02. Mai 2023 // Wien

Presenter
SPORTS BUSINESS.at

SPORT & MARKE

DIGITALISIERUNG VON SPORTEVENTS

SPORTINFRASTRUKTUR

TOURISMUS & EVENTS

MARKEN IM SPORT

SPONSORING

© Martina Valmassoi

Veranstalter

ESB MARKETING NETZWERK

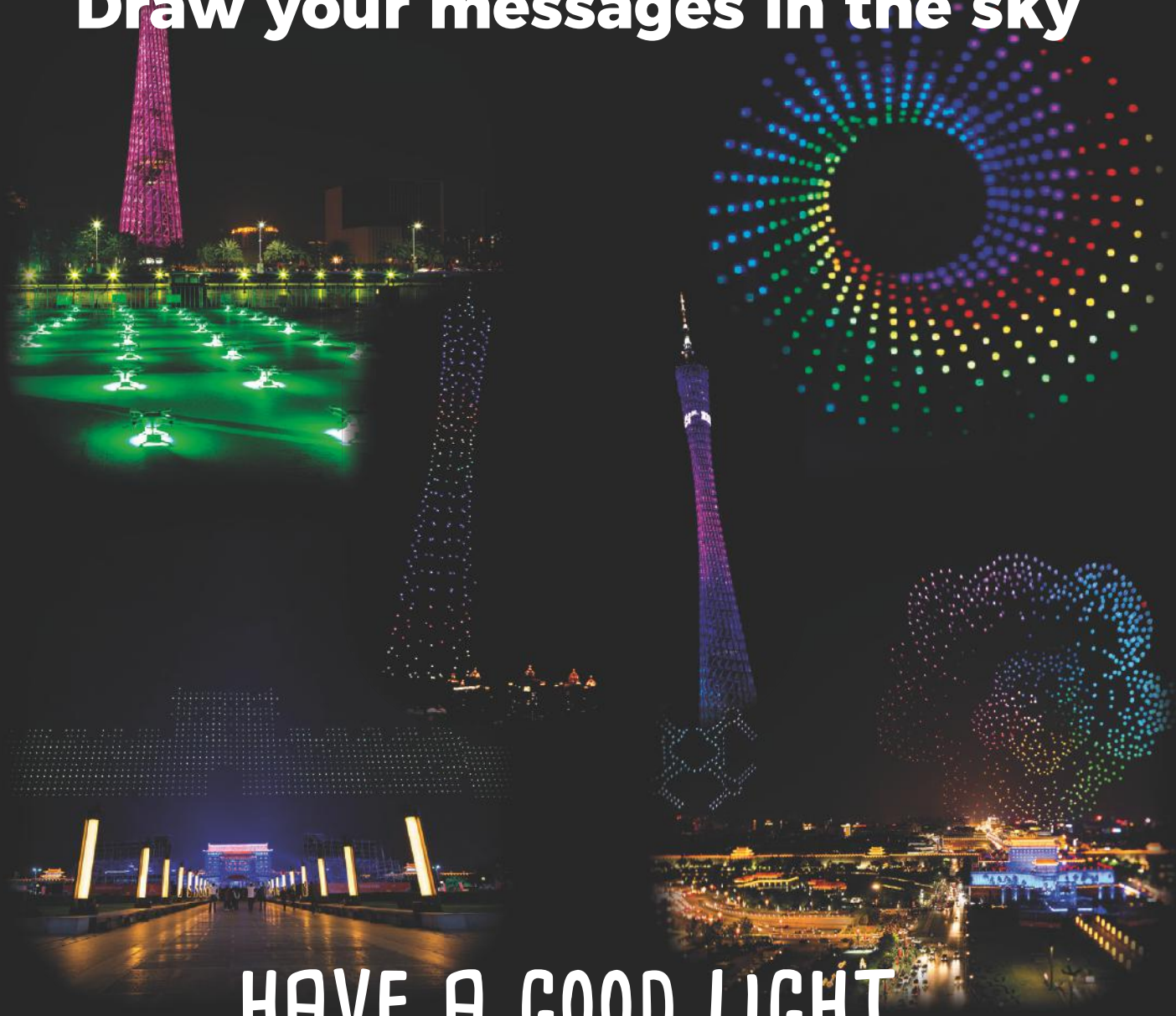
sport & recht

Premium Partner

CONCEPT SOLUTIONS
Veranstaltungstechnik GmbH

DRONE PIXEL
BY CHANG

Draw your messages in the sky

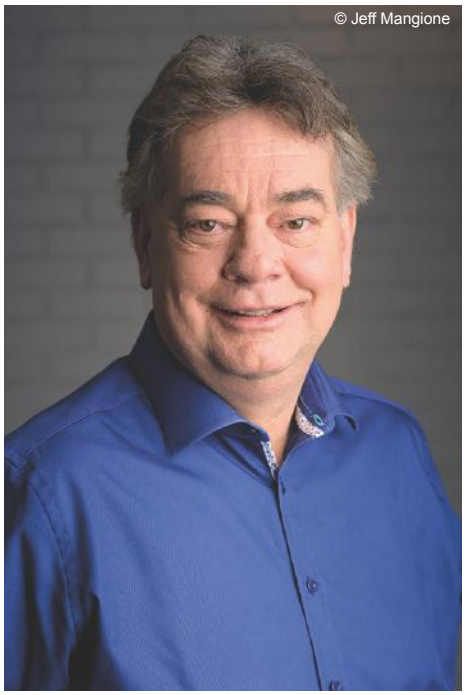


HAVE A GOOD LIGHT

drone-pixel.com

Lichtblaustrasse 14
1220 Vienna
Austria
Tel: +43 1 908 13 78 13
Mail: office@drone-pixel.com

CHANG CONCEPT SOLUTIONS
Veranstaltungstechnik GmbH


© Jeff Mangione

10. AUSGABE SPORT & MARKE

Vorwort zum Kongress „SPORT & MARKE 2023“

Die Sport- und Freizeitindustrie ist sowohl für die Wirtschaft als auch für die Beschäftigung ein belebender Faktor von stetig steigender Bedeutung. Die sozioökonomischen Auswirkungen des Sports sind auch in Österreich beträchtlich, viele Branchen profitieren von Aktivitäten und Events im Bereich des Spitzen- und Breitensports. So ist es wenig überraschend, dass dieses Thema längst Gegenstand intensiver und regelmäßiger Debatten von Expertinnen und Experten geworden ist.

Eine besondere Bedeutung kommt in dieser Hinsicht dem mittlerweile schon traditionsreichen Kongress „SPORT & MARKE“ zu, der am 2. Mai 2023 zum bereits zehnten Mal stattfindet. Das diesjährige Programm ist wiederum äußerst facettenreich. Aus verschiedenen Blickwinkeln werden relevante und zukunftsträchtige Themen wie Sportsponsoring-Strategien, Digitalisierung von Sportevents, Markenaktivierung, Sporttourismus und Social Media erörtert. Doch auch abseits des Kernprogramms bietet diese Veranstaltung eine gute Gelegenheit zum Gedankenaustausch über Branchengrenzen hinweg und zum entsprechenden Networking.

