25. Oktober 2023 // Berlin

DIGITAL SPORTS & ENTERTAINMENT

WEB3

FAN-ENGAGEMENT

COMMUNITY-BUILDING

AMATEUR- & BREITENSPORT

Im Rahmen des Events:

REGIONALLIGA FORUM 2023

Veranstalter

ESB MARKETING NETZWERK

Premium Partner

LIGEN LEAGUES

Bildungspartner

IST Bildung, die bewegt

📺 LIVESTREAM- & VIDEO-PRODUKTIONEN

📱 SOCIAL MEDIA & CONTENT

📈 SPIELANALYSEN, SCOUTINGFEEDS & DATEN

SPRICH UNS HIER AUF DER KONFERENZ AN!

TIMO LUIPPOLD
CEO

timo.luippold@ligen.football

MARCEL PRAMSCHÜFER
Head of LIGEN.entertainment

marcel.pramschuefer@ligen.football

WWW.LIGEN.FOOTBALL

LIGEN

11. DIGITAL SPORTS & ENTERTAINMENT

Liebe Digital-Community, liebes Sportbusiness, liebe Entertainment-Branche,

„Digital Sports“ hat mittlerweile viele Facetten: Was ist eigentlich die „digitale Rendite“ für Sportorganisationen? Wie genau kann KI helfen? Wie gestaltet man Vermarktung mit digitalen Assets? Welche neuen Möglichkeiten ergeben sich für Sportveranstalter? Wie aktiviert man Partnerschaften im Sport mit digitalen Tools? Und nicht zuletzt: Wie baut man erfolgreich Communities auf?

Diesen vielfältigen Fragestellungen gehen wir in der 11. Ausgabe des Kongresses mit der Hilfe von spannenden Partnern und Speakern auf den Grund!

Lass dich inspirieren - wir freuen uns, dich in Berlin zu begrüßen!

Patrick Seitter

Patrick Seitter
Leitung Kongresse & Academy
ESB Marketing Netzwerk

DBB FORUM

Check-In ab 08.00

Mittwoch 25.10.2023	9.00	10.00	11.00	12.00	13.00	14.00	15.00	16.00	17.00	18.00	19.00	**Raum**
Gamechanger 2023												Atrium
Regionalligen – Entwicklungspontenziale												Atrium III + IV
Effektives Community-Building: 1x1												Atrium
Regionalligen – Vermarktung & Medialisierung												Atrium III + IV
Sponsoring im Amateursport												Friedrichshain
Business Networking												Charlottenburg
Talent-Recruiting												Charlottenburg
Marken im Breitensport												Atrium
Regionalligen – Status quo Spielanalyse												Atrium III + IV
Bike & Run												Friedrichshain
Digitaler ROI im Sport												Atrium
Regionalligen – Content Overkill												Atrium III + IV
Fan-Engagement												Friedrichshain
Get-together												Lichthof

WORKSHOP SPONSOR-TECH AM VORTAG ZU DIGITAL SPORTS & ENTERTAINMENT

13.00 // 24. Oktober 2023

Friedrichshain

Mehr Sponsoring-Umsatz durch Tech & Digital
Die Sponsoring-Welt wird immer komplizierter: Digital, Tech und Automation durchdringen den Sponsoring-Markt in rasender Geschwindigkeit. Die Rechtehalter im Sport sind gefordert: Der Vertriebsprozess von Sponsoring-Partnerschaften muss digitalisiert und (teil-)automatisiert werden. Anschliessend an den vierstündigen Workshop laden wir dich gerne zum Networking-Apéro ein. Für mehr Informationen scanne den QR-Code.

BUSINESS NETWORKING

13.00 // 25. Oktober 2023

Charlottenburg

Auch in der 11. Ausgabe bietet DIGITAL SPORTS & ENTERTAINMENT den Gästen viel Raum für Networking und Erfahrungsaustausch. Beim „Business Networking“ haben 20 Teilnehmer die Möglichkeit, sich systematisch innerhalb von 30 Minuten zu vernetzen.

TALENT-RECRUITING

13.30 // 25. Oktober 2023

Charlottenburg

Hier findest du dein Personal fürs Sportbusiness
Ob Verein, Verband oder Dienstleister – Du bist ein Player im Sportbusiness und suchst noch kompetentes Personal und junge Nachwuchskräfte? Dann nutze die Möglichkeit des Speed-Recruitings der IST-Hochschule. In kurzen Sessions gibt’s die Möglichkeit für ein persönliches Kennenlernen und einen gemeinsamen Austausch mit potentiellen Mitarbeitern für dein Business.

