluss auf die Bewertung nehmen die Attribute Markenfit, ROI und Kreativität. Welche Kooperation zwischen Sportler/in und Marke war heuer am effizientesten?

18.00 DocLX Sports Night

Parallele Foren

eSPORT

S. 17



eSPORT

Moderation

Daniel Zuber, Leitung Programm, ESB Marketing Netzwerk

16.15 The Changing Face of eSports

Wer im eSport vorne mitspielen will, muss Leidenschaft und Commitment mitbringen. paysafecard gelingt dies bereits seit Jahren und zeigt den Weg an die eSport Spitze - vom Sponsor zum globalen Partner.

Oliver Wolf, VP Marketing, paysafecard

A1 bringt eSports League nach Österreich

eSport ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen: Es gibt bereits mehr als 100.000 registrierte eSportler in Österreich. Mit Gründung der A1 eSports League Austria gibt es eine professionelle Plattform. Wie sind die Erfahrungen nach der ersten Saison? Wie emotionalisiert A1 die eigene Marke mit eSport?

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

Wie Marken im eSport aufdrehen – Dynamische Markenaktivierung at its best

Zahlreiche Marken wie Mercedes-Benz, BMW und SAP engagieren sich im eSport. League of Legends, Counterstrike und Dota gehören zum Sponsoringjargon wie Fußball und Olympia. Wie aktiviert man Sponsorships in der gaming-affinen Zielgruppe digital, live und emotional? Wie werden 100 Millionen aktive Gamer kapitalisiert?

Karsten Bentlage, Managing Director, Lagardère PLUS

willhaben als Vorreiter im eSport – Ist der Markt für Sponsoren nun gesellschaftsfähig? | Podium

Die Marktplatz-App willhaben ist der erste Sponsor eines österreichischen eSport-Teams. Seitdem sind einige Unternehmen nachgezogen. Welchen Mehrwert bietet der eSport für Unternehmen in Österreich? Ist dabei sein wirklich alles? Wer profitiert vom Trend-Thema eSport?

Franz Vosicky, eSport-Lead, willhaben

Stefan Baloh, Präsident, eSport Verband Österreich

Mag. Rainer Rößlhuber, Geschäftsführer, Österreichischen Bundes-Sportorganisation (BSO)

18.00 DocLX Sports Night

Parallele Foren

DIGITALISIERUNG

S. 16



SPORTS NIGHT

DOCLX SPORTS NIGHT

DOCLX
HOLDING

DocLX, Österreichs größte Eventagentur und Jugendmarketing-Spezialist ist seit 20 Jahren erster Ansprechpartner in der Eventbranche für die Bereiche B2B Events, Incentives oder Roadshows. DocLX ist mit seinen 30 Mitarbeitern aber auch „der Platzhirsch“ im Bereich Jugendmarketing und kann als einziger Anbieter am Markt mit erfolgreichen Eigenevents – angefangen von internationalen Eventreisen für Maturanten oder Studenten, über Großclubbings, Bällen, Messen oder eigenen Clubformaten, Partnern Plattformen zur erfolgreichen Kommunikation mit speziellen Zielgruppen anbieten. Seit Dezember 2015 ist DocLX Konzessionär der Wien-Karte, Österreichs erfolgreichster Tourismus-Karte. Pro Jahr werden ca. 350.000 Karten an Wien-Touristen verkauft.
www.doclx.com

18.00 DocLX Sports Night

Das Get-together am Abend hat längst Kult-Status. Gemeinsam mit DocLX wird bereits zum fünften Mal die Sportbusiness-Party ausgetragen. Ein Muss für alle Entscheider der Österreichischen Sportszene. In lockerer Atmosphäre am Donau-Ufer sind hier Freundschaften und Partnerschaften entstanden. Genießen Sie das herrliche Ambiente des Hilton Vienna Danube Waterfront sowie Köstlichkeiten, präsentiert von Österreichs kreativem Eventspezialisten DocLX.



FINALLY THINKING OUT OF THE BOX?

SORRY, WE HAVE NEVER BEEN INSIDE!

Österreichs Nummer 1 im Jugend- und Eventmarketing

DOCLX
HOLDING www.doclx-holding.com



PARTNER

PREMIUM PARTNER



SUPPORTING PARTNER

PRESENTER SPORTS NIGHT



FORUM PARTNER



MEDIEN PARTNER



ANMELDUNG



ANMELDUNG UNTER

WWW.SPORT-MARKE.AT

ODER DAS FORMULAR PER FAX AN: +41 71 223 78 87

Der Kongress SPORT & MARKE findet am 07. Mai 2018 in Wien statt.

Tagesticket I Standard

07.05.2018
550,- EUR zzgl. MwSt.

beinhaltet:
Kongress inkl. aller Foren und Verpflegung
DocLX Sports Night

Hotelzimmer:

Kongressteilnehmer von SPORT & MARKE profitieren am 06./07. Mai 2018 von Sonderkonditionen.
Anmeldung über folgende Webseite www.sport-marke.at/anmeldung/

Ich melde mich verbindlich zur Teilnahme für SPORT & MARKE an.

Vor-/Nachname

Funktion

Firma

Strasse, Nr. / Postfach

PLZ, Ort, Land

Telefon

Email

Weitere Personen

Kontakt

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

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

Mit dem Eingang der Anmeldung entsteht ein rechtsgültiger Vertrag. Die Anmeldebestätigung geht Ihnen in Form einer Rechnung zu und ist innerhalb von 14 Tagen zahlbar. Bei Stornierung (nur schriftlich) bis eine Kalenderwoche vor Kongressbeginn wird eine Stornogebühr von 50% der Teilnahmegebühr fällig. Danach wird der gesamte Teilnehmerbetrag erhoben. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers, auch im Falle von höherer Gewalt, bei Verhinderung durch Krankheit, Unfall oder ähnlichen Verhinderungsgründen ist die volle Teilnahmegebühr fällig. Ein Ersatzteilnehmer kann jederzeit gestellt werden. Für allfällige Programmänderungen, Druckfehler und Referenten-Ausfälle übernimmt der Veranstalter keine Haftung. Fotos: ©pixel&korn | Carlos Albuquerque. Titelbild: Bank Austria

Kongressort

Hilton Vienna Danube Waterfront
Handelskai 269
1020 Wien
Österreich

ESB
MARKETING NETZWERK

sport
&recht