Ich danke den Organisatoren des Sportkongresses „SPORT & MARKE 2023“ für die Vorbereitung dieses hochkarätigen Events und wünsche allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern einen interessanten Informationsaustausch und einen angenehmen Aufenthalt in Wien.

Mit sportlichen Grüßen

Ihr Werner Kogler
Vizekanzler und Sportminister

PRESENTER

sportsbusiness.at
sportsbusiness.at

PREMIUM PARTNER

Concept Solutions Veranstaltungstechnik
derigel.at

SPORTS NIGHT PRESENTER

Goldbach Austria GmbH
goldbach.com/at

FORUM PARTNER

AUSSTELLUNGS- UND NETZWERKPARTNER

HILTON VIENNA DANUBE WATERFRONT

Check-In ab 08:30

Dienstag 02.05.2023	09:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	**Raum**
Hauptbühne											Waterfront Hall
Liga.Digital											Danube Suite
Wintersport & Tourismus											Waterfront Hall
Bau & Renovation von Sportstätten											Danube Suite
Digitale Markenerlebnisse											Waterfront
Business Networking											Foyer
Medien-Forum											Waterfront Hall
Fans. Daten. Wachstum											Danube Suite
Event & Marke											Waterfront
Markenstrategien											Waterfront Hall
Tech in Sport und Tourismus											Waterfront
Sports Night by Goldbach											Foyer

BUSINESS NETWORKING

13.30 // 02. Mai 2023

Foyer

Auch in der 10. 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 E-Mail an Dennis Humann | humann@esb-online.com.

Ab 17.30 // Foyer

SPORTS NIGHT BY GOLDBACH

SPORTS BUSINESS.at

ÖSTERREICHS GRÖSSTE SPORT-B2B-COMMUNITY

AKTUELLE SPORTSBUSINESS-NEWS, EXKLUSIVE RECHERCHEN,
NETWORKING BEIM BREAKFAST CLUB, SPEED DATE, JOB-BÖRSE
UND VIELES MEHR!