Die Anmeldungen erfolgen im Voraus per E-mail an **Dennis Humann | humann@esb-online.com**

GAMECHANGER 2023

9.30

Atrium

Moderation | Patrick Seitter, Leitung Kongresse & Academy, ESB Marketing Netzwerk

BMW: Mit Vollgas in Richtung Web3
Mit Joytopia hat BMW auf der IAA 2021 nach Branchenmeinung einen Benchmark gesetzt. BMW engagiert sich immer mehr im Metaverse und bietet Usern verschiedenste Markenerlebnisse. BMW iX1, NFTs, virtuelle Umgebungen und vieles mehr. Wie positioniert sich BMW im Web3? Welche Erfahrungen wurden bisher gemacht und welche Pläne gibt es für die Zukunft? Wie wird RE:IMAGINE TODAY hierbei gelebt?
Pia Schörner, Head of Digital Content Creation & BMW Metaverse, BMW |[1]

ADMIRAL Sportshow – Aktivierung neuer Zielgruppen durch Live-Streaming
Über 800.000 Views wurden bisher mit der wöchentlichen Sportshow über YouTube und Twitch erreicht. Was sind die Erfolgsfaktoren der Show? Welche Ziele wurden erreicht? Wie gelingt die dauerhafte Bespielung der Community? Wie wird der Content für weitere Plattformen verwertet?
Lukas Mayer, Head of Department Digital Acquisition, Admiral Sportwetten |[2]
Sophie Wastl, Senior Project Manager, ML Marketing |[3]

Stefan Garlicki: How OnlyFans is changing the game for athletes | Interview
Stefan Garlicki is not just a pro downhill mountain biker and two times national champion, he is also a content creator finding new ways to connect and engage with his fanbase. On Instagram, TikTok and YouTube, Stefan has over 180.000 followers and recently he launched a partnership with OnlyFans as a way to share exclusive content not seen elsewhere. The digital media platform got famous for adult content, but experiencing significant growth across sports, cultivating more and more collaborations of this kind. How did this partnership come about? How did sponsors and fellow riders react? What opportunities does OnlyFans provide for an athlete? Will OnlyFans be a gamechanger for athlete marketing?
Stefan Garlicki, Pro Mountain Biker |[4]

Wie Siemens den Motorsport nachhaltiger machen will
Als globales Tech-Unternehmen unterstützt Siemens u.a. die FIA bei der digitalen Transformation mit Hard- und Softwareangeboten. Als Technologiepartner der 2024 startenden Wasserstoff-Rennserie Extreme H macht der Konzern einen mutigen Schritt, indem er dabei hilft, Motorsport & Nachhaltigkeit zu verbinden. Was genau umfasst das Engagement von Siemens und welche Rolle spielt dabei Software? Wie nutzt die Marke solch eine Technologiepartnerschaft kommunikativ und vertrieblich?
Jens Häußler, Team Lead Corporate Sponsoring & Donations, Siemens |[5]

1

2

3

4

5

11.00 Kaffeepause

REGIONALLIGA-FORUM

ENTWICKLUNGSPOTENZIALE

10.00

Atrium III + IV

Moderation | Marcel Pramschüfer, Head of LIGEN.entertainment

Begrüßung & Intro
Rund 100 Clubs zwischen Fußballromantik und Profi-Business: In den Fußball-Regionalligen versammelt sich neben unzähligen Fans ein buntes Feld an Traditionsclubs, Zweitvertretungen von Bundesliga-Clubs, kleinen Underdogs sowie ambitionierten Neuaufsteigern. Die Management-Herausforderungen sind vielfältig. Hier liegen Marketing und Medialisierung, sportliche Performance und Entwicklung ebenso wie Fan-Belange und Infrastruktur häufig in wenigen engagierten Händen. Mit dem "Regionalliga-Forum" im Rahmen des DIGITAL SPORTS & ENTERTAINMENT bieten LIGEN und LEAGUES gemeinsam mit dem ESB Marketing Netzwerk eine bundesweit einzigartige Plattform zum Erfahrungsaustausch.

Deutschlands vierte Liga zwischen Amateurfußball und Profisport | Diskussion
Ligastruktur und Aufstiegsregelung sind und bleiben Streitpunkte. Aber auch die unterschiedlichen Zulassungsvoraussetzungen der einzelnen Regionalligen haben sowohl klare Befürworter als auch entschiedene Gegner. Wie divers sind darüber hinaus auch die Ansätze in punkto Medialisierung der fünf Ligen sowie die Strategien rund um die Liga-Vermarktung?
Maximilian Ziegler-Freisinger, Geschäftsführer, RLSW Regionalliga Südwest
Till Dahlitz, Geschäftsführer, Nordostdeutscher Fußballverband
Sebastian Neumann, Sportdirektor, FC Würzburger Kickers
Dominic Peitz, Direktor Nachwuchsleistungszentrum, Holstein Kiel

11.00 Kaffeepause

LIGEN

Wir sind LIGEN – ein Dienstleister und Content-Producer im Fußball. Mit über 10 Jahren Markterfahrung und unseren beiden Geschäftsfeldern LIGEN.analytics und LIGEN.entertainment unterstützen wir Proficlubs, Verbände und Medien mit Scoutingfeed-Produktionen, kontextuellen Spielanalysen, innovativen Medien- und Content-Formaten, Livestreams und Social Media.
ligen.football

