

DIGITAL SPORTS & ENTERTAINMENT

FAN-ENGAGEMENT

MARKENBILDUNG

DATEN & TRENDS

REICHWEITE

eSPORT



© Bildrechte: Aspektheits GmbH

Premium Partner

ATHLETIA
SPORTS

Club
STREAM
NEIN DIGITALE VEREINSMANNSCHAFT.

efitiDO
connected with
sports professionals

nielsen
.....

 **RESULT SPORTS**



7. DIGITAL SPORTS & ENTERTAINMENT FESTIVAL DER INNOVATIONEN

Liebe Digital Natives, Sport- und Marketingentscheider,

neue Ideen für Marken, Vereine und Veranstalter stehen im Fokus des diesjährigen DIGITAL SPORTS & ENTERTAINMENT. Daten, Audio und nach wie vor eSport sind Schlüsselbegriffe der Digitalisierung im Sport. Welche Relevanz haben diese für die Sportveranstalter und deren Sponsoren? Wie wirken sie auf die Markenbildung? Wie lässt sich Fan-Aktivierung und E-Commerce harmonisch und digital meistern? Vereine und Institutionen können sich emotional abheben und dem Kunden neue Interaktionsmöglichkeiten bieten. Der Kongress ist ein Festival der Innovationen und Ideen mit konkreten Fallbeispielen.

Wie schaffen Borussia Dortmund und TikTok eine neue Art von Fan-Erlebnis?
 Wie aktiviert ASICS bei Events mit personalisiertem Content neue Kunden?
 Ist Dailymotion der neue Top-Performer im Videostreaming?
 Warum fährt Mercedes-Benz im Social Media allen davon?

Fragen, auf die der Kongress DIGITAL SPORTS & ENTERTAINMENT Antworten & Ideen liefert.

Schön, dass Sie dabei seid!

Hans-Willy Brockes
 Geschäftsführer,
 ESB Marketing Netzwerk



Tag 1: 09.30 Uhr
 Tag 2: 08.00 Uhr



9 Foren



450 Teilnehmer
 +50 Referenten



3 Masterclasses

STEIGENBERGER HOTEL AM KANZLERAMT

Check-In ab 08.30

Montag 21.10.2019	9.00	10.00	11.00	12.00	13.00	14.00	15.00	16.00	17.00	18.00	19.00	Raum
Hauptbühne												Raum 1
Aktivierung												Raum 1
Digitale Strategien												Raum 2
Masterclass												Raum 3
Data-Driven-Marketing												Raum 1
Markenbildung												Raum 2
Masterclass												Raum 3
Business Networking												Foyer Saal B
eSport												Raum 1
Reichweite												Raum 2
Masterclass												Raum 3
Get-Together												Foyer

BREAKFAST SESSION

Check-In und Frühstück ab 08.00

Dienstag 22.10.2019	8.00	9.00	10.00	11.00	12.00	13.00	14.00	15.00	16.00	17.00	18.00	Raum
Frühstück												Foyer
Innovationen												Raum 1
Zukunft & Sport												Raum 1

BUSINESS NETWORKING

🕒 21. Oktober 2019 // 14.00

📍 Foyer Saal B

Neue Kontakte und neues Business. In 20 Minuten vernetzen sich 20 TeilnehmerInnen systematisch beim Speed-Networking. Was macht Ihr Business besonders? Wo gibt es Chancen für eine Kooperation? Können Sie Ihre Unternehmung in 60 Sekunden erklären?

Anmeldung: First come, first serve – Melden Sie sich direkt für das Networking an.

E-Mail: Felix Berger, berger@esb-online.com

Betreff: Anmeldung Business Networking DSE 2019



NIELSEN SPORTS

KEINE INSIGHTS MEHR VERPASSEN:
[NIELSENSPORTS.COM/DE](https://www.nielsensports.com/de)



WIR NEHMEN MIT IHNEN JEDE HÜRDE IM SPORT UND ENTERTAINMENT-BUSINESS



DIGITAL SERVICES

Wie können die Potenziale digitaler Medien im Sponsoring optimal ausgeschöpft werden?



MARKET RESEARCH

Welche Wirkung erzeugt mein Sponsoring in den relevanten Zielgruppen?



MEDIA EVALUATION

Welche Präsenz erreicht mein Engagement und wie viel ist es crossmedial wert?



CONSULTING

Welche Sponsoring-Strategie verspricht mir einen nachhaltigen ROI?



MARKET INTELLIGENCE

Welche Trends und Entwicklungen im Sponsoring muss ich berücksichtigen?



MEDIA AUDIT

Welche Rechte muss ich schützen und wie kontrolliere ich die Exklusivität?

