

■ 09. September 2026 // Mainz

MARKEN- FORUM

MARKENTRANSFORMATION

DURCH SPONSORING



Veranstalter

ESB
MARKETING NETZWERK

Programm

Markenforum «Markentransformation durch Sponsoring»

Am **09. September 2026** treffen sich Marken und Sponsoren in der **Mewa Arena des 1. FSV Mainz 05** zum Know-how-Austausch. In vertrauter Atmosphäre werden bei den ESB Markenforen «Pain Points» und Best Cases dargestellt und diskutiert.

Sponsoring als **Hebel für Markenwahrnehmung und -Transformation** steht im Fokus dieses Markenforums: Wie schafft Sponsoring einen Wandel in der Markenwahrnehmung? Wie nutzen Marken Sponsoring, um Ihre Brand zu transformieren? Wie werden Entscheidungen zum Markenfit eines Sponsorings getroffen? Wie lassen sich Ergebnisse bewerten und kontrollieren?

Marketingentscheidungen sind individuell. Aber der Austausch zwischen Entscheiderinnen und Entscheidern hilft, in der Tagesarbeit Überblick zu behalten und von den Fehlern anderer zu lernen. Sei Teil des Markenforums und tausche Dich mit anderen Marken über deren Sponsoring aus.

Stärke so Deine Marke und Dein Know-how!



14:00

Intro & Moderation

Jörg Taubitz, Netzwerk Deutschland, ESB Marketing Netzwerk

Begrüßung und Case des 1. FSV Mainz 05

BRITA X BMW BERLIN-MARATHON – Herausstechen in einem stark umkämpften Markt

Als neuer Hydration Partner des Events steigt BRITA in das Sponsoring im Laufsport ein. In einem stark umkämpften Markt versucht sich die Marke klar zu positionieren und ihr Markenimage weiterzuentwickeln. Der BMW BERLIN-MARATHON dient dabei als Beispiel dafür, welche Rolle Sponsoring bei der Transformation von BRITA spielen kann, warum Running zur Marke passt und welche Voraussetzungen geschaffen werden müssen, damit Partnerschaften echte Wirkung entfalten.

Felix Ziegler, Manager Brand Partnerships & Sponsoring, BRITA

Mehr als Sichtbarkeit: Wie Sponsoring zur Markenplattform wird | Lease a Bike

Sponsoring ist längst mehr als ein Kommunikationsinstrument und wird zu einer strategischen Plattform für Markenaufbau und Transformation. Lease a Bike zeigt mit dem Engagement bei der Tour de France im Team Visma | Lease a Bike, wie sich durch die intelligente Verknüpfung von Sponsoring, Marke und Geschäftsmodell internationale Sichtbarkeit und Markenrelevanz schaffen lassen. Wie gelingt es, Sponsoring gezielt für die Markenentwicklung einzusetzen? Welche Rolle spielte die Partnerschaft im Team bei der Positionierung der Marke? Welche Learnings können Unternehmen für ihre eigene Sponsoring- und Markenstrategie mitnehmen?

Benedikt Kläne, Strategic Brand Manager, Lease a Bike

Hankook x Laufenn – Wie der Sponsoring-Profi eine zweite Marke am Markt etabliert

Hankook ist ein alter Hase im Sponsoring und hat sich über viele Jahre hinweg eine klare Markenidentität aufgebaut. Die Inhouse-Marke Laufenn hingegen erhält noch etwas Starthilfe. Mit der Expertise des großen Bruders investiert die Marke gezielt in Sponsoring-Projekte wie die Conference League. So wird Laufenn Schritt für Schritt am Markt etabliert und die Markenbekanntheit weiter ausgebaut. Welches Know-how konnte Hankook in den Prozess des Markenaufbaus einbringen? Warum ist die Conference League die richtige Partnerin? Und welche Schritte gehören grundsätzlich zu einem erfolgreichen Markenaufbau oder einer Markentransformation?

Hendrik Stich, Head of Sports Marketing & Brand Partnerships, Hankook Tire



 **BRITA**



**lease
a bike**



 **HANKOOK**
driving emotion

ANMELDUNG

esb-online.com/events/markenforum

LOCATION

Mewa Arena, 1. FSV Mainz,
Eugen-Salomon-Straße 1,
55128 Mainz, Deutschland

ANSPRECHPERSON

Moritz Dasbach
dasbach@esb-online.com
+41 71 226 42 23