

## **Von Fans zu Umsatz: Das FanCommerce Forum 2025**

**Am 19. und 20. November treffen sich die Spitzenclubs des Profisports in Hamburg. Im Mittelpunkt stehen neue Strategien, Trends und Technologien im Merchandising.**

Hamburg – Das FanCommerce Forum findet bereits zum vierten Mal im Rahmen der Merchandising Messe Hamburg statt. Themen wie E-Commerce, Fanjourney, Performance-Marketing und Nachhaltigkeit prägen das zweitägige Programm. Die Merchandising-Verantwortlichen vom VfB Stuttgart, Club Brugge, Arminia Bielefeld, Parookaville, den Kölner Haien, den Augsburger Panthern und weiteren Top-Marken treffen auf geballte Marketingkompetenz.

Ein Höhepunkt ist die Präsentation des aktuellen Fanartikel-Barometers. Die Studie analysiert die Entwicklungen im Merchandising der drei höchsten deutschen Fußballligen und liefert damit wichtige Kennzahlen zur Marktsituation. Im Mittelpunkt stehen Fragen nach den Treibern des Wachstums und der Rolle digitaler Kanäle sowie personalisierter Produkte.

Zahlreiche Praxisbeispiele zeigen, wie Vereine und Marken ihre Strategien weiterentwickeln. Der VfB Stuttgart und Arminia Bielefeld etwa erläutern, wie Großveranstaltungen wie das DFB-Pokalfinale als Plattform für langfristige Fanbindung genutzt werden können. Es geht darum, kurzfristige Nachfrage-Peaks in emotionale Erlebnisse zu verwandeln, die über den Spieltag hinauswirken.

Auch die Diskussion „Mehr als nur Stoff“ verspricht spannende Einblicke. Vertreter des HSV, von Young Boys Bern und Stork & Partner beleuchten, wie Sondertrikots mit limitierter Auflage, starkem Storytelling und gezielter Aktivierung neue Begehrlichkeiten schaffen. Dabei steht die Frage im Raum, wie sich Exklusivität und Authentizität in Einklang bringen lassen.

Ein weiteres Highlight liefert der Vortrag der Kölner Haie. Der Traditionsclub zeigt, wie er seine Merchandising-Erlöse in kurzer Zeit verdreifachen konnte. Der Schlüssel liegt in datenbasierten Prozessen, personalisierten Produkten und einer emotionalen Fansprache, die den Kern einer modernen Fanjourney bildet.

Hans-Willy Brockes, Geschäftsführer des ESB Marketing Netzwerks, fasst zusammen: „FanCommerce bedeutet, die Sprache der Fans zu sprechen und ihre Bedürfnisse ernst zu nehmen. Wer das schafft, baut langfristige Beziehungen auf und stärkt die Marke von innen.“

Das FanCommerce Forum zeigt, dass Fans längst mehr sind als Käufer. Sie bilden das Fundament eines Marktes, der nur dann wächst, wenn Leidenschaft und Strategie zusammenfinden.

Weitere Informationen unter [www.fancommerce.de/kongress](http://www.fancommerce.de/kongress)