Als weltweit führendes Forschungs- und Beratungsunternehmen der Sport- und Entertainmentbranche analysieren wir seit mehr als 30 Jahren Markt- und Mediadaten und verknüpfen sie mit Nielsen-Insights zu regionalen und globalen Konsumententrends. Zur optimalen Nutzung dieser einzigartigen Datenvielfalt investiert Nielsen Sports kontinuierlich in neue Methoden und Technologien. Auf dieser Basis bieten wir weltweit bereits mehr als 1.700 führenden Marken, Rechthealtern und Medienunternehmen eine verlässliche Entscheidungshilfe und konkrete Handlungsempfehlungen für komplexe Fragestellungen.

HAUPTBÜHNE

🕒 21. Oktober 2019 // 09.30

📍 Raum 1

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

Neue Updates 2020: Die Marschroute zur digitalen Zukunft

Welche Technologie- und Social-Content-Trends erwarten Sponsoren und Sportanbieter in 2020?

Lukas Klumpe, Managing Director, Athletia Sports ¹

efitido: Gamification als Schnittstelle zwischen Marke & Sport

Seit September 2019 vernetzt efitido die Bereiche Profifußball und Fitness mit Fans und (Nicht-)Sportlern. Bewegungs- und Trainingseinheiten werden in Konkurrenz und live im Game mit Sportlern und Klubs möglich. Gleichzeitig wird die Anwendung zur Markenbindungs- und E-Commerce Plattform für die Institutionen. Wie wird Bewegung und Gamification zum Markentreiber?

Matthias Wengenroth, Geschäftsführer, efitido ²

Mercedes-Benz: Der Social-Media-Star

Mit über einer Milliarde Likes auf Instagram hat Daimler eine Schallmauer durchbrochen. Außerdem spielt die Marke mit dem Stern mit fast 30 Mio. Interaktionen und plattformübergreifend 6,9 Mrd. Kontakten in der Social Media Champions League. Wie wichtig ist der digitale Pioniergeist in der Unternehmenskommunikation? Welche Projekte kommen nach der Nationalmannschaft?

Christopher Reinicke, Social Media, Daimler, Mercedes-Benz Cars ³

Signa Sports United – Aufbau eines digitalen Ökosystems im Sport

Signa Sports United ist die führende E-Commerce-Plattform rund um den Bereich Sport. Mit mehr als 194 Mio. Website-Besuchern und über 2,9 Mio. aktiven Kunden befindet sich die Plattform bereits in überlegener Marktposition.

Stephan Zoll, CEO, Signa Sports United ⁴

🕒 11.00 Kaffeepause



ATHLETIA
SPORTS



efitido
CONNECTED WITH SPORTS ENTERTAINMENT



IN SIGNA
SPORTS
UNITED





Informationen zur Masterclass

Ein Thema, Produkt oder eine Dienstleistung wird kompakt erläutert, analysiert und erlebbar gemacht – als Workshop, Kurs, Dialog oder interaktives Element. Für den Inhalt und die Ausübung sind die Partner eigenständig verantwortlich. Die Teilnehmerzahl ist auf 25 Personen begrenzt. Die Anmeldung erfolgt online und verbindlich im Voraus.

MASTERCLASS | GAMIFICATION

efitido – Körperliches Training trifft mobile gaming

Sich einmal mit den Profi-Sportlern messen oder mit den Superstars der Liga mittrainieren – ein Traum für jeden Fan. Einblicke der efitido App:

Teil 1: Produktvorstellung

Was ist efitido? Welche Möglichkeiten bietet die App den Usern, Sponsoren und Sportvereinen? Was sind die Besonderheiten der Anwendungstechnologie?

Teil 2: Praxisnahe Veranschaulichung

Lernen Sie die Anwendung hautnah an verschiedenen Geräten kennen und probieren sich im Kräften messen gegen Ihre Vorbilder.

Teil 3: offene Diskussionsrunde

Referent:

Matthias Wengenroth, Geschäftsführer, efitido

MASTERCLASS | SOCIAL CONVERSION

Tipps & Tricks für Online- / Merchandising-Shops

Der Workshop vermittelt anhand von praktischen Methoden die effektive Ausgestaltung von Social-Media-Kampagnen, wie die Optimierung des Returns on Ad Spend (ROAS). Anhand von Tipps und Tricks aus Praxisbeispielen werden die Erfolgsfaktoren zur Steigerung des Social Selling und der Optimierung der Conversion vertieft. Zum durchlässigen Erfahrungsaustausch wird schlussendlich gemeinsam eine Beispielskampagne aufgesetzt.

Wie kann Social-Media-Content auf eine Zielgruppe angepasst werden?

Referent:

Samuel Gähwiler, CEO, Levuro

MASTERCLASS | FACEBOOK MESSENGER BOT

In Zeiten sinkender organischer Reichweite helfen Messenger Bots dabei, User Engagement und Conversion Rates gezielt zu steigern.

Teil 1: Theoretische Grundlagen

Top Messaging Apps, Social Media Trends, Messenger Nutzer in Deutschland, Anwendungsfelder.

