14. April 2023 // Leipzig

# eSPORT.BUSINESS. FORUM

MARKENAKTIVIERUNG

CREATOR ECONOMY

METAVERSE

© Leipziger Messe

Veranstalter

Forum Partner

## 7. Ausgabe eSPORT.BUSINESS.FORUM

Nach einem Ortswechsel nach Köln befindet sich das eSPORT.BUSINESS.FORUM 2023 wieder wie gewohnt in Leipzig.

Erstmals findet die Veranstaltung im Rahmen des Gaming Festivals CAGGTUS statt. Ganz nach dem Motto „von der Community für die Community“ steht ein spannender Austausch über die Monetarisierung im eSport, die Relevanz von Creator Economy im Marketing und Roblox als neuer Gamechanger im Mittelpunkt.

Darüber diskutieren namhafte Speaker aus dem In- und Ausland zu Influencer vs. eSportler, Teamsponsoring oder Fokus auf einzelne Streamer und den Mehrwert von eMannschaften.

Sichere Dir jetzt Dein Ticket!
esportbusinessforum.de

## VERANSTALTER

1994 wurde die ESB als Europäische Sponsoring-Börse gegründet. 2014 umbenannt in ESB Marketing Netzwerk ist sie Marktführer für Know-how und Kontakte im professionellen Markt für Sport, Entertainment & Marketing. Sie bietet ihren Mitgliedern umfangreiches Know-how, branchenrelevante Kommunikationsmöglichkeiten, einen individuell abgestimmten Support sowie zahlreiche Kontaktmöglichkeiten. Dabei fördert die ESB gezielt Kooperationen und Geschäftskontakte für neues Business.
esb-online.com

ESB MARKETING NETZWERK

Die Leipziger Messe gehört zu den zehn führenden deutschen Messegesellschaften und den Top 50 weltweit. Sie führt Veranstaltungen in Leipzig und an verschiedenen Standorten im In- und Ausland durch. Mit den fünf Tochtergesellschaften, dem Congress Center Leipzig (CCL) und der KONGRESSHALLE am Zoo Leipzig bildet die Leipziger Messe als umfassender Dienstleister die gesamte Kette des Veranstaltungsgeschäfts ab. Der Messeplatz Leipzig umfasst eine Ausstellungsfläche von 111.900 m² und ein Freigelände von 70.000 m². Jährlich finden durchschnittlich 270 Veranstaltungen – Messen, Ausstellungen und Kongresse – statt.
leipziger-messe.de

LEIPZIGER MESSE

## TRENDRADAR & METAVERSE

**09.30**

Messehaus M5

**Moderation | Daniel Luther,** Projektleiter eSport, ESB Marketing Netzwerk

**Community Building über Discord: Must-have für Brands im Gaming**
Die Gaming-Zielgruppe ist bekannt dafür, sich in sehr aktiven und meinungsstarken Communities zu organisieren. Wie kann eine Love Brand auf Discord entstehen und dabei authentisch auftreten? Was sind hierbei bisherige Learnings?
**Malte Hedderich,** Co-Founder & Managing Partner, Apollo GG

**Games are not games anymore – Gamechanger Roblox**
Roblox has changed the way games are played forever. But how has Roblox revolutionised the brand marketing world? What are the possibilities within the biggest platform for GenZ?
**Craig Santicchia,** Managing Director, Wolfpad Gaming

**Marken im virtuellen Raum - Metaverse vs. Gaming**
Die mit Abstand erfolgreichste Unterhaltungsindustrie der Welt führt trotz vielfältiger Chancen im Marketing noch immer ein Schattendasein. Wie werden die Themen Metaverse, Web3 oder KI aktuell in Gaming-Welten bespielt?
**Hendrik Menz,** Brand & Agency Sales Director, Anzu

**Auf der Bühne**

APOLLO GG

anzu

**11.00** Kaffeepause

## eSPORTS VON DER BREITE BIS IN DIE SPITZE

**11.30**

Messehaus M5

**Moderation | Daniel Luther,** Projektleiter eSport, ESB Marketing Netzwerk

**eSport als digitales Spielfeld klassischer Fußball-Stakeholder | Interview**
Der DFB ist seit Gründung der eNationalmannschaft 2019 im eSport aktiv. Mit der Etablierung des DFB-ePokal powered by ERGO als prestigeträchtigster nationaler Pokalwettbewerb im eFootball, wurde das Engagement weiter ausgebaut. Welche Bedeutung in der digitalen Gesamtstrategie hat das eFootball-Engagement innerhalb des Verbandes? Und welche wirtschaftlichen und ideellen Mehrwerte generiert dieser beim DFB und für Partner?
**Robert Waltke,** Abteilungsleiter Digitales Marketing, DFB