HAUPTBÜHNE

09.00 Parallel

Waterfront Hall

Frisches Geld für den Sport | Diskussion
120 Millionen Euro und damit um 50% mehr beträgt die Sportförderung ab 2023. Dieser Meilenstein der Sportförderung schafft Begehrlichkeiten allerorts. Wer wird davon profitieren? Welche Schwerpunkte und Verschiebung gibt es? Wie nachhaltig ist der Geldsegen? Wie können weitere Finanzierungsquellen erschlossen werden?
Dieter Brosz, MSc, Abteilungsleiter Sektion Sport, BMKÖS
Hans Niessl, Präsident, Sport Austria
Markus Kraetschmer, Geschäftsführer, MK Consulting

Johanna Hiemer & Sofia Polcanova – Aus der Nische in das Rampenlicht | Interview
44.000 Follower hat Profi-Skibergsteigerin Johanna Hiemer auf Instagram. 2026 wird Skibergsteigen erstmals olympisch und erlebt auch im Breitensport einen Boom. Sofia Polcanova ist aktuelle Tischtennis-Europameisterin und hat die Heim-EM 2024 im Blick. Was macht die Sportlerinnen aus Markenperspektive interessant? Wie gelingt es die mediale Aufmerksamkeit finanziell zu nutzen?
Johanna Hiemer, Skibergsteigerin
Sofia Polcanova, Europameisterin Tischtennis

RED ZAC – Sponsoringstrategie im Frauenfussball
Der Startschuss für die Kampagne ‚Alle sind willkommen – together #WePlayStrong' ist gefallen. Damit soll der Frauensport noch stärker in den Fokus gerückt werden. Wie passt das Engagement in die Marketingstrategie von RED ZAC? Welche Zielgruppen sollen angesprochen werden? Was macht die Partnerschaft für RED ZAC interessant? Welche Aktivierungen werden gesetzt?
Brendan Lenane, Vorstand, RED ZAC

Frauenpower in Hütteldorf | Interview
Erste Rektorin der Wirtschaftsuniversität Wien (WU). Seit Ende 2022 die erste Vizepräsidentin des SK Rapid Wien. Edeltraud Hanappi-Egger will dabei die Themen Diversität, Inklusion, Governance und Nachhaltigkeit bei den Grün-Weißen vorantreiben. Welche Konzepte wurden entwickelt? Wie macht sich der SK Rapid bei diesen Themen zukunftsfit?
Edeltraud Hanappi-Egger, Rektorin, WU Wien & Vizepräsidentin, SK Rapid Wien

Alles neu bei den Upper Austria Ladies Linz
Neues Logo, neue Location und neues Konzept – Die bedeutendste Frauensport-Veranstaltung Österreichs erfindet sich neu. Zudem wollen die Upper Austria Ladies Linz «mehr» als nur ein Tennisturnier sein und u.a. einen Schwerpunkt auf das Thema «Ladies in Business & Sports» legen. Was ist das «mehr», dass die Upper Austria Ladies Linz bieten? Warum ist dies für die Fans und Sponsoren interessant?
Sandra Reichel, Geschäftsführerin, RGB Reichel Business Group

Frauen im Sport – Auf und Abseits des Platz | Diskussion
Brigitte Jank, Präsidentin, Österreichischen Behindertensportverband und Vorsitzende, Sport Austria Beirates „Frauen und Sport"
Edeltraud Hanappi-Egger, Rektorin, WU Wien & Vizepräsidentin, SK Rapid Wien
Sandra Reichel, Geschäftsführerin, RGB Reichel Business Group

Mit auf der Bühne

Bundesministerium Kunst, Kultur, öffentlicher Dienst und Sport
SPORT AUSTRIA BUNDES-SPORTORGANISATION
MK Consulting GmbH
RED ZAC
RAPID
RGB REICHEL BUSINESS GROUP

GOLD RICHTIG PLATZIERT.

TV. DOOH. ONLINE. MOBILE. ADVANCED TV.

Sie möchten Ihre Werbebotschaft zur richtigen Zeit, am richtigen Ort und im richtigen Kontext den passenden Empfängern ausspielen? Dann nutzen Sie unsere Erfahrung und unsere Netzwerke.

Im Sportumfeld vermarkten wir in Österreich unter anderen die weltweit größte Sport-Plattform DAZN und den TV Sender LAOLA1. Damit Ihre Werbekampagne beim sportaffinen Publikum ankommt.

sales.at@goldbach.com | +43 1 370 88 08 0

GOLDBACH

www.goldbach.com

LIGA.DIGITAL

09.30 Parallel

Danube Suite

LAOLA1 – 360°-Digitalstrategie für den Sport
Mit Ski1.at lanciert LAOLA1 eine neue themenspezifische Content-Plattform. Für Business-Kunden wurde eine eigene B2B-Website geschaffen. Zudem werden mit dem eigenen TikTok-Kanal und dem Erwerb von NHL-Rechten für LAOLA1 TV neue Zielgruppen erschlossen. Wie sieht die Digitalstrategie von LAOLA1 aus? Was macht diese für Marken, Vereine und Verbände interessant?
Thomas Berger, Head of LAOLA1, LAOLA1

