

Fans, Marken und Märkte: Countdown zum FanCommerce Forum

Nur noch wenige Tage, dann öffnet das FanCommerce Forum 2025 in Hamburg seine Tore. Am 19. und 20. November trifft sich die Merchandising- und E-Commerce-Branche im Rahmen der Merchandising Messe, um über neue Strategien, Trends und Technologien zu sprechen.

Hamburg - Das Forum gilt als Leitveranstaltung für Entscheiderinnen und Entscheider aus Sport, Entertainment und Handel. Im Mittelpunkt stehen aktuelle Entwicklungen im Merchandising, datengetriebenes Marketing und neue Technologien, die den direkten Dialog zwischen Marken und Fans verändern. Erwartet werden mehr als 35 Referentinnen und Referenten aus dem deutschsprachigen Raum.

Die Themen reichen von Performance-Marketing über Nachhaltigkeit bis zur digitalen Transformation. Besonders gefragt sind praxisnahe Einblicke und Best Cases aus dem Profisport. So diskutieren etwa der VfB Stuttgart und Arminia Bielefeld, wie sich sportliche Höhepunkte wie ein Pokalfinale in langfristige Fanbindung übersetzen lassen. Die Diskussionsrunde „Mehr als nur Stoff“ beleuchtet, weshalb Sondertrikots und limitierte Kollektionen zunehmend zu Kultobjekten werden und wie Storytelling, Design und Inszenierung Begehrlichkeit schaffen.

Auch Nachhaltigkeit spielt eine zentrale Rolle. Vertreterinnen und Vertreter des 1. FC Nürnberg, der Augsburger Panther und des VfL Bochum zeigen, wie sich faire Produktionsbedingungen, Transparenz und wirtschaftliche Effizienz im Fanshop vereinen lassen.

Ein weiteres Highlight ist der Beitrag der Kölner Haie, die mit personalisierten Produkten und datenbasierten Entscheidungen neue Maßstäbe setzen. Ihre Merchandising-Erlöse konnten sie in kurzer Zeit vervielfachen – ein Beispiel, das viele Vereine inspiriert.

„FanCommerce bedeutet, die Sprache der Fans zu sprechen und ihre Bedürfnisse zu verstehen“, sagt Hans-Willy Brockes, Geschäftsführer des ESB Marketing Netzwerks.

„Wer das ernst nimmt, baut stabile Beziehungen auf und stärkt seine Marke nachhaltig.“

Das FanCommerce Forum zeigt, dass Fans längst mehr sind als Konsumenten. Sie sind aktive Mitgestalter einer Branche, die Kreativität, Technologie und Emotion miteinander verbindet.

Das zweitägige Programm verspricht Inspiration, Austausch und konkrete Lösungsansätze für die Zukunft des Fanmarketings.

Weitere Informationen unter www.fancommerce.de/kongress