

Krypto als Gamechanger im Sportbusiness

Sport trifft Krypto. Beim Sports.Tech.Forum in St. Gallen wurden neue Möglichkeiten der Finanzierung und im Bereich des Fan-Engagements diskutiert.

St. Gallen – NFT, Token und Kryptowährungen gewinnen zunehmend an Bedeutung. Mancherorts herrscht Goldgräberstimmung und bedeutende Institutionen wie der Deutsche Fussball-Bund (DFB), das Team Deutschland des DOSB (Deutscher Olympischer Sportbund) und Young Boys Bern haben bereits erfolgreich Projekte lanciert. Welche Rolle dabei künftig der Profisport, die Investoren, die Fans und Verbände insgesamt einnehmen, wurde beim Sports.Tech.Forum in St. Gallen intensiv diskutiert.

«Das Sportbusiness hat jetzt die Chance sich neu zu erfinden», sagt Sandra Leonie Ritter, CEO von Leondrino. Das Berliner Unternehmen gilt als Pionier auf dem Gebiet der Kryptowährungen und Token. Sie gab einen Überblick, wie Vereine ihre eigenen Währungen entwickeln können. Der Sport könne laut Ritter zum Trendsetter der Tokenisierung werden.

Die Möglichkeiten der neuen Währungen für den Sport sind dabei vielfältig. Sie können als Finanzierungsquelle, Zahlungsmittel, zur effizienten Kundenbindung oder als Datenquelle für das Sport-Ökosystem und Produktinnovation verwendet werden. «Es werden jedoch nur jene überleben, die eine einfach benutzbare Anwendungsmöglichkeit auf den Markt bringen», so Ritter.

Sportbranche als Trendsetter

Damit der Sport eine Vorreiterrolle im Kryptogeschäft einnimmt, müsse aber noch viel passieren, meint Philipp Harrold von Fanzone Media. Fanzone.io ist einer der Player, der unter anderem vom Deutschen Fussball-Bund DFB eine Lizenz erworben hat. Nun wird in Partnerschaft mit dem DOSB das komplette Team Deutschland für Olympia in einer limitierten NFT-Kollektion herausgebracht. «Wir müssen nicht die Sportwelt in die Kryptowelt integrieren, sondern umgekehrt. Die Kryptowelt muss einer breiten Basis erklärt und solide in der Sportwelt integriert werden», so Harrold. Der grosse Vorteil von Kryptowährungen bestehe darin, dass echte Besitzverhältnisse entstehen. Neue Payment-Infrastrukturen werden sich im Sport entwickeln.

Eine grosse Hürde besteht darin, dass das Thema noch nicht in der breiten Masse angekommen ist. «Es ist noch ein holpriger Weg, aber es rentiert sich jetzt sehr früh einzusteigen», zeigt sich auch Toni Caradonna, Founder von Blockchain Trust Solutions, überzeugt.

Zurückhaltung im Schweizer Sport

Gerade für den Fussball bietet Krypto eine Riesenchance. In der Praxis zeigt sich jedoch, dass das Thema noch relativ zurückhaltend aufgenommen wird – wie die Podiumsdiskussion mit Claudius Schäfer, CEO der SFL Swiss Football League, und Rolf Bachmann, COO des SC Bern, zeigte. Beide zeigten sich informiert über die Möglichkeiten, die Krypto in Zukunft bietet, waren aber von Euphorie weit entfernt. Einig war man sich darüber, dass es in Zukunft ein Gamechanger für den Sport wird. «Wir sind relativ vorsichtig damit neue Partnerschaften einzugehen», unterstrich Claudius Schäfer.

Fans als Aktionäre

Der Tessiner Hockey-Club Ambri-Piotta holt sich frisches Kapital über die Ausgabe von digitalen Aktien. Dabei griff der HC Ambri-Piotta auf seine erfolgreiche Partnerschaft mit dem Fintech-Unternehmen Daura zurück. «Man erreicht dadurch eine neue und internationale Zielgruppe von Investoren und die Fans beteiligen sich an einem Club, den sie wirklich unterstützen wollen», sagt Claudio Tognella von Daura.

Über das Sports.Tech.Forum

Das Sports.Tech.Forum ist die Plattform für Brands, Startups und Lösungsanbieter im boomenden Sports-Tech-Markt. Gut 200 Teilnehmer waren zu Gast, um sich aus erster Hand über Innovationen zu informieren. Veranstalter ist der Digital Sports Hub Switzerland (DSHS), den das ESB Marketing Netzwerk gemeinsam mit der Standortförderung der Stadt und des Kantons St. Gallen und der Genossenschaft Olma-Messen im Jahr 2018 ins Leben gerufen hat.

Infos unter: <https://www.sportstechforum.com>