Wachstumsmotor automatisierte Kamerasysteme und prozedurale Grafiken
Automatisierte Kamerasysteme – wie werden sie im internationalen Sport eingesetzt, wie in Österreich genutzt? Augmented-Reality-Grafiken in Live-Streams – wie funktioniert das System? Für wen ist dieses relevant? Welche Chancen ergeben sich?
Bernd Müller, Digital Solutions, Tribe Product Owner, Sportradar
Dennis Pachur, Head of Sports Virtualisation, Sportradar

Rechtehalter als Medienplattformen | Diskussion
KI-Kamera-System, eigene OTT-Plattformen für Verbände, Ligen und Vereine – wie ist der digital Status quo von Österreichs Sport? Wie werden die Investments finanziert? Welche neue Erlösquellen und Fan-Experience-Möglichkeiten werden geschaffen?
Christoph Edelmüller, Geschäftsführer, ZTE HLA - Handball Ligen Austria
Johannes Wiesmann, Geschäftsführer, win2day Basketball Superliga
Matthias Neuwirth, Generalsekretär, ÖTTV

LAOLA1

LAOLA1, größte reine Sportmedienplattform Österreichs, ist seit über 20 Jahren im Sport tätig und verfolgt einen Multi-Channel Ansatz. Von Medienplattform mit eigener Sportredaktion und eigenem TV-Sender über Sportrechtehaltung und Vermarktung bis zu Produktentwicklung, Produktion, Content-Creation, Content Management und Beratung bietet LAOLA1 entlang der gesamten Wertschöpfungskette an und ist ein fixer Bestandteil der Sportwirtschaft in Österreich. LAOLA1 ist Teil eines international führenden und in den USA an der Börse gelisteten Sport-Tech-Unternehmens, der Sportradar AG.
laola1.at

Mit auf der Bühne

sportradar
SPORTS TECHNOLOGY. REIMAGINED.

ZTE HLA MEISTERLIGA ZTE HLA CHALLENGE

BASKETBALL AUSTRIA

ÖTTV

WINTERSPORT & TOURISMUS

11.30 Parallel

Waterfront Hall

SNOWSPORTS ACADEMY – Vom Skilehrerverband zum Botschafter für Schneesport
Der Skisport ist ein bedeutender Wirtschaftsfaktor mit zahlreichen erfolgreichen und kreativen Marken. Eine dieser international anerkannten Brands ist die Snowsports Academy. Vor 50 Jahren als kleiner Wiener Skilehrerverband entstanden, hat sie sich zur weltweit tätigen Netzwerkplattform mit mehr als 100 Ausbilder:innen etabliert: von Griechenland bis Argentinien, von Holland bis Dubai. Jährlich werden heute 2.500 Ski- und Snowboardlehrer:innen aus 50 Nationen ausgebildet.
Martin Dolezal, CEO, Snowsports Academy

Höchstleistungen für Sport und Wirtschaft
Als Verband, Unternehmen und Marke setzen wir uns hohe Ziele, wir wollen immer mehr erreichen, damit die Athlet:innen erfolgreich sind und bleiben. Ski Austria ist als Marke tiefverwurzelt in Österreich und begeistert Skisportfans über die Landesgrenzen hinaus. Damit sind wir auch ein perfekter Werbeträger für den Tourismus. Mit unseren Partnern und Sponsoren entwickeln wir uns zukunftsorientiert, um gemeinsam das Beste für den Sport zu geben.
Christiane Gasser, Bereichsleiterin Marketing & Kommunikation, Ski Austria

Die touristische Marke Kitzbühel und die Bedeutung der Hahnenkamm-Rennen
Kitzbühel positioniert sich als legendärste Sportstadt der Alpen. Mit den jährlichen Hahnenkamm-Rennen wird ein weltweites Millionenpublikum erreicht. Wie wichtig ist die Markenstrategie für eine der bekanntesten Wintersportdestinationen weltweit? Welche Rolle spielen Sponsoren und das Zusammenwirken von Sport, Wirtschaft und Politik bei Großveranstaltungen? Wie sieht zukunftsgerichtete Destinationsentwicklung aus?
Dr. Viktoria Veider-Walser, Geschäftsführung, Kitzbühel Tourismus

Die Bedeutung von starken Marken für die Wintersportindustrie | Diskussion
Christiane Gasser, Bereichsleiterin Marketing & Kommunikation, Ski Austria
Martin Dolezal, CEO, Snowsports Academy
Dr. Viktoria Veider-Walser, Geschäftsführung, Kitzbühel Tourismus

SNOWSPORTS ACADEMY

Für ihre Marke Snowsports Academy lautet das Motto: #SnowConnectingPeople – Unabhängig von Nationalität, Alter oder Kultur – im Schnee entstehen Freundschaften. Wir haben es uns zum Ziel gesetzt die Leidenschaft und Begeisterung, die wir für den Schneesport empfinden, in der Welt zu verbreiten.
snowsports.at