**Social Media-Kommunikation im eSport | Diskussion**
Die direkte Kommunikation mit der Zielgruppe auf Social Media birgt große Chancen, aber auch Risiken. Besonders die direkte Interaktion mit der Zielgruppe und anderen Brands erfordert viel Fingerspitzengefühl. Worauf kommt es bei der Social-Media-Kommunikation an? Welche Potenziale haben Content-Kooperationen?
**Justus Licher,** Esports Creative, build a rocket
**Marc Andre Lenhard,** Teamlead eSport, RBLZ Gaming

**Im Trainingslager mit der eNationalmannschaft | Talk**
Wie sieht das Training einer eSport-Nationalmannschaft genau aus? Welche Besonderheiten existieren im Vergleich zu klassischen Trainingslagern im Fußball? Diese und weitere Fragen beantworten Marvin Rohmann, Chief Executive Officer bei Maze, die das modernste eSport-Trainingslager Deutschlands, die eSport Factory, betreiben und Lars Prüßmeier, Teammanager der eNationalmannschaft.
**Lars Prüßmeier,** Manager eFootball, DFB
**Marvin Rohmann,** Chief Executive Officer, Maze

**Auf der Bühne**

BUILD A ROCKET_ A SPORTFIVE COMPANY

RBLZ GAMING

maze

**13.00** Mittagspause

# CREATOR ECONOMY x INFLUENCER MARKETING

**14.00**

Messehaus M5

**Moderation | Daniel Luther,** Projektleiter eSport, ESB Marketing Netzwerk

**eSportler – Eine gute Option für Influencer Marketing**
In den letzten Jahren sind Gaming-Influencer populärer geworden und zogen Millionen von Follower an. Gerade mit Content-Streams, Let's Plays oder eSport-Events auf YouTube und Twitch konnte sie ihre Fanbase vergrößern. Wann eignet sich ein eSportler als Influencer für ein Unternehmen? Welche Hürden, Herausforderungen und Missverständnisse kann es geben?
**Björn Wenzel,** Gründer & Geschäftsführer, Lucky Shareman

**INSIGHT GG: Influencer Marketing – Cultural Fit im virtuellen Raum**
Mit Wurzeln im eSport hat sich INSIGHT 2018 als Talent Agency gegründet. Die inzwischen über 130 vertretenen Influencer arbeiten dabei zumeist auf der virtuellen Bühne Twitch. Wie sieht dort ein optimaler Fit und damit sinnvolles Marketing zwischen Brand/ Publisher, Community, Creator und Agency aus?
**Daniel Märkisch,** Head of Business Development, INSIGHT GG

**Minecraft - Brands, die auf Blöcke bauen**
Mit über 238 Millionen verkauften Exemplaren ist Minecraft das meistverkaufte Spiel aller Zeiten. Der Mix aus Gaming & eSports, die Einbindung von Influencer Marketing sowie klassische Werbekampagnen bieten die Möglichkeit einer breiten Zielgruppenansprache. Wie kann solch eine Aktivierungen für das Employer Branding und Consumer Marketing für Brands wie Fisherman's Friend und Roche einzahlen?
**Cédric Schlosser,** Co-Founder & CEO, MYI Entertainment

**Auf der Bühne**

LUCKY SHAREMAN

INSIGHT

MYI Entertainment
Agentur für Esports & Gaming

# MARKEN IM eSPORT

**15.00**

Messehaus M5

**Moderation | Daniel Luther,** Projektleiter eSport, ESB Marketing Netzwerk

**R42 Leipzig: Innovation zwischen KMUs und Gaming Start-ups**
R42 bildet ein Ökosystem der Games-Branche auf sieben Etagen und verbindet verschiedene Bereiche unter einem Dach. Das ist in dieser Kombination deutschlandweit einzigartig und birgt viele (neue) Möglichkeiten. Wie kann Innovation zwischen KMUs und Gaming Start-ups mehr als nur ein Sponsoring sein?
**Tom Potutschek,** Co-Founder & COO, Gecko Two

