

Sport & Marke 2024 als Inspirationsquelle für Sportinvestitionen

Der Kongress "Sport & Marke" versammelt am 29. April Entscheiderinnen und Entscheider aus Sport, Sponsoring, Medien und Tourismus in Wien. Die Kernfrage des führenden Branchenkongresses lautet: Wie investiert man richtig, um den österreichischen Sport zukunftsfähig zu machen?

Wien – Digitalisierung, fehlende Sportinfrastruktur oder sinkendes Interesse für das Ehrenamt sind kritische Herausforderungen für den Sport. Die elfte Ausgabe des Kongresses „Sport & Marke“ dient als kreative Plattform für neue Ideen und Strategien. 70 Referenten werden in parallelen Foren verschiedenste Lösungsansätze vorstellen.

Zu den brennenden Fragen zählen u.a.: Wie generiert man effizient finanzielle Mittel für den Sport? Welche Rolle spielt die Digitalisierung für Vereine und Sponsoren? Wie werden Sportevents zum ganzjährigen Tourismusturbo? Und wie wird sich der Wintersport in Österreich entwickeln? „Der Kongress dient als Ideenplattform für neue Investitionsmöglichkeiten für Sponsoren und gibt Clubs und Verbänden konkrete Handlungsansätze, um zukünftige Herausforderungen zu meistern“, verrät Patrick Achberger, Programmleiter des Veranstalters ESB Marketing Netzwerk.

Zukunftsansichten für den österreichischen Sport

Zukunftsfit wird der Sport durch gezielte Programme und Investitionen. Grundlage sind Nachwuchs- und Breitensportstrategien, um den zukünftigen Erfolg des österreichischen Spitzensports sicherzustellen. Der Profisport ist hierzulande stark abhängig von der Unterstützung durch Mäzene, Finanziers oder starken Partnern, wie etwa den Österreichischen Lotterien. „Sponsoren, Investoren und Sport müssen enger zusammenarbeiten, um die Zukunft zu sichern. Dazu haben wir einige spannende Vorträge im Programm“, so Patrick Achberger weiter. Am Kongress werden Vertreter der Bundessport GmbH, des FK Austria Wien, der Handball Liga Austria, der Österreichischen Fußball-Bundesliga, von Sport Austria sowie der win2day Ice Hockey League Lösungsansätze liefern.

Nachhaltiger Wintersport und Trends

Klimaaktivisten und öffentlicher Druck fordern den Schneesport heraus, sich kommunikativ zu behaupten. Es gilt, Strategien zu entwickeln, damit der Wintersport auch unter dem Einfluss des Klimawandels und sozialen Erwartungen weiterhin wirtschaftliche und kulturelle Beiträge leisten kann. Der Diskussion über die „Zukunft im Wintersport in Österreich“ werden sich Astrid Steharnig-Staudinger, die Geschäftsführerin der Österreich Werbung, Roswitha Stadlober, die Präsidentin der Ski Austria und Tom Berger, Head of Laola1 und Ski1, stellen.

Treffpunkt für Medien und Sponsoren

Mit Vertreterinnen und Vertretern der gesamten Österreichischen Medienlandschaft bietet der Kongress eine seltene Gelegenheit für Sportorganisationen und Sponsoren, den Tag proaktiv zu gestalten. Auch die Liste der Sponsoren ist beeindruckend. Mit dabei sind Namen wie u.a. Mastercard, die Österreichischen Lotterien, BMW, Obi und Coca-Cola. Ein heiß diskutiertes Thema wird sich rund um die Zukunft der Sponsoringstrategien drehen, insbesondere im Hinblick auf die Rolle von Wetten und Lotterien, die traditionellerweise Partner des Sports sind.

„Die Dynamik des Sports fordert von uns, dass wir vorausdenken. In Wien werden wir daher die Segel für eine Zukunft setzen, in der Sport, Sponsoring, Medien und Technologie Hand in Hand gehen“, verspricht Achberger. Der Kongress findet ganztägig im Hilton Vienna Danube Waterfront statt.

Informationen und Anmeldung unter: www.sport-marke.at