Mit auf der Bühne

Ski Austria

Kitzbühel

BAU & RENOVATION VON SPORTSTÄTTEN

11.30 Parallel

Danube Suite

Tottenham Hotspur Stadium & SV Werder Bremen Weserstadion: Digitalisierung von Stadien, die auf Nachhaltigkeit setzen
1 Mrd. Euro verbauten die Tottenham Hotspurs für ihr neues Stadion und genauso wie die Umsetzung der Digitalstrategie von SV Werder Bremen haben sie die skalierbare, nachhaltige „HPE Intelligente Venue as a Service"-Plattform konzipiert. Was sind die Anforderungen an das Smart Green Venue? Wie lassen sich Kosten und Zukunftsperspektiven optimieren? Wie führt der Weg für Vereine und Sportstätten in eine nachhaltigere digitale grüne Zukunft?
Daniele G. Kohler, Enterprise Business Architect Data Practice, Hewlett Packard Enterprise
Kevin Zimmerli, Presales Consultant, Hewlett Packard Enterprise

OYM Athlets powered by science I Die neue Dimension eines Spitzensportzentrums
Seit 2020 vereint OYM, mit Sitz in der Schweiz, hochspezialisierte Infrastrukturen für Athletiktraining, Prävention und Rehabilitation, modernste Sport-Performance-Flächen und interdisziplinäre Forschung unter einem Dach. Wie werden die individuellen Potentiale der Spitzensportler optimal gefördert?
Florian Zimmermann, Head of Marketing & Business Development, OYM

Raiffeisen Arena – Die neue Heimspielstätte des LASK Linz
Die besondere Form des Stadions, die nachhaltige Bauweise und die kontinuierliche Weiterentwicklungsmöglichkeit sind Markenzeichen der Arena. Wie profitiert der LASK von diesen Besonderheiten? Was macht die Arena einzigartig?
Dipl.-Ing. Harald Fux, Geschäftsführer, Raumkunst ZT

Infrastruktur, Personal & Co: Investitionen für Erfolg?! | Diskussion
Auch Sportorganisationen erleben inzwischen die Personalknappheit. Sind daher Investitionen in Infrastrukturen genauso wichtig wie die Investitionen in Personal und Diversität? Wie gehen Verbände mit den Herausforderungen um? Was ist die Agenda, um internationale Erfolge langfristig zu erreichen?
Bernhard Friedrich, Geschäftsführer, ÖEHV

Klein Computer System AG hat eine besondere Expertise im Bereich digitaler Arenen aufgebaut und sorgt zusammen mit HPE für die reibungslose Technik in der modernsten Eishockey-Arena der Schweiz - der BCF-Arena des HC Fribourg-Gottéron. Klein Computer System AG mit dem Slogan «We manage your IT» ist der grösste nationale Serviceprovider von HP und Hewlett Packard Enterprise (HPE). Wir spezialisieren uns auf Infrastructure as a Service (IaaS), Software as a Service (SaaS) und Device as a Service (DaaS).
klein.ch

Mit auf der Bühne

Hewlett Packard Enterprise
OYM
SPORT ARCHITEKTUR RAUMKUNST ZT GMBH
ÖEHV

DIGITALE MARKENERLEBNISSE

11.30 Parallel

Waterfront

TikTok, Discord, Live Streaming – Social Media Trend-Update 2023
Michael Litschka, Geschäftsführer, ML Marketing

ORF – Social Media als Sport-Boost
Rund 400.000 Views und über 17.000 Abonnenten (Stand Februar 2023) zählt der im November 2022 gestartete TikTok Kanal von ORF Sport+. Zudem werden die Sport-Fans 24/7 mit Breaking News und aktivem Community Management betreut. Welche Social-Media Strategie verfolgt der ORF Sport für die Aktivierung des Sportcontents?
Martin Szerencsi, Legal Advisor, ORF
Tamara Bogner, Social Media, ORF
Michael Litschka, Geschäftsführer, ML Marketing

Digitale Emotionalisierung der Sportmarke UNIQA | Interview
UNIQA schafft über Plattformen wie #ski4UNIQA digitale Erlebniswelten und aktiviert seine Partnerschaften & Communities im Wintersport mit dem ÖSV als auch als Naming Right Partner des UNIQA ÖFB-Cup, als Partner der ÖFB Nationalteams und der Vienna. Welche Rolle spielen die Partnerschaften im Marketing Mix? Wie zahlen die digitalen Formate in den Unternehmenserfolg ein?
Kurt Svoboda, Mitglied des Vorstands, UNIQA

Magenta – Kinderleichte Markenaktivierung
Magenta nutzt Quizze und kreative Challenges bei den Heimspielen des ÖFB Nationalteams um die Sport-Fans zur Marke zu führen. Eine zentrale Rolle in der Markenaktivierung spielt dabei die Suche nach potentiellen Einlaufkindern, um die Eltern für die Marke zu emotionalisieren. Welche Aktivierungsmassnahmen setzt Magenta? Wie werden analoge Massnahmen digital verlängert?
Daniela Judex, Sponsoring, Events, Kooperationen, Magenta Telekom
Florian Sittsam, Digital Project Manager, ML Marketing