**HanseMerkur: Hand in Hand mit dem eSport**
Die HanseMerkur bleibt offizieller Title Partner der Profi-Liga VALORANT Challengers DACH. Auch auf dem Trikot des Valorant Teams von Mousesports wirbt die HanseMerkur seit 2022. Wie fällt das Fazit des Sponsorings der letzten Jahre aus? Welche Ziele verfolgt die HanseMerkur mit dem Engagement?
**Julian Kornet,** Marketing Manager, Sponsoring, HanseMerkur

**Eintracht Spandau: leben, anecken und laut sein | Interview**
Seit der Gründung im November 2021 mischt Eintracht Spandau die deutsche eSport-Szene durch ihre lautstarke und ansteckende Kommunikation auf. Was unterscheidet die Vereinskultur des Kultclubs von anderen?
**Hendrik Ruhe,** Co-CEO, I3 Holding, INSTINCT3 & Eintracht Spandau

**Mastercard & Riot Games: Priceless Moments im eSport**
Mastercard baut seine Präsenz im eSport-Ökosystem kontinuierlich weiter aus. Gerade erst hat das Unternehmen seine langjährige Partnerschaft mit Riot Games verlängert und engagiert sich unter anderem als Sponsor der League of Legends World Championship. Wie wird die Partnerschaft aktiviert? Welche Relevanz hat der eSport für die Marke?
**Jennifer Probst,** Director Consumer Marketing & Sponsorships, Mastercard

**16.30** Kaffeepause

**Auf der Bühne**

42

HanseMerkur

INSTINCT3

## VEREINSAKTIVIERUNG

**17.00**

Messehaus M5

**Moderation | Daniel Luther,** Projektleiter eSport, ESB Marketing Netzwerk

**VfL Bochum: die Talententdecker im eSports**
Bereits 2017 gründete der VfL Bochum als damals erster Zweitligist überhaupt eine FIFA eSports-Abteilung. Das Team konnte mit einigen starken eSportlern wie MegaBit und PredatorFIFA starke Erfolge einfahren. Trotz Abgängen von Leistungsträgern kann der eigene Kader in der Spitze immer wieder neu besetzt werden. Was zeichnet die Nachwuchsarbeit des Vereins aus? Wie will die eSports-Abteilung der Abschieds-Serie ein Ende bereiten?
**Michael Fischer,** Abteilungsleiter Merchandising / eSports, VfL Bochum

**Eintracht Frankfurt: Erstklassig in League of Legends**
eSports ist für Eintracht Frankfurt mehr als nur virtueller Fußball. Bereits seit 2019 ist der Bundesligist daher in League of Legends (LoL) aktiv und hat sich schrittweise aus den unteren Ligen bis zur höchsten Spielklasse gemeinsam mit den Fans hochgespielt. Seit Januar 2023 ist die Eintracht nun auch in der höchsten deutschsprachigen League of Legends Liga, der Division 1 der Strauss Prime League, vertreten. Wieso hat sich der Verein zu diesem Schritt entschieden?
**Max Brömel,** Leiter Esports, Eintracht Frankfurt

**Mit dieser Strategie wurde RB Leipzig FIFA-Weltmeister**
Neue Marke, neue Spieler, neue Ausrichtung - RB Leipzig hat nach ersten Gehversuchen den Turbo im eSport gezündet, mit dazu gehört das grösste Talent das FIFA-eSports, der 17-Jährige Anders Vejrgang. Wie schafft RBLZ Gaming eine optimale Plattform für Nachwuchsspieler und Talente? Welche Vision wird hierbei verfolgt?
**Marc Andre Lenhard,** Teamlead eSport, RBLZ Gaming

**Auf der Bühne**

## eSPORT-RUNDGANG – CAGGTUS

**18.30**

START | Messehaus M4 + M5

Dieses Jahr feiert die CAGGTUS Leipzig vom 14.04. bis zum 16.04. ihre Premiere. Das Gaming Festival von der Community für die Community dreht sich rund um Gaming und Gaming-Kultur. Es umfasst eine interaktive Entertainment Area mit Freeplay, Bühne, Expo und vielem mehr, eine **