Mit auf der Bühne

EFFEKTIVES COMMUNITY-BUILDING: 1x1

11.30 Parallel

Atrium

Moderation | Sascha Stalica, Managing Partner, Apollo18

Digital Collectibles – Einblicke in die globale Trading Card Community | Interview
Der Markt für digitale Collectibles wächst stetig. Auch Trading Cards haben ihren Weg in digitale und hybride Formen gefunden. Welche Mechanismen greifen? Wie ist das Entwicklungspotenzial? Wo verbergen sich innovative Ansätze für Marken?
Christopher Hana, VP, KOLEX

KRAFT Runners: Deutschlands relevanteste Running-Community
Mit über 2.500 aktiven Läufer*innen und unter dem Motto #geilballern sind die KRAFT Runners die wohl relevanteste Lauf-Community Deutschlands. Was ist das Erfolgsgeheimnis? Welche Geschäftsmodelle entstanden im Laufe der Zeit und wie skaliert das Projekt in Zukunft?
Eugen Schiller, Founder, KRAFT Runners

XLETIX Kids – Ein neues Eventformat boomt
XLETIX Kids ist ein Hindernislauf für Kinder. Gemeinsam mit einer Begleitperson geht es durch Schlamm, Schaum & Wasser. Das Format existiert seit 2021 und verbuchte 2023 über 100.000 Teilnehmende. Eine unvergleichbare Community, die 11 Monate im Voraus für restlos ausverkaufte Events sorgt. Was ist das Erfolgsrezept?
Franziska Schewe, Head of Partnerships Active Lifestyle, XLETIX

Erfolgsfaktoren für effektives Community-Building | Diskussion
Was definiert eine echte Community? Welche Faktoren bestimmen den Aufbau und die aktive Pflege? Was können Unternehmen von organischen Communities lernen?
Eugen Schiller, Founder, KRAFT Runners
Christopher Hana, VP, KOLEX
Silke Sollfrank, Freerunnerin & Creatorin
Franziska Schewe, Head of Partnerships Active Lifestyle, XLETIX
Marvin Ronsdorf, Head of Social Media, Apollo18

APOLLO 18

Apollo18 ist keine reine Agentur im Sportmarketing, sondern sieht sich als sportliche Mission. In 2010 gestartet, kreieren die Sportenthusiasten Live-Erlebnisse und entwickeln digitale Inhalte mit dem Ziel, Menschen und Marken durch Sport zu verbinden. Zu ihren Kunden zählen Topmarken wie Mercedes-Benz, Allianz, Unicef, Red Bull, PwC, DFB, comdirect uvm. Ihr Grundsatz: „Wir glauben, dass Sport die Kraft hat, Menschen zu begeistern und in der heutigen Welt auch gesellschaftlich etwas zu bewegen."
apollo18.com

Mit auf der Bühne

REGIONALLIGA-FORUM

LIGA-VERMARKTUNG, NAMING-RIGHTS & MEDIALISIERUNG

11.30 Parallel

Atrium III + IV

Moderation | Marcel Pramschüfer, Head of LIGEN.entertainment

Wie gut lassen sich die Regionalligen vermarkten?
Ein klares Markenprofil mit reichweitenstarker Kommunikation und einer großen und aktiven Community sind sicher eine gute Grundlage. Was aber sind die finalen Zutaten, die es für eine erfolgreiche Vermarktung noch benötigt? Vor welche Herausforderungen sind die Regionalligen hierbei gestellt und wo verstecken sich möglicherweise noch nicht gehobene Potenziale?

Case Study: Lotto Hessenliga
Mit dem Partner LOTTO ist es dem Hessischen Fußball-Verband gelungen, einen engagierten Namensgeber für die höchste Spielklasse des Landes zu finden. Wie sieht die Zusammenarbeit aus?
Sebastian Büter, Referent Marketing, Hessischer Fußball-Verband

Case Study: EnBW-Oberliga Junioren
Die EnBW engagiert sich bereits seit 2008 an der Seite dreier Landesverbände umfangreich im Baden-Württembergischen Unterbau der Junioren-Bundesliga. Warum hat sich die EnBW dazu entschieden?
Angiolina Greising, Sponsoring und Marketing Manager, EnBW

Case Study: Eintracht Frankfurt
Eintracht Frankfurt ist Vorreiter im Bereich der digitalen Kommunikation und setzt in puncto ClubTV und Social Media Maßstäbe. Welche Philosophie verfolgt der Verein dabei?
Ann-Kathrin Ernst, Redaktionsleiterin Presse und Öffentlichkeitsarbeit, Eintracht Frankfurt

Vermarktungspotenziale der Regionalligen | Diskussion
Wo stehen die Regionalligen in punkto Vermarktung? Welche Hindernisse bestehen und wo liegen die Entwicklungspotenziale?
Sebastian Büter, Referent Marketing, Hessischer Fußball-Verband
Angiolina Greising, Sponsoring und Marketing Manager, EnBW
Ann-Kathrin Ernst, Redaktionsleiterin Presse und Öffentlichkeitsarbeit, Eintracht Frankfurt
Heiko Mallwitz, Mediendirektor, OSTSPORT.TV