2015 gründete Michael Litschka ML Marketing mit der Vision, Unternehmen, Sport-Organisationen sowie Personen des öffentlichen Lebens einzigartig in der digitalen Welt zu positionieren. Mittlerweile beschäftigt die inhabergeführte Agentur über 50 Expert*Innen und fokussiert sich mit den beiden Brands ML Digital und ML Sport auf die digitale Kommunikation.Von der strategischen Beratung und Live-Shows über Content-Erstellung bis hin zur täglichen Betreuung mit Realtime Content aus dem ML Newsroom.
mlmarketing.cc

Mit auf der Bühne

ORF
UNIQA
Magenta

MEDIEN-FORUM

14.00 Parallel

Waterfront Hall

Sky Sport Austria aktiviert mit 360°-Digitalstrategie die jungen Zielgruppen
Die eigens entwickelte Fußballmanager-App „Ankick“ bietet ein neues Second-Screen-Erlebnis. Zudem werden Kommunikationsmaßnahmen auf TikTok, Instagram und YouTube begleitet. Welche Digitalstrategie verfolgt Sky, um die junge Generation für den Sport zu begeistern? Wie profitieren Werbetreibende und Rechtehalter davon?
Carl-Michael Drack, Head of Sports Digital, Sky Österreich

Content-Services als Sponsoring-Multiplikator
ADMIRAL hat rund um die ADMIRAL Bundesliga zielgruppenspezifische Content-Services für Medien, Vereine, Spieler und Fans entwickelt und aufgebaut. Das schafft neue Mehrwerte in der Kommunikation. Wie nutzen die unterschiedlichen Stakeholder die Services? Welche Erfolge konnten erreicht werden? Was waren die größten Herausforderungen? Wie profitiert ADMIRAL als Sponsor, aber auch die Bundesliga als Gesamtes von den Services?
Lorenz Kirchschlager, Sponsoring Manager, ADMIRAL Sportwetten
Maximilian Heske, Co-Founder, reach Guys

Medienmarkt Österreich: Lineares Broadcasting vs. Online-Streaming | Diskussion
Die Online-Streaming-Angebote wachsen rasant. Was sind die Folgen für klassisches TV? Ist Streaming Konkurrenz oder Ergänzung? Wohin führt die Technologie und was sind die großen produktionellen Unterschiede? Teilen immer mehr Kanäle das gleiche Publikum oder wächst der Sportkonsum infolge zunehmender Angebote? Was sind die Konsequenzen für öffentlich-rechtliche Anbieter, Medienhäuser und Streaming-Plattformen von privaten Anbietern oder Vereinen/Verbänden?
David Morgenbesser, Bereichsleiter Sportrechte & Distribution, ServusTV
Martijn van Hout, Vizepräsident, CANAL+ Luxembourg für Österreich und Deutschland
Michael Radelsberger, stellv. Geschäftsführer, Sky Österreich
Thomas Berger, Head of LAOLA1, LAOLA1

Sky ist nicht nur der wichtigste Anbieter für Livesport im österreichischen TV-Markt, sondern unterhält mittlerweile auch mit skysportaustria.at die größte digitale Sportcommunity des Landes. Egal ob auf etablierten Plattformen wie Facebook und Instagram oder über neue Wege wie TikTok und die Ankick-App: Die junge, sportaffine Zielgruppe kommt am digitalen Angebot von Sky Sport Austria nicht vorbei.
skysportaustria.at

Mit auf der Bühne

ADMIRAL

reach Guys for people & brands

ServusTV

CANAL+

LAOLA1

FANS. DATEN. WACHSTUM

14.00 Parallel

Danube Suite

ÖEHV – Level up der Fandaten mit Data Talks
Fanerlebnis hat Optimierungsbedarf – ob bei OTT, Ticketing oder Targeted Campaigns. Fandaten auf neuem Level sind nötig. Der Österreichische Eishockeyverband (ÖEHV) setzt als zweitbeliebteste Mannschaftssportart Österreichs dabei auf Data Talks Sports CDP. Wie können Fans zielgenau abgeholt werden? Welche Möglichkeiten bietet die Data Plattform von Data Talks? Was ist der Nutzen-Zeit-Aufwand dahinter?
Ferdinand Perktold, Head of Marketing, ÖEHV
Philip Nordfeldt, Senior Vice President Sales, Data Talks

HANDBALL AUSTRIA LIVE – Streaming wird Finanzierungsquelle
Durch Abonnements, Pay-per-View und Werbemöglichkeiten wird Streaming zunehmend zur Einnahmequelle für Clubs und Veranstalter. Mit ÖHB LIVE wurde eine zentrale Plattform geschaffen, auf welcher Vereine Inhalte streamen, und digitale Erlöse kreieren. Wie funktioniert das System? Wie profitieren die Clubs davon? Welche Erfahrungswerte konnten gewonnen werden?
Bernd Rabenseifner, Generalsekretär, Österreichischer Handballbund
Henry Blunck, Country Manager DACH, Solidsport