Teil 2: Praxisbeispiel

Umsetzung und Learnings des Facebook Messenger Bots beim TrailRunBerlin.

Teil 3: Workshop „Wie wird ein Messenger Bot aufgesetzt?“

Gemeinsam entwickeln wir einen Beispiel-Bot, um Conversions zu steigern (bspw. Ticketing, Shopping, Gewinnspiel, Customer Service).

Referent:

Björn Hesse, Managing Partner, Attention Berlin

Paul Müller, Performance Marketing, Attention Berlin

Conrad Kebelmann, Geschäftsführender Gesellschafter, Die Sportmacher

Michael Rieß, Geschäftsführender Gesellschafter, Die Sportmacher



21. Oktober 2019 // 11.30



Raum 3

präsentiert von



21. Oktober 2019 // 14.30



Raum 3

präsentiert von



21. Oktober 2019 // 16.30



Raum 3

präsentiert von



AKTIVIERUNG

🕒 21. Oktober 2019 // 11.30 Parallel

📍 Raum 1

Moderation | Daniel Zuber, Leitung Kongresse, ESB Marketing Netzwerk

DAZN, TikTok, Amazon - Borussia Dortmund beschreitet neue Wege

Der BVB steht in der digitalen Tabelle weit oben. Neben einer Dokumentationsreihe mit Amazon sind die Video-Plattform TikTok und die OTT-Plattform DAZN Partner. Welche Perspektiven eröffnen sich durch die Nutzung unterschiedlicher Kanäle?

Benedikt Scholz, Head of International | Commercial & New Business, BVB
Charlotte Kohlhas, Strategy Manager Germany, TikTok

ASICS: Digitale Aktivierung von Running Events

ASICS setzt europaweit bei Laufveranstaltungen wie dem Barcelona Marathon auf neue Videotechnologien zur Kundengewinnung. Mit Cloudlösungen werden personalisierte Videos aufgezeichnet, die jeder Teilnehmer nach dem Rennen erhält. Wie haben die ersten Umsetzungen geklappt? Welchen Nutzen sieht ASICS in der neuen Technologie?

Medhi Benmamar, Senior Manager Digital Marketing Running, ASICS EMEA
Nico Decurtins, Mitglied der Geschäftsleitung, iRewind

Deezer – Mit Content & Sponsoring zu neuen Kunden?

Der Musik-Streamingdienst engagiert sich seit 2016 als Sport-Sponsor. Mit Manchester United und Borussia Dortmund setzt Deezer bewusst auf den Sport zur Aufmerksamkeitssteigerung. Wie werden aus Content und Aktivierung neue Kunden?

Christoph Urban, Director Marketing, Deezer

Zuschauer-Aktivierung am VELUX EHF Final 4

Fanpictor hat mit internationalen Sportclubs wie dem NFL-Club Carolina Panthers sowie mit der UBS namhafte Brands im Portfolio. Mit innovativen Lösungen wie dem patentierten Pulse werden die Fans und Sponsoren zusammengebracht. Wie funktionierte die Zuschauer-Aktivierung beim VELUX EHF Final 4? Kann die App das Fan-Erlebnis intensivieren?

Stephan Schuerer, Gründer & CEO, Fanpictor

Mit auf der Bühne



DIGITALE STRATEGIEN

🕒 21. Oktober 2019 // 11.30 Parallel

📍 Raum 2

Moderation | Mario Leo, Geschäftsführer, RESULT Sports

Digitale Strategien im Wandel

Die Welt ist digital geworden – Smartphone, Tablet und Laptop sind als Informations- und Kommunikationsmedium ständig im Einsatz, um Fans und Interessierte in nah und fern zu erreichen. Doch wie gestaltet sich eine Strategie für Aufmerksamkeit und Relevanz in einer digitalen Welt, hinter der die gesamte Organisation steht?

Mario Leo, Geschäftsführer, RESULT Sports

HPYBET: Digitale Markenstrategie mit SK Rapid Wien

Der aufstrebende Sportwettanbieter hat große Ziele in Österreich und Deutschland. Wie wird aus einem Klub-Sponsoring mit SK Rapid Wien eine Technologie-Partnerschaft? Wie nutzt HPYBET den Sport als Zugpferd für die eigene Markenbekanntheit?

Andreas Köberl, CEO, Trinity Bet Group (HPYBET)

Werner Kuhn, Director Business Development, SK RAPID Wien

KONAMI: The football game in the fast lane?

KONAMI continues its exclusive partnerships. In addition to FC Bayern Munich, the company is the official video game partner of Juventus and Manchester United. What activities are associated with the cooperations? How important is licensing and partnerships in the strategy of KONAMI?

Lennart Bobzien, European PES Brand Manager, Konami Digital Entertainment

Besiktas eSports – The true value of eSports for traditional sports clubs

With over 70 mio. eSports viewers based in Europe, eSports is now becoming a mature market. Clubs have already started to notice and leverage its potential by creating communities, teams and developing hospitality for eSports tournaments. Why do the traditional sports clubs start to invest in eSports? Is it worth to attract the interest of the new generations?