LIGEN.entertainment ist seit über 10 Jahren der Videoproduzent der Fußballindustrie. Aus der Historie heraus zählt die flächendeckende Produktion aller Spiele einer Liga zu unserer DNA. Dies stellt die perfekte Ausgangsposition für Verbände, Vereine und Medienpartner dar, um ganze Ligen und Wettbewerbe attraktiv darzustellen und mit eigenen Formaten zu vermarkten.
ligen.football/entertainment

Mit auf der Bühne

13.00 Mittagspause

SPONSORING IM AMATEURSPORT

11.30 Parallel

Friedrichshain

Moderation | Lena Reinhart, Manager Communications, B2Sports

Was erfolgreiches Sponsoring im Amateursport heute ausmacht
Wer an Amateursport-Sponsoring denkt, hat vermutlich nicht zuerst digitale KPIs und eSports im Kopf. Aber genau diese Themen suchen Unternehmen. Wie müssen sich Sportorganisationen aufstellen, um für Unternehmen attraktiv zu sein? Welche digitalen Assets sind wichtig? Und wie können Unternehmen das Potenzial im Amateursport erfolgreich als Markenplattform nutzen?
Caroline Döbler, Leitung Consulting I Communications I Event, B2Sports

Bayerischer Fußball-Verband: Vermarktungserfolg mit System
Seit über 20 Jahren baut der BFV kontinuierlich seine Partnerschaften mit Sponsoren aus. Das ist kein Zufall: Invests in digitale Plattformen, moderne Vermarktungsstrukturen und neue Ideen für die Aktivierung von Partnerschaften sind nur einige der Erfolgsfaktoren. Was macht eine moderne Verbandsvermarktung aus? Was suchen Partner aus der Wirtschaft und was kann ein Verband wie der BFV wirklich bieten?
Wolfgang Wanner, Teamleiter BFV-Vermarktung, BFV Service

BFV eFootball: Neue Plattform öffnet neue Perspektiven
Mit dem Ziel, die jungen Fußballer*innen zu erreichen, hat der BFV eine eigene Ligen-Struktur im eFootball aufgebaut. Mit Etablierung der neuen Plattformen entwickelten sich neue Themen: Erfolgreiche Recruiting-Events für Unternehmen oder zuletzt für das Bayerische Ministerium für Digitales eine eigene Roadshow. Wie wichtig ist die Schaffung einer eigenen Brand und die richtige Nutzung der Kommunikations-Kanäle? Welche Rolle spielen Offline-Events?
Dennis von Malottke, Leitung eSports, B2Sports
Lukas Hösch „BadeschlappenLP“, eSports Influencer

Wie ERDINGER seine Marken Amateur- und Profisport erfolgreich aktiviert!
Seit Jahren ist ERDINGER Weißbräu ein fester Player im Sport-Sponsoring. Wie ERDINGER seine Marken ERDINGER Weißbier und ERDINGER Alkoholfrei im Sport aktiviert und damit erfolgreich sowohl im Profi- als auch im Amateursport ist, zeigen unterschiedlichste Engagements. Von Sponsorings im Amateurfußball über das "ERDINGER Active TEAM" bis hin zu großen Ausdauerevents wie dem Berlin-Marathon. Wie sieht die Sponsoring-Strategie von ERDINGER Weißbräu aus und wie kann die Emotionalisierung der Marke bei Events auf digitalen Plattformen übertragen werden?
Philipp Herold, Leitung Sponsoring, Events & Messen, Privatbrauerei ERDINGER Weißbräu

13.00 Mittagspause

B2 SPORTS

Als Full-Service Agentur arbeitet B2Sports mit Sportorganisationen und Unternehmen in den Disziplinen Consulting, Kommunikation, Event und eSports zusammen. Das Besondere an B2Sports ist die langjährige Erfahrung in der Vermarktung des Amateursports. Bei der Entwicklung von innovativen Ideen und ganzheitlichen Lösungen greifen wir auf unser weitreichendes Netzwerk in der deutschen Sportbranche und unser eingespieltes Team zurück.
b2sports.de

Mit auf der Bühne

BAYERISCHER FUSSBALL-VERBAND SERVICE GMBH

ERDINGER WEISSBRÄU

MARKEN IM BREITENSPORT

14.00 Parallel

Atrium

Moderation | Gero Behrends, Geschäftsführer, behrends marketing

Bei diesem Forum wird der Schwerpunkt auf die Frage gelegt, wie die Sporttreibenden im Breitensport profiliert sind, und wie Marken ihr Sponsoring gestalten sollten, um Breitensportler erfolgreich anzusprechen. Wie kommen Breitensportler mit Marken in Kontakt? Welche Sponsoring-Aspekte sollten hier eine Rolle spielen?

