

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

Am 27. April 2026 rückt Wien ins Zentrum des Sportbusiness. „Sport & Marke“ positioniert den Kongress als Pflichttermin für Entscheider. Im Fokus steht die Community als strategischer Hebel für Wachstum, digitale Erlösmodelle und ein Sponsoring, das messbare Wirkung erzielt. Führende Marken und Branchenvertreter bringen ihre Perspektiven ein. Olympiasiegerin Janine Flock sorgt für sportliche Strahlkraft auf der Bühne.

Am Montag den 27. April wird Wien erneut zum Treffpunkt des Sportbusiness. „Sport & Marke“ geht in die nächste Runde und positioniert sich kurz vor Beginn als zentraler Pflichttermin für Entscheider, Marken und Rechthehalter. Im Fokus steht 2026 die Community als entscheidender Hebel für wirtschaftlichen Erfolg, Markenbindung und nachhaltige Monetarisierung.

Über 60 Expertinnen und Experten diskutieren, wie aus kurzfristigen Reichweiten stabile Beziehungen und belastbare Geschäftsmodelle entstehen. Olympiasiegerin Janine Flock bringt die Perspektive des Spitzensports ein und zeigt, wie sich mediale Aufmerksamkeit in langfristige Partnerschaften übersetzen lässt. Gemeinsam mit Nico Langmann sowie Vertretern aus Wirtschaft und Sponsoring wird beleuchtet, wie Marken den Schritt vom Hype zur dauerhaften Relevanz schaffen.

Ein zentrales Thema ist die Transformation des Sponsorings. Unternehmen wie Mastercard, Allianz, BORA, Decathlon und die Krüger Group geben Einblicke, wie sich Engagements vom reinen Imageinstrument zur performancegetriebenen Disziplin entwickeln. Im Fokus stehen KPIs, datenbasierte Aktivierung und die Frage, wie Community-Zugänge konkret auf Umsatz, Markenwert und Loyalität einzahlen.

Auch die Medienlandschaft steht im Wandel. Vertreter von Sky Deutschland und ORF analysieren neue Rechte- und Plattformstrategien sowie den Einsatz von KI in der Skalierung von Sportcontent. Gleichzeitig richtet sich der Blick auf die nächste Generation. Unter dem Stichwort Gen Alpha wird diskutiert, wie sich junge Zielgruppen über TV, Streaming, Gaming und Social Media hinweg erreichen und binden lassen. Neu im Programm ist das Golfforum, das den Sport als wachsendes Premiumumfeld mit kaufkräftiger Zielgruppe beleuchtet. Internationale Impulse liefert unter anderem die National Hockey League mit Strategien zu Internationalisierung, neuen Wettbewerbsformaten und innovativen Aktivierungen im Markenökosystem.

Der Kongresstag startet mit dem Community Run entlang der Donau um 6.30 Uhr und bewusst früh angesetztem Networking. Den Abschluss bildet die Eventnight als Plattform für Austausch, Partnerschaften und informelle Gespräche. Am Folgetag setzt die One Day Sales Academy zusätzliche Impulse für Vertrieb und Leadgenerierung im Sportbusiness. Kurz vor Beginn gilt: Wer die Zukunft von Sport, Marke und Community mitgestalten will, findet hier die relevanten Perspektiven und Kontakte.

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

Presseinformation:

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