Mahmut Emin Öncel, Esports General Manager, Besiktas JK



Forum by:

RESULT Sports begleitet seit dem Jahr 2010 Anwender, Entscheidungsträger und Verantwortliche in den Digitalen Sport Medien mit relevanten Kennzahlen und ist im Bereich Analyse und Monitoring ein Marktführer. Als Plattform hat sich RESULT Sports auf die digitalen Kommunikations- und Marketing-Anforderungen von Athleten, Vereinen, Ligen, Verbänden und Sponsoren im Sport spezialisiert und entwickelt mit kreativen Daten ganzheitliche Ansätze, arbeitet individuell und fokussiert auf die Ziele seiner Partner hin und macht diese zu deren eigenen Zielen.
result-sports.com

Mit auf der Bühne



release in spring 2020
www.efitido.com

connected with sports professionals

efitIDDO
connected with
sports professionals

real fitness



esports



entertainment



communication



fan tv | esports gaming | merchandise | ticketing | social communication | sponsors dialog & much more



DATA-DRIVEN-MARKETING

🕒 21. Oktober 2019 // 14.30 Parallel

📍 Raum 1

Moderation | **Daniel Zuber**, Leitung Kongresse, ESB Marketing Netzwerk

zeotap – Vom tiefen Kundenverständnis zur Datenaktivierung

Digitales Marketing garantiert keine tieferen Einblicke über seine Verbraucher. Sportmarken müssen zu einem menschenbasierten Marketingansatz übergehen, um ihr volles Potential auszuschöpfen. Wie können Daten erfolgreich genutzt und vernetzt werden?

Stefan Blumenthal, Country Manager DACH, zeotap

Tour de France als multimediales Event?

Durch digitale Verarbeitung von Live-Tracking-Daten zeigt sich die Tour de France äußerst vernetzt. Mit NTT als Technologie-Partner werden mehr als 150 Mio. Datenpunkte pro Rennabschnitt analysiert. Was steckt hinter der digitalen Strategie? Können Live-Einblicke in das Rennen die User Experience steigern? Welche Rolle spielt „Gamification“?

Claude Rach, Head of Strategy & New Events, Amaury Sport Organisation

Tobias Möllers, Manager Service Architecture, NTT Germany

DTB Vereins-Benchmarking: Neue Wege der Vereinsentwicklung

Mit dem DTB Vereins-Benchmarking haben Tennisvereine die Möglichkeit zur individuellen Selbstanalyse. Vor welchen digitalen Herausforderungen stehen Tennisvereine? Welche Vorteile bietet das Tool? Ist digitales Verbandsmanagement die Zukunft für Verbände?

Pascal Schulte, Vice President Sales Operations & Account Management, Nielsen Sports

Fabienne Bretz, Referatsleitung Sportentwicklung, Deutscher Tennis Bund

FC Schalke 04: Einblicke in die digitale Transformation eines Traditionsvereins

Über die Professionalisierung der Geschäftsbereiche in der Digitalisierung und Technologisierung konnte Schalke 04 seine Wertschöpfung weiter ausbauen. Welche Chancen und Möglichkeiten ergeben sich daraus für den Club? Welche Herausforderungen bringt die digitale Transformation? Wie profitieren die Sponsoren und Fans von Schalke 04 davon?

Mathias Rettig, Head of Marketing, FC Schalke 04



Forum by:

zeotap ist ein Data-Tech Unternehmen, welches Unternehmen dabei hilft ihre Kunden besser zu verstehen und ihre Marketingstrategie zu digitalisieren. Simpel ausgedrückt reichern wir CRM Systeme, DMPs oder Marketing-Tools mit deterministischen Daten pro Endkunde an (Demografie, App Usage, Intent-Daten). Brands nutzen diese Informationen für interne Segmentierung, Modellierung und digitales Marketing/Targeting für Cross-/Upselling, Churn Prevention und Neukundengewinnung.
zeotap.com

Mit auf der Bühne



MARKENBILDUNG

🕒 21. Oktober 2019 // 14.30 Parallel

📍 Raum 2

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

Sport-Influencer – Darum ist Reichweite nicht alles

Nach Jahren des Hypes um Social-Media-Influencer rücken Persönlichkeiten aus dem traditionellen Sport wieder stärker für Marken in den Blickpunkt. Die Athleten bauen sich über soziale Medien ein eigenes Standbein zur persönlichen Markenbildung auf. Was müssen Unternehmen bei Partnerschaften mit Sport-Influencern beachten?