Sport Voswinkel: Markenkommunikation und Zielgruppenansprache
Mit dem Ziel, eine breite Zielgruppe mit Sportartikeln zu versorgen, ist die Sport Voswinkel GmbH eine der bekanntesten Sportfachhändler auf dem deutschen Markt. Was sind die Herausforderungen, wie hat sich der Markt und damit auch die eigene Kommunikation verändert? Wie und wo erreicht die Marke seine Kunden und potenzielle Neukunden?
Michael Rotholz, Leitung Marketing Kommunikation, Sport Voswinkel

Join the competition: das größte virtuelle Skirennen ohne Startlinie
iSKI wird im Winter von rund 2.0 Millionen SkifahrerInnen allein im Alpenbogen genutzt. Allein 100.000 der User nehmen an der HEAD iSKI Trophy teil, einem digitalen Skiwettbewerb. Welche Möglichkeiten eröffnet diese Challenge HEAD als Titelsponsor und wie funktioniert die direkte Kommunikation zwischen den Usern sowie den Brands? Wie werden die Features einer nativen App genutzt, um zu informieren aber auch zu motivieren? Was ist der direkte Nutzen für die Sponsoren und Skigebiete?
Christian Vonach, CEO, Intermaps / iSKI

Weitere Gesprächs- und Diskussionspartner sind:
Sven Runge, Research Manager, YouGov Deutschland
Peter Fritzen, Geschäftsführer, Behrends Marketing

15.30 Kaffeepause

Behrends Marketing hat sich auf die Aktivierung breitensportlicher Sponsorings spezialisiert und fokussiert auch den sporttreibenden Amateur. Als Marketingspezialisten bringt Behrends Marketing Marke und den Sport kreativ und konzeptionell zusammen. Im Fokus stehen Liveerlebnisse, digitale Sichtbarkeit und natürlich der Mensch.
behrends-marketing.de

YouGov ist ein internationales Unternehmen für Online-Marktforschung und Analysetechnologie und verfügt über eines der größten Marktforschungsnetzwerke der Welt. YouGovs innovative Lösungen helfen Marken, Medieninhabern und Agenturen, ihre Marketingaktivitäten besser zu planen, zu aktivieren und zu messen.
business.yougov.com/de

Mit auf der Bühne

REGIONALLIGA-FORUM

ABGEHÄNGT ODER IN SCHLAGDISTANZ: STATUS QUO IN DER SPIELANALYSE

14.00 Parallel

Atrium III + IV

Moderation | Marcel Pramschüfer, Head of LIGEN.entertainment

Welche Ressourcen stehen den sportlichen Abteilungen der Regionalligisten zur Verfügung? Verbessern die verwendeten Analyse-Tools die sportliche Leistung der Teams? Haben Eckbälle in der Regionalliga die gleiche Bedeutung für das Ergebnis wie in der Bundesliga? Wir schauen uns wissenschaftliche Arbeiten an und sprechen darüber.

Spielanalysetools: Einsatz in der Qualitätssicherung und zum Vergleich mit anderen Spielklassen
Aktuelle Forschungsergebnisse zu Spielanalysetools im Fokus: Inwiefern tragen unsere Analysetools zur Leistungsverbesserung der Teams bei, die sie nutzen? Welche Unterschiede hinsichtlich der Ausführung von Eckbällen zwischen verschiedenen Spielklassen lassen sich damit untersuchen?
Marius Kraus, Senior Analytics Specialist, LIGEN.analytics

Status quo und Entwicklungspotenziale in der Spielanalyse | Diskussion
Passen die Studienergebnisse zu den Alltagserfahrungen der Gäste? Was war überraschend, was war erwartbar und vor allem welche Erwartungen bestehen an die Zukunft?
Markus Unger, Sportlicher Leiter und Co-Trainer, BSV Kickers Emden
Julian Schauerte, Rechter Verteidiger, FC Gütersloh
Gabor Ruhr, Leiter Analyse & Sporttechnologie, Hertha BSC

15.30 Kaffeepause

LIGEN.analytics verfolgt das Ziel, die Performance der sportlichen Abteilungen zu steigern und unterstützt Trainer, Analysten und Scouts genauso wie Schiedsrichter und deren Beobachter rund um das Thema Spielanalyse. Dabei setzen wir konsequent auf unsere eigene Analyse-Methodik und das Konzept der kontextuellen Spielanalyse.
ligen.football/analytics

Mit auf der Bühne

BIKE & RUN

14.00 Parallel

Friedrichshain

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

Digitale Planung & Steuerung von Events
Die Digitalisierung der Veranstaltungsplanung wird zunehmend zum «Must have»: Sicherheitsrelevante Informationen müssen dynamisch vorliegen und somit jederzeit dokumentierbar sein. Anwohner, Teilnehmende und Behörden erwarten transparente Informationen über Sperrungen, Zeitabläufe und sonstige Ereignisse 24/7. Anhand von Sport-Großveranstaltungen in der Schweiz und Deutschland zeigen wir Herausforderungen und Lösungen.
Hans Schächl, Projektleiter Outdoorevents, placeit

