

## **Sport & Marke 2026: Stellt die Community ins Zentrum des Kongresses**

**Am 27. April 2026 wird Wien zum Zentrum des Sportbusiness. Bei „Sport & Marke“, Österreichs größtem Kongress im Sportbusiness, dreht sich alles um Community als Erfolgsfaktor, digitale Wertschöpfung und Sponsoring, das wirklich wirkt. Top Marken diskutieren mit, Olympiasiegerin Janine Flock bringt Goldglanz auf die Bühne.**

Wien - Gold erzeugt Schlagzeilen. Große Momente katapultieren Athletinnen und Athleten ins Rampenlicht und sorgen für enorme Reichweite in kürzester Zeit. Social-Media-Kanäle wachsen rasant, Marken klopfen an, Medien berichten im Dauertakt. Doch nach dem Applaus beginnt die eigentliche Arbeit. Aus kurzfristiger Aufmerksamkeit muss eine stabile Beziehung entstehen. Aus Begeisterung ein belastbares Netzwerk.

### **Community als neues Geschäftsmodell im Sport?**

Genau hier setzt Sport & Marke 2026 an. Österreichs größter Sportbusiness Kongress analysiert, wie aus sportlichen Höhepunkten nachhaltige wirtschaftliche Perspektiven entstehen. Seit über zehn Jahren trifft sich hier das „Who is Who“ der Branche zum jährlichen Wissenstransfer im Hilton Vienna Danube Waterfront. Über 60 Expertinnen und Experten diskutieren über Trends und Strategien im Sportbusiness.

Im Zentrum steht in diesem Jahr die Community. „Wie erhalten Marken authentischen Zugang zu ihr und wie zahlt dieser Zugang messbar in Umsatz, Markenwert und Loyalität ein? „Community ist heute das stärkste Kapital im Sport. Wer sie versteht und aktiviert, gewinnt auch wirtschaftlich“, sagt Hans Willy Brockes, Geschäftsführer des ESB Marketing Netzwerk und Veranstalter des Kongresses.

### **Von Goldmomenten zu Markenbindung**

In der Diskussion „Vom medialen Spotlight zur Daueraufmerksamkeit“ diskutieren Janine Flock, Olympiasiegerin im Skeleton und Rollstuhltennispieler Nico Langmann gemeinsam mit Vertretern der Österreichischen Lotterien und von Trade Republic, wie aus kurzfristigem Hype langfristige Markenbindung wird. Wie eine langfristige Partnerschaft konkret wirkt, zeigt der Vortrag: „Mastercard x Sporthilfe - vom Storytelling zum Storyliving“. Gemeinsam mit der Österreichischen Sporthilfe investiert Mastercard gezielt in Nachwuchsförderung und Inklusion.

### **Gen Alpha und die neue Aufmerksamkeit**

Community heißt auch: die nächste Generation verstehen. Unter dem Titel „Gen Alpha: Aufmerksamkeit neu gewinnen“ zeigt Christian Aigner-Sattler, Head of Research bei RTL AdAlliance, wie sich junge Zielgruppen über TV, Online, Gaming und Social Media hinweg erreichen lassen. Das Panel Sportmedien im Wandel ergänzt die Perspektive. Vertreter von Sky Deutschland, ORF und Ligaportal analysieren neue Rechte Logiken, Plattformstrategien und KI gestützte Skalierung im Amateurbereich. Auch Marken selbst schärfen ihren Blick auf die Zukunft des Sportsponsorings. Unternehmen wie Krüger Group, BORA, Allianz und Decathlon diskutieren, welche KPIs künftig zählen und wie Sponsoring vom Imageinstrument zur Performance Disziplin wird.

### **Golfforum und NHL neu im Programm**

Neu im Programm ist ein eigenes Golfforum. Unter dem Titel „Golfsport im Aufbruch“ beleuchten Branchenvertreter gemeinsam mit CANAL+ GOLF die Medialisierung des Sports, die Ansprache einkommensstarker Zielgruppen und die Positionierung von Golf als ganzjähriges Premium Umfeld.

Wie Sportrechtelhalter ihr Ökosystem weiterentwickeln, zeigt unter anderem die National Hockey League. Internationalisierung, neue Wettbewerbsformate und gezielte

Aktivierungen stehen exemplarisch für die Frage, wie Ligen ihre Attraktivität für Marken sichern.

**Start mit Communityrun und Ausklang bei der Eventnight**

Der Kongresstag beginnt mit dem neuen Community Run um 6.30 Uhr entlang der Donau mit anschließendem Frühstück. Austausch beginnt hier bewusst vor dem ersten Panel. Am Abend folgt die Eventnight mit Get Together. Networking, Austausch und neue Partnerschaften stehen im Mittelpunkt des Kongresstages.

Am 28. April bildet die One Day Sales Academy den Abschluss. Das Tagesseminar richtet sich an Mitarbeitende, Führungskräfte und Entscheider im Vertrieb und setzt den Fokus auf Leadgenerierung, Mindset, Next Step Strategien und Kaltakquise im Sportbusiness.

Jetzt Anmelden unter: [www.sport-marke.at](http://www.sport-marke.at)

**Presseinformation:**

Gabriele Griebenböck  
+4176834 5006  
gabriele@esb-online.com