Markus Mayer, Director Consulting, Nielsen Sports

Borussia Mönchengladbach – Mit Podcasts zum authentischen Fan-Erlebnis

10 Mio. Deutsche ab 14 Jahren nutzen mindestens einmal in der Woche Podcasts. Als einer der ersten Bundesligaclubs hat die Borussia mit dem „FohlenPodcast“ eine Vorreiterposition eingenommen. Welche Möglichkeiten bietet der Podcast zu den bestehenden Medienangeboten? Wie gelingt ein Mehrwert für die Marke BMG?

Christian Straßburger, Moderator FohlenPodcast, Borussia Mönchengladbach

Patrick Plewe, Bereichsleiter Online, Borussia Mönchengladbach

SV Werder Bremen & seine Edelfans: Authentische Doppelpässe

Werder Bremen gelingt es, seine Social-Media-Kanäle sehr authentisch zu bespielen. Hilfreich ist der intensive Austausch mit prominenten Fans. Welche Gedanken stecken dahinter?

Michael Rudolph, Direktor Kommunikation, SV Werder Bremen

Dominik Kupilas, Leiter Content & Digital, SV Werder Bremen

Influencer & Rechtsverstöße – Wie viel Werbung verträgt Social Media? | Diskussion

Wo herrscht Rechtssicherheit in der Nutzung von Botschaftern und Influencern? Wie viel digitale Werbung vertragen die Konsumenten?

Joachim Becker, Direktor, Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk & neue Medien

Fabian Reinholz, Partner, HÄRTING Rechtsanwälte

Mit auf der Bühne



Club STREAM

MEIN DIGITALES VEREINSMARKETING.

Powered by  RADIO P.O.S.

CLUB STREAM - Mein digitales Vereinsmarketing

Ihren Verein ab sofort zukunftsweisend präsentieren!

Die stetig voranschreitende Digitalisierung beeinflusst unser Leben in allen Bereichen. Auch traditionelles Vereinsleben kommt ohne digitale Formen der Kommunikation nicht mehr aus. Da es bislang teuer und aufwendig war immer auf der Höhe der digitalen Entwicklung zu sein, wurde „CLUB STREAM - Mein digitales Vereinsmarketing“ entwickelt.

Mit „CLUB STREAM - Mein digitales Vereinsmarketing“ wurde ein moderner Kommunikationsweg geschaffen, der es Vereinen jeglicher Größe ermöglicht, sich visuell auf professioneller Ebene im eigenen Vereinsheim zu präsentieren.

Mit diesem Produkt können Vereine, neben Spielerinformationen, Vereinsneuigkeiten, auch Partner des Vereins professionell präsentieren und neue Sponsoren generiert werden. Ebenso kann die Social-Media Präsenz des Vereins mit dieser Form der Kommunikation verknüpft werden.

„CLUB STREAM - Mein digitales Vereinsmarketing“ stark mit unseren Partnern:



VIDEOWALL

SHARP

🕒 21. Oktober 2019 // 16.30 Parallel

📍 Raum 1

Moderation | Daniel Luther, Leitung eSport, ESB Marketing Netzwerk

Von Virtual Bundesliga bis Counter-Strike: E-Sport bei ProSiebenSat.1

Tritt der E-Sport in die Fußstapfen der NFL? Den Versuch wagt ProSiebenSat.1 und sicherte sich verschiedene Übertragungsrechte im E-Sport. Ein mutiger Ansatz, der unter anderem auf das Spiel CS:GO setzt. Die Live-Übertragungen werden durch das wöchentliche E-Sport-Magazin „ran eSports“ abgerundet. Schafft der E-Sport so den nachhaltigen Sprung in die TV-Landschaft?

Stefan Zant, Managing Director, ProSiebenSat.1 Sports

Kiezhelden und Weltverbesserer: Wie passt E-Sport zum FC St. Pauli?

Der Hauch der Sub-Kultur weht bis heute durch das Millerntor-Stadion. Ein Flair, das dem E-Sport nicht fremd ist. Nun engagiert sich der FC St. Pauli gemeinsam mit seinem Partner congstar im E-Sport. Fokus ist dabei nicht nur der virtuelle Fußball, sondern ebenfalls Mobile Gaming und Aufklärung. Wie können die Braun-Weißen die Herzen der Community gewinnen? Welcher breite Ansatz wird im E-Sport und Gaming verfolgt?

Martin Drust, Direktor Marketing, FC St. Pauli

BLAST Pro Series – The eSports Imperium

BLAST Pro Series is an innovative circuit of CS:GO tournaments held all over the world. What does it take to build a global tournament series and entertain an audience of millions? What does the future hold for BLAST?

Alexander Lewin, VP Distribution & Programming, BLAST Pro Series

Vodafone joins eSport – #PlayFaster

Vodafone nutzt als Premium Partner der ESL die einmalige Gelegenheit, seine Bekanntheit als führendes Netz für Gamer zu steigern. Mit welcher Strategie kann Vodafone die anspruchsvolle Zielgruppe der Gamer erreichen? Wie kann der Mobilfunkanbieter seinen internationalen Fußabdruck in dem Hypethema betonen? Kalte Dusche oder voller Erfolg?