Veranstaltungs-Management 2024 | Diskussion
Die Herausforderungen an Sicherheit und Kommunikation bei Grossevents steigen. Finden Veranstaltungen im öffentlichen Raum immer weniger Akzeptanz und sind somit gefährdet? Wie können Veranstalter «aufrüsten»? Oder kann «Business as usual» weitergehen?
Christian Jost, Geschäftsführer, SCC Events (Veranstalter Berlin-Marathon)
Sven Maurmann, Inhaber, placeit
Alice Walchshöfer, Geschäftsführer, TEAMCHALLENGE, DATEV Challenge Roth
Rene Jüngling, Verkehr / Sicherheit, Berliner Radsport Verband

15.30 Kaffeepause

placeit

Seit 1998 ist kippdata informationstechnologie führend in der innovativen Nutzung von Web-Technologien. In den vergangenen zwanzig Jahren hat kippdata seinen Kunden massgeschneiderte E-Commerce-, Portal und Geoinformationslösungen bereitgestellt. Mit dem Produkt placeit geht kippdata wieder neue Wege und stellt ein modernes innovatives Produkt für die integrierte Planung, Information und Durchführung von grossen Sportveranstaltungen vor, mit dem die Digitalisierung in diesem Bereich ohne technische Vorkenntnisse gelingt.
placeit.de

Mit auf der Bühne

SCC | EVENTS

DATEV CHALLENGE ROTH

BRV BERLINER RADSPORT VERBAND

DIGITALER ROI IM SPORT

16.00 Parallel

Atrium

Moderation | Patrick Seitter, Leitung Kongresse & Academy, ESB Marketing Netzwerk

Das digitale Spiel – Wie werde ich Sieger der Digitalisierung?
Die digitale Transformation ist allgegenwärtig. Jedoch profitieren die Unternehmen nicht im gleichen Maße von Effekten aus der Digitalisierung. Aber wie können Unternehmen im Sport das „digitale Spiel“ gewinnen, also in für sie wichtigen Bereichen der Digitalisierung gegenüber ihren Wettbewerbern bestehen und als Sieger vom Platz gehen? Wir beleuchten die Do‘s und Dont’s in Digitalisierungsprozessen von Unternehmen im Sport.
Dr. Marcus Hochhaus, Managing Partner, SPORTHEADS |[1]

Reality Check – Experten, Projekte und Visionen | Diskussion
Der organisierte Sport steht mit den notwendigen Investitionen in seine digitale Transformation alten Wettbewerbern und neuen Tech-Playern gegenüber. Mit Digital-Know-how, profitablen Geschäftsmodellen und Investorengeldern stecken diese jeden Tag neue, digitale Claims ab.

Mit der Expertenrunde will SPORTHEADS anhand von Beispielen aus aktuellen Projekten die konkreten Gefahren, aber auch die Chancen dieser Veränderungen diskutieren. Wo wurde investiert und warum? Wie steht es mit dem ROI - dem Return on Investment bei Digitalisierungsprojekten? Was sind Beispiele für erfolgreiche Strategien und Maßnahmen, was nicht? Was ist die langfristige Perspektive für die Unternehmen im Sport?

Im Zuge der Diskussion wird SPORTHEADS exklusiv die Ergebnisse des SPORTHEADS digital digest präsentieren. Diese Bestandsaufnahme der Digitalisierung des Sportes wurde 2023 erstmals durch SPORTHEADS mit der Unterstützung der ESB durchgeführt, wobei Unternehmen und Organisationen aus allen Bereichen des Sports zu den wichtigsten Aspekten der Digitalisierung für Unternehmen und Mitarbeiter im Sport befragt wurden.
Jan Kremer, Head of Business Intelligence, Deutscher Fußball-Bund |[2]
Prof. Dr. Juppi Lee, Senior Director Marketing & Corporate Development, VfL Wolfsburg |[3]
Simon Papendorf, Geschäftsführer, Deutscher Tennis Bund |[4]
Thomas Zimmermann, Vorstand Marketing & Kommunikation, Deutscher Handballbund |[5]
Dr. Marcus Hochhaus, Managing Partner, SPORTHEADS |[1]

ab 17.30 Get-together

SPORTHEADS
Business & People Intelligence

Mit der im Sport einmaligen Kombination aus Strategie- und Personalberatung bieten wir Entscheidern, Gremien und Investoren eine fundierte Unterstützung zu strategisch wichtigen Fragen. Mit unserer Sport-DNA und langjährigen Branchenerfahrung erzielen wir unmittelbar einen spürbaren Mehrwert für unsere Kunden.