Entertainment vs. Sport – Der Kampf um die Fans
Netflix und Amazon Prime stehen immer mehr in direkter Konkurrenz zum Live-Sportangebot. Wer seinen Kunden oder Fan am besten kennt und ein attraktives Angebot macht, gewinnt. Wie gut kennen Verbände, Ligen und Clubs ihre Fans? Welche Strategien gibt es, um Zielgruppen besser und indivudeller anzusprechen? Inwieweit hilft das auch beim Ticketing und Merchandising?
Philip Nordfeldt, Senior Vice President Sales, Data Talks
Simon-Peter Charamza, Head of Digital Projects and Development, ÖFB Wirtschaftsbetriebe
Bernd Rabenseifner, Generalsekretär, Österreichischer Handballbund

datatalks®

Mit Data Talks Supporter Data Plattform verkaufen Sportorganisationen, auf Grundlage von Supporter Daten, mehr Tickets und mehr Merch. Unsere Kunden schaffen es auch, einen höheren Wert in Ihren Sponsoring-Vereinbarungen zu gewährleisten. Mit unserer hochmodernen Supporter Data Platform können Sie Ihre Supporter Data besser nutzen, indem Sie Ihre Daten sammeln, analysieren und entsprechend handeln.
datatalks.se

Mit auf der Bühne

ÖEHV · HANDBALL AUSTRIA · SolidSport · ÖFB

EVENT & MARKE

14.00 Parallel

Waterfront

Drohnenshow statt Feuerwerk – Dronepixel by EHang
Bewegte Lichtershows mittels Drohnen schaffen spektakuläre Erlebnisse für Groß und Klein. Die Innovation verspricht Kosteneffizienz, Präzision und neue Möglichkeiten der Eventinszenierung. Wie können Veranstalter und Sponsoren profitieren? Wie aufwendig ist die Drohnenshow in der Planung und Umsetzung?
Andreas Perotti, CMO, EHang

In City Golf – Deine Stadt wird zum 18-Loch-Golfplatz
Wien, Innsbruck, Berlin, Florenz, Meran, Trient - Golf in den schönsten Kulissen urbaner Metropolen. Was ist In City Golf? Welche Zielgruppen werden angesprochen? Was macht das Event für Veranstalter und Touristiker interessant?
Willi Anrather, Head of Marketing & Sales, CURTES Sportevents Marketing

Bad Gastein und Atomic – Langlaufevent zur Markenpositionierung
Mit den Gastein Classics fand 2022 erstmals ein Rennen der Ski Classics Rennserie in Bad Gastein statt. Bei den Bewerben der Ski Classics messen sich Profis in klassischer Technik über unterschiedliche Distanzen, teilweise bis zu 100 km. Welche Ziele verfolgt Gastein mit den Ski Classics? Was macht das Event für Sponsoren interessant? Wie gelingt die Markenpositionierung über das Event als Tourismusdestination und als Marke?
Christiane Leitner, MBA, Marketing Manager, Atomic AT & DE
Lisa Loferer, BA, Geschäftsführung, Kur- und Tourismusverband Bad Gastein

So wurde Padel zum Boom Sport in Österreich
2022 fand bei den Vienna Padel Open erstmalig ein Event im Rahmen der World Padel Tour in Österreich statt. Mit zahlreichen Padel Courts etabliert sich der Sport immer mehr in der österreichischen Sportlandschaft. Wie gelang Padel der rasche Aufstieg in Österreich? Wer ist die Community?
Dominik Beier, Managing Director, e|motion management

SPORTS BUSINESS.at

sportsbusiness.at wurde im Mai 2020 gestartet und ist in dieser kurzen Zeit zu Österreichs größtem Sport-B2B-Onlineportal gewachsen: Mit sportsbusiness.at erhalten Sie einen umfassenden Überblick über alle Aktivitäten und Trends der gesamten Sportbranche rund um Themen wie Marketing, Medien, Infrastruktur, Recht, Digital, Integrität, eSports und Tech.
sportsbusiness.at

Mit auf der Bühne

DRONE PIXEL BY EHANG · CURTES SPORTEVENTS · MARKETING · ATOMIC · BAD GASTEIN · e|motion sports.athletes.events