Franziska Düchting, Head of Content Marketing & Brand Engagement, Vodafone

Jan König, Managing Director, Wavemaker

Forum by:

Wir sind der Verband der deutschen Games-Branche. Unsere Mitglieder sind Entwickler, Publisher und viele weitere Akteure der Games-Branche wie eSports-Veranstalter, Bildungseinrichtungen und Dienstleister. Als Träger der gamescom verantworten wir das weltgrößte Event für Computer- und Videospiele. Als zentraler Ansprechpartner für Medien, Politik und Gesellschaft beantworten wir alle Fragen etwa zur Marktentwicklung, Spielekultur und Medienkompetenz.

game.de

Mit auf der Bühne



REICHWEITE

🕒 21. Oktober 2019 // 16.30 Parallel

📍 Raum 2

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

Verband 2.0 – Chancen & Trends des digitalen Vereinsmarketings

David Lehwald, Geschäftsführer, Torwärts

Stoyo – Unter dem Radar zu Milliarden Views

Mit emotionalen und witzigen Videos lässt Stoyo die Videoaufrufe auf Facebook explodieren. Bereits 2017 verzeichnete das Start-Up einen Umsatz von rund 3 Mrd. Euro. Nun unterstützt Ex-Rennfahrer Nico Rosberg die Hauptstädter bei der Expansion. Welche Zielsetzung steckt hinter dem Investment? Wie können Kunden auf Facebook mit Videos interagieren?

Patrick Bales, CEO, Stoyo

adidas Creator Base – Creativity is the Answer

Während der WM 2018 wurde der adidas Fußball Hotspot The BASE zur „Creator Base“ umgewandelt. Mithilfe digitaler Tools und echter Erlebnisse förderte die Location urbane Kultur in Interaktion mit Sport. Welche Relevanz und Authentizität konnte mit der Aktivierung erzielt werden? Über welche Kanäle wurde die Kommunikation in der Community verlängert? Welche Rolle spielten Influencer und ihr Netzwerk bei der Umsetzung?

Alexander Schwan, Co-Founder und CEO, Millhaus

Von Livestreams bis VR – Der Handball auf dem Weg in die digitale Zukunft

Der Deutsche Handballbund und Sportdeutschland.tv arbeiten erfolgreich an einer Ausweitung des Livestream Angebotes für den Amateur- und Nachwuchsbereich. Welche Herausforderungen und Chancen bietet die Digitalisierung auch in anderen Bereichen für den Handball? Wo steht der Handball digital? Wie gelingt das Zusammenspiel mit Medien, Clubs und Sponsoren für mehr Aufmerksamkeit?

Thomas Zimmermann, Vorstand Marketing & Kommunikation, DHB

easyCredit BBL – Mehr Erlebnis. Mehr Reichweite.

Was ist Reichweite ohne Relevanz und Glaubwürdigkeit wert? Wie können Engagement- und Reichweitziele durch eine attraktive Aktivierung Hand in Hand gehen? Ein Ligasponsoring als Gesamtkonzept für Sport & Entertainment.

Christian Terörde, Director Consulting & Business Development, SPONSORPLAN

Dailymotion – Leading video player technology and content platform

Dailymotion offers free to use solutions for its partners to manage, distribute and monetize their video inventory through a reliable white-label video player, delivering content on all devices on dailymotion.com and via its vast media distribution network.

François Schurs, Content & Partnerships Manager EMEA, Dailymotion



Forum by:

Seit 30 Jahren ist Radio P.O.S. europaweit führend in der auditiven und visuellen Point-of-Sale Kommunikation. Mehr als 16.000 Radio- und über 12.000 Instore-TV Kunden vertrauen seit vielen Jahren auf unsere Erfahrung in den Bereichen Beratung, Planung und Implementierung kundenorientierter Lösungen für den stationären Einzelhandel. Unser Erfolg basiert auf unserem 360°-Ansatz für den Kundenservice, der auch die Content-Konzeption und Produktion auditiver und visueller Inhalte einschließt.

radio-pos.de

Mit auf der Bühne



GET-TOGETHER

🕒 21. Oktober 2019 // ab 18.15

📍 Foyer

Nach einem Tag voller Inputs und News aus dem digitalen Sport und Entertainment-Business ist die Zeit zum Genießen gekommen. Vertiefen Sie ab 18:00 Uhr bei einem Happen Essen und leckerem Bier die Themen und Diskussionen des Tages. Tauschen Sie sich bei lockerer Atmosphäre mit Ihren Geschäftspartnern und Freunden aus der Branche aus und knüpfen neue Kontakte.