Zu unseren Kunden gehören eine Vielzahl von unterschiedlichen Unternehmen, Organisationen und Einzelpersonen. Wir beraten Kunden jeder Größe, von internationalen Konzernen und großen Marken bis zu jungen SportTech-Unternehmen und Start-ups.
sportheads.de

1

2

3

4

5

REGIONALLIGA-FORUM

CONTENT OVERKILL: HABEN WIR NOCH DEN ÜBERBLICK?

16.00 Parallel

Atrium III + IV

Vollautomatische Echtzeit-Emotionen mit ChatGPT, Stable Diffusion und Co
Automatische Spielberichte waren gestern. Generative KI revolutioniert das Fußballerlebnis, indem sie kontextbezogene Inhalte und personalisierte Erlebnisse schafft. Können Spiele schon automatisch kommentiert werden? Welche Inhalte und Medien lassen sich automatisch erstellen? Wie kann KI das Erlebnis verbessern?
Marc Stöcker, CTO, LEAGUES

Best-Practice: Markenpositionierung und Social-Media-Kommunikation
“Näher geht's nicht” ist der neue Leitgedanke der Stuttgarter Kickers, der mit Hilfe der Stuttgarter Marketing-Agentur Panama aufgezeigt wurde. Wie zeigt sich der Markenkern auf Social Media? Warum ist es hilfreich, dass das Führungspersonal des Vereins auf LinkedIn aktiv ist? Warum haben die Kickers einen der besten TikTok-Kanäle?
Matthias Becher, Geschäftsführer, SV Stuttgarter Kickers

Content-Creator in der Bundesliga vs. Regionalliga: Wo ist der Unterschied?
Hardy Kloßeks Karriere hat in jungen Jahren als Radiomacher und Fußballspieler angefangen. Seit über 20 Jahren ist er Content-Creator im Regional- und Profifußball. Von den Spielen bei Kickers Emden, über Lothar Matthäus und New York bis Lukas Podolski in den Alpen. Aktuell berichtet er wöchentlich wechselnd für Topclubs wie den FC Liverpool mit Jürgen Klopp, den FC Kopenhagen, oder den HSV aus dem Trainingslager hochformatige Kurzvideos für alle Kanäle.
Hardy Kloßek, Head of Media, Onside Sports und BSV Kickers Emden

Der Verein als Community: Fan-Ansprache in und außerhalb des Stadions | Diskussion
Zwischen Fan-Foren, WhatsApp-, Facebook-, und LinkedIn-Gruppen. Welche Bedeutung hat die Kommunikation in der Club-Community und kann diese zur Steuerung und Positionierung der Vereins- und Sponsoreninteressen dienen?
Nils Lappahn, Präsidium, TuS Koblenz
Jens Moritz, Vorstand, FC Bayern Alzenau
Matthias Becher, Geschäftsführer, SV Stuttgarter Kickers
Hardy Kloßek, Head of Media, Onside Sports und BSV Kickers Emden
Markus Kleber, CEO & Founder LEAGUES, Founder LIGEN (Moderation)

ab 17.30 Get-together

LEAGUES

Zur Website und Newsletter kamen Facebook, Twitter und Instagram. Jetzt neu und on top: Tiktok und LinkedIn. So toll wie noch nie? Oder verlieren wir Überblick und Kontrolle über immer mehr Plattformen und Inhalte? Kann uns KI bei der Lösung helfen?
leagues.football

Mit auf der Bühne

onside

FAN-ENGAGEMENT

16.00 Parallel

Friedrichshain

Moderation | Patrick Achberger, Team Lead Kongresse, ESB Marketing Netzwerk

The Future of Fan Engagement: New Technologies To Reshape the Sports Businessport
Sport1 hat den Anspruch, Mehrwerte und Akzeptanz bei Usern zu generieren. Gemeinsam mit seinem Partner Starzz entwickelt Sport1 neue Ansätze im Bereich Web3 – mit direkter Aktivierung von Stars und Fans. Wie genau sehen die Produkte und Anwendungen aus?
Marco Kowalewski, Founder, Starzz
Matthias Reichert, CCO und Mitglied der Geschäftsleitung, Sport1

Phygital Merchandise: Boost für Fan-Engagement & Community-Building
collectID erstellt einen D2C-Channel für Brands und Sport-Organisationen durch phygitales Merchandising. Fans können ganz einfach mit ihrem Smartphone das physische Produkt berühren, um so in die digitale Welt einer Brand oder eines Sportvereins einzutauchen. Neben der Steigerung des Fan-Engagements entsteht gleichzeitig auch eine Community von Merchandise-Besitzern. Warum sollten Brands und Sportvereine diesen Weg verfolgen? Welche Mehrwerte bietet es? Und wer ist bereits Teil des «Phygital»-Movements?
David Geisser, Co-Founder & CEO, collectID