BCF Arena

Das besucherfreundlichste Stadion der Schweiz

MARKENSTRATEGIEN

16.15 Parallel

Waterfront Hall

Markenpositionierung im Sportumfeld
Goldbach Austria vermarktet Medien und Angebote aus den Bereichen TV, Online, Mobile, Advanced TV, Digital-out-of-Home und positioniert Marken u.a. über die Kanäle von DAZN und LAOLA1 TV bei der sportaffinen Zielgruppe. Mehr als 70% der werberelevanten Zielgruppe von 16-49 Jahren nutzen einen CTV (laut letztjähriger Goldbach Advanced TV-DACH-Studie) und können zielgerecht angesprochen werden. Welche Erkenntnisse lassen sich aus der neuen Advanced TV-Studie 2023 ableiten? Was bedeuten diese für Werbetreibende?
Wolfgang Pernkopf, Sales Director Online & Advanced TV, Goldbach Austria

Kia fährt ins Metaverse
Kia nutzt die Partnerschaft bei den Australian Open, um die Marke und den Tennissport im interaktiven Raum erlebbar zu machen. Wie passt der Einstieg ins Metaverse in die Marketingstrategie von Kia? Was waren die Gründe? Welche Erfahrungen konnten gemacht werden?
Bernhard Brückl, General Manager Marketing, Kia Austria

Interwetten – Sponsoring als sichere Wette für den Unternehmenserfolg | Interview
Ein Weltstar wie Lothar Matthäus als Markenbotschafter, offizieller Partner der NHL oder Partner des FC Liverpool – Interwetten setzt für den Unternehmenserfolg auf starke Partnerschaften. Welche Rolle spielt Sportsponsoring für den Unternehmenserfolg?
Wolfgang Fabian, Gründer, Interwetten

Hervis am Weg zum führenden Sportartikelhändler Europas
25 Store-Relaunches in 12 Monaten unterstreichen den engagierten Transformationskurs von Hervis. Damit wurden in den letzten beiden Jahren bereits ¼ aller europäischen Filialen komplett modernisiert. Mit der Omnichannel-Ausrichtung soll dabei der Weg an die Spitze des Sporthandels in Europa gelingen. Wie sieht die Wachstumsstrategie aus? Welche Auswirkungen hat Omnichannel auf die B2B-Partnerschaften?
Oliver Seda, CEO, Hervis Sports

Mit auf der Bühne

GOLDBACH · KIA · Interwetten · Hervis GET MOVIN'

TECH IN SPORT UND TOURISMUS

16.15 Parallel

Waterfront

Big-Data-Anwendungen in Tourismusdestinationen & bei (Sport-)Events
Von Wetterdaten bis Bewegungsdaten von Gästen werden täglich unzählige Daten gesammelt. Dadurch können punktgenaue Analysen gemacht und Verhaltensweisen besser erforscht werden. Was bedeutet dies für Tourismusdestinationen und Veranstalter? Welche Analysen sind relevant? Wie können Veranstalter und Tourismusdestinationen von Big-Data-Analysen profitieren?
Stefan Müllner, Business Development, Hutchison Drei Austria

ZTE technologisiert die HANDBALL LIGEN AUSTRIA
Der chinesische Telekommunikations- und Netzwerkausrüster ZTE ist mit einem eigenen Standort in Österreich vertreten und seit der Saison 2022/23 neuer Namensgeber und Technologiepartner der HLA. Welche Ziele verfolgt der Konzern? Wie profitieren die HANDBALL LIGEN AUSTRIA von der neuen Partnerschaft? Welche Aktivierungen und Innovationen gibt es in den Handball Ligen?
Christoph Edelmüller, Geschäftsführer, ZTE HLA – Handball Ligen Austria
Kurt Manninger, CEO, ZTE Austria

Datensilos aufbrechen – gemeinsam neue Potentiale erschliessen | Diskussion
Tourismusdestinationen, Veranstalter und verschiedene Dienstleister besitzen eine Vielzahl an Daten, welche in unterschiedlicher Form vorhanden sind. Welche Möglichkeiten ergeben sich hinsichtlich Customer Journey, Nachhaltigkeit und Vermarktung aus gemeinsamen Datenökosystemen? Wie müssen die unterschiedlichen Stakeholder zusammenarbeiten? Wie profitieren Veranstalter und Tourismusdestinationen?
Dominik Beier, Managing Director, e|motion management
Helmut Gaffl, Head of Data Analytics &Solutions, Tourismus Technologie Gesellschaft
Stefan Müllner, Business Development, Hutchison Drei Austria

DreiBusiness.

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

ZTE HLA Meisterliga · ZTE HLA Challenge · ZTE · e|motion sports.athletes.events · TTG

TICKET

SPORT-MARKE.AT

Tagesticket 499 Euro zzgl. MwSt.
Kongress inkl. aller Foren und Verpflegung

350 Teilnehmer
40 Experten auf der Bühne

02. Mai 2023
Hilton Vienna Danube Waterfront

ESB Marketing Netzwerk
Postfach 519
CH-9000 St. Gallen
Tel. +41 71 223 78 82
esb-online.com

Ansprechpartner
Patrick Achberger
achberger@esb-online.com

Veranstaltungsort
Hilton Vienna Danube Waterfront
Handelskai 269
1020 Wien, Österreich