INNOVATIONEN

🕒 22. Oktober 2019 // 09.00

📍 Raum 1

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

Meaningful Innovation in an age of Endless Possibilities

Nie gab es mehr Möglichkeiten, Probleme mit innovativen Ansätzen zu lösen. Doch was bedeutet es, einen wirklich echten Beitrag zu leisten und wie können wir sicherstellen, dass unsere Lösungen nicht nur simple Gimmicks in einer immer technologischer werdenden Welt sind? Sind Innovationen immer innovativ? Wie lassen sich Sportarten digital mit „Physical Gaming in Real Life“ neu erschaffen?

Markos Aristides Kern, Gründer, Fun With Balls

Hyperresponsive VR – 360-Grad-Storytelling mit Amazon, Bahlsen & Zalando

Vom Storytelling zum Storyliving – Mit interaktiven 360-Grad-Formaten steht ein Paradigmenwechsel im VR-Erlebnis bevor. Storyliving-Experiences wurden von mehr als 100 Mio. Zuschauern erlebt. Welche Möglichkeiten bringt das neuartige Erzählformat für Sport und Entertainment mit sich?

Daniel Guthor, Founding Partner & Managing Director, Aspekteins

KI – Riesiges Potenzial im Sportbusiness?

Mit künstlicher Intelligenz lassen sich die Persönlichkeitsstrukturen der Sportfans genau analysieren. Symanto arbeitet in diesem Zusammenhang bereits mit Bundesligisten wie Bayern und Schalke zusammen. Wie kann ein skalierbares Analyseverfahren dabei helfen, Clubs und Sponsoren ein besseres Fanverständnis zu verschaffen? Was erwartet uns in Zukunft in dieser Branche?

Khaleeq Aziz, Gründer und CEO, Symanto

Hiring by Gamification – Talentscouting auf dem Spielfeld der Zukunft

Im Vereinsfußball analysieren Talentscouts die Leistungen der Spieler und wählen Neuzugänge aus. Analog hilft die EntwicklerHeld-Plattform mithilfe von Coding-Challenges und Gamification-Elementen beim Recruiting von IT-Talenten. Wie lässt sich mit dieser Innovation ein Zukunftsteam für Sportvereine aufbauen? Eine Lösung für den Nachwuchsmangel im Wettbewerb der Digitalisierung?

Ronny Dominick, Head of Business Development and Brand Partnerships, EntwicklerHeld

Auditive Markensignale – Wie klingt Marke?

Eine unverwechselbare Audio-Identität wird für erfolgreiche Markenführung immer wichtiger. Wie sorgt man erfolgreich für einen Trigger per Audio? Wo liegen Chancen für das Sportbusiness? Wie entwickeln Marken wie die DFL ihr „akustisches Gesicht“? Welchen Stellenwert bekommt der Podcast und welche Anforderungen werden an diesen gestellt? Sind Fan-Lieder schon Merkmale einer Audiomarke? Ist Alexa eigentlich sportlich?

Carl-Frank Westermann, Geschäftsführer, WESOUND

🕒 10.30 Kaffepause

👁 Frühstück

Der zweite Kongresstag beginnt um 8.00 Uhr mit einem reichhaltigen Frühstücksbuffet. Ab 9.00 Uhr startet das inhaltliche Programm mit frischen Innovationen für Ihr Unternehmen.

Mit auf der Bühne



ASPEKTEINS



WESOUND



ZUKUNFT & SPORT

🕒 22. Oktober 2019 // 11.00

📍 Raum 1

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

Rhein-Neckar Löwen: Türöffner zur neuen Welt?

Als weltweit erster Profisportverein nutzen die Rhein-Neckar Löwen Virtual Reality, um mit der zukunftsweisenden 3D-Audio-Technologie eine neue Form der Live-Kommunikation mit Fans und Sponsoren zu starten. Welche besonderen Fan- und Sponsorenansprachen ermöglicht die einmalige VR-Anwendung? Welche Mehrwerte können in der neuen „VR Löwen Welt“ geschaffen werden? Ist Kreativität beim Storytelling der Schlüssel zu mehr Fannähe bei „Dein Team | Deine Welt“?

Jennifer Kettemann, Geschäftsführerin, Rhein-Neckar Löwen

Sebastian Gsuck, CEO, MediaApes

Team Deutschland & Zurich: Digitale Aktivierung für Tokio 2020 | Live-Podcast

Die Zurich Versicherung unterstützt das Team Deutschland bereits seit über 20 Jahren als Partner, so auch bei den Olympischen Spielen in Tokio 2020. Wie gestaltet sich die Partnerschaft mit dem Team Deutschland? Wie will die Zurich das Großereignis kommunikativ und zur Aktivierung nutzen?

Annika Bäcker, Chief Marketing Officer, Zurich Gruppe Deutschland

Claudia Wagner, Geschäftsführerin, Deutsche Sport Marketing

Daniel Sprügel, Gründer, Sports Maniac

comdirect: Innovationspartner für die Zukunft?