Emmi Österreich & COPE – Gaming und eSports als Türöffner zur GenZ
10 Millionen Sichtkontakte und mehr als 2,2 Millionen Social-Media-Impressionen konnte Emmi Österreich gemeinsam mit Beyond Gaming by COPE für die Suche des nächsten Streaming-Stars erzielen. Welche Plattformen wurden bespielt, um die GenZ in ihrer Bubble zu erreichen? Wie gelingt es die Gaming-Community authentisch zu aktivieren? Und wie nutzt Emmi Österreich den Wettbewerb in der kurz- und mittelfristigen Kommunikation?
Maximilian Ratzenböck, eSports & Gaming Consultant, Beyond Gaming

Fan engagement and social media monetization 2.0.
On average, fans engage with players 8x more than the social of the team they play for. This provides huge revenue generating opportunities for teams, leagues, brands and athletes. But many parties don't have the time or the tools at their disposal to successfully monetize their social media and engage with fans. How can those parties manage their activities properly? How can social media affect sponsorships in the future?
Victor Stekly, Founder, Sportskred
Benedetta Abbruzzese, Communications & Marketing Director, Derthona Basket

Growing #ChiefsKingdom
Translating a short-term burst of activity into a long-term commitment to fans. The 2023 Super Bowl champions are playing in Germany. How the Kansas City Chiefs are leveraging their game in Frankfurt as a milestone opportunity to grow their fanbase in the market.
Lara Krug, Chief Marketing Officer & Executive VP of Marketing, Kansas City Chiefs
Anja Scheib, Mitglied der Geschäftsleitung, brands and emotions

ab 17.30 Get-together

Mit auf der Bühne

GET-TOGETHER

ab 17.30

Lichthof

Nach einem Tag voller Inputs und News aus dem digitalen Sport- und Entertainment-Business ist die Zeit zum Genießen gekommen. Vertieft ab 17:30 Uhr bei einem Happen Essen und leckerem Bier die Themen und Diskussionen des Tages. Tauscht Euch bei lockerer Atmosphäre mit Euren Geschäftspartnern und Freunden aus der Branche aus und knüpft neue Kontakte.

LOGIN in die ESB-Welt

- Online-Zugang inkl. Teilnehmerliste für gebuchte ESB-Kongresse*
- Kontakte und Details aller ESB Partner
- Freischaltung für Artikel in den ESB-Themen
- Zugang zum News-Archiv
- Buchung weiterer Kongresse und ESB-Leistungen*

* Diese ESB-Leistungen sind kostenpflichtig und stehen den ESB Partnern im Rahmen der Mitgliedschaft kostenlos zur Verfügung.
Weitere Informationen zum ESB Marketing Netzwerk: Felix Berger, +41 71 226 42 24, berger@esb-online.com

PREMIUM PARTNER

Wir sind LIGEN – ein Dienstleister und Content-Producer im Fußball. Mit über 10 Jahren Markterfahrung und unseren beiden Geschäftsfeldern LIGEN.analytics und LIGEN.entertainment unterstützen wir Proficlubs, Verbände und Medien mit Scoutingfeed-Produktionen, kontextuellen Spielanalysen, innovativen Medien- und Content-Formaten, Livestreams und Social Media.
ligen.football

LIGEN.analytics verfolgt das Ziel, die Performance der sportlichen Abteilungen zu steigern und unterstützt Trainer, Analysten und Scouts genauso wie Schiedsrichter und deren Beobachter rund um das Thema Spielanalyse. Dabei setzen wir konsequent auf unsere eigene Analyse-Methodik und das Konzept der kontextuellen Spielanalyse.
ligen.football/analytics

LIGEN.entertainment ist seit über 10 Jahren der Videoproduzent der Fußballindustrie. Aus der Historie heraus zählt die flächendeckende Produktion aller Spiele einer Liga zu unserer DNA. Dies bildet die perfekte Basis für Verbände, Clubs und Medienpartner dar, um ganze Ligen und Wettbewerbe attraktiv darzustellen und mit eigenen Formaten zu vermarkten.
ligen.football/entertainment

Die Mission von LEAGUES ist es, mit Hilfe von Plattform und App die beste Timeline des Fußballs zu schaffen und dadurch nachhaltige digitale Geschäftsmodelle für Fußballclubs zu entwickeln. LEAGUES unterstützt Fußballvereine dabei, ihre Inhalte nach den Prinzipien der Creator Ecconomy zu kreieren und direkt an ihre Fans zu vermarkten.
leagues.football

BILDUNGS PARTNER

FORUM PARTNER

AUSSTELLER

MEDIEN PARTNER

TICKET

DIGITAL-SPORTS-ENTERTAINMENT.DE

Live-Ticket 499,- € zzgl. MwSt.
Kongress inkl. aller Foren und Verpflegung

Workshop: Sponsor-Tech
am 24. Oktober 2023
149,- € zzgl. zum Kongressticket
349,- € ohne Kongressticket

350 Teilnehmer
+40 Experten auf der Bühne

25. Oktober 2023
in Berlin

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

Ansprechpartner
Hendrik Ungelenk
ungelenk@esb-online.com

Veranstaltungsort
dbb forum
Friedrichstraße 169
D-10117 Berlin

Bildrechte
© Gabriele Griessenboeck