Die comdirect ist mit diversen Sponsoring-Aktivitäten wie Live-Games-Stats, Video-Challenge und Bezahlarmband fortschrittlich im Sport unterwegs. Mit welchen Insights zeigt sich comdirect besonders innovativ? Wie kann die Full-Service-Bank mit den Engagements positive Fan-Erlebnisse schaffen?

Christian Kortmann, Leiter Brand Management & Experiential Marketing, comdirect

Mit auf der Bühne



comdirect



PREMIUM PARTNER

Athletia Sports, gegründet 2014, ist Europas führender Anbieter von Social-Content & Technologie im Sport. Mit über 250 Content Partnern, monatlich 500 Millionen Views und proprietären Technologie-Lösungen, kombiniert Athletia Creator-Content mit professionellem Sport in einem völlig neuen Weg: unterhaltsam, reichweitenstark und absolut brandsafe. Von Content Produktion, Distribution & Monetarisierung bis hin zu Analyse und Protection bietet Athletia das perfekte Umfeld für Clubs, Ligen, Sender & Athleten weltweit junge Zielgruppen im Sport zu erreichen.

athletia.net

Seit 30 Jahren ist Radio P.O.S. europaweit führend in der auditiven und visuellen Point-of-Sale Kommunikation. Mehr als 16.000 Radio- und über 12.000 Instore-TV Kunden vertrauen seit vielen Jahren auf unsere Erfahrung in den Bereichen Beratung, Planung und Implementierung kundenorientierter Lösungen für den stationären Einzelhandel. Unser Erfolg basiert auf unserem 360°-Ansatz für den Kundenservice, der auch die Content-Konzeption und Produktion auditiver und visueller Inhalte einschließt.

radio-pos.de

efitDO bietet eine multimediale Entertainment- und e Commerce Plattform im Profisport- und Fitness Segment. efitDO verbinden Profi-Clubs, bzw. deren Spieler und Fitness Begeisterte über eSports Gaming mit echter körperlicher Betätigung unmittelbar mit dem Fan. Dabei erfolgt eine direkte Kommunikation zwischen Fan, Profi und jeweiligen Sponsoren.

Als weltweit führendes Forschungs- und Beratungsunternehmen in der Sport- und Entertainmentbranche analysiert Nielsen Sports seit mehr als 30 Jahren Markt- und Mediadaten und verknüpft sie mit Nielsen-Insights zu regionalen und globalen Konsumententrends. Auf dieser Basis bietet Nielsen Sports weltweit bereits mehr als 1700 führenden Marken, Rechteinhaltern und Medienunternehmen eine verlässliche Entscheidungshilfe und konkrete Handlungsempfehlungen für komplexe Fragestellungen.

niensensports.com/de

RESULT Sports begleitet seit dem Jahr 2010 Anwender, Entscheidungsträger und Verantwortliche in den Digitalen Sport Medien mit relevanten Kennzahlen und ist im Bereich Analyse und Monitoring ein Marktführer. Als Plattform hat sich RESULT Sports auf die digitalen Kommunikations- und Marketing-Anforderungen von Athleten, Vereinen, Ligen, Verbänden und Sponsoren im Sport spezialisiert und entwickelt mit kreativen Daten ganzheitliche Ansätze, arbeitet individuell und fokussiert auf die Ziele seiner Partner hin und macht diese zu deren eigenen Zielen.

result-sports.de

ATHLETIA
SPORTS

Club
STREAM
MEIN DIGITALES VEREINSMARKETING.

efitDO
connected with
sports professionals

nielsen
.....

 **RESULT SPORTS**

FORUM PARTNER

game
Verband der deutschen
Games-Branche

game
Berlin, game.de

ZEOTAP

zeotap
Berlin, zeotap.com

MASTERCLASS

LEVURO

levuro
Zürich, levuro.com

@attention **BERLIN** 

attention Berlin | attention.berlin
Die Sportmacher | diesportmacher.de

SUPPORTER & AUSSTELLER

 **DIEDRUCKEREI.DE**

INTINOR
WE ARE DIREKT

 Fussball
Wirtschaft

 marketing
BÖRSE
www.marketing-boerse.de

 **IST**
Bildung,
die bewegt

 **LODRESSO**
2019 Unternehmen an

 **Netzpiloten**

Stadionwelt®

 **shopware**

Sports Maniac

sport1

TICKET

DIGITAL-SPORTS-ENTERTAINMENT.DE



Zweitagesticket 690 € zzgl. MwSt.
Kongress inkl. aller Foren und Verpflegung



450 Teilnehmer
+50 Experten auf der Bühne



21./22. Oktober 2019
in Berlin

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

Ansprechpartner
Hendrik Ungelenk
Email: ungelenk@esb-online.com

Veranstaltungsort
Steigenberger Hotel am Kanzleramt
Ella-Trebe-Straße 5
D-10557 Berlin

Bildrechte
© Carlos Albuquerque,
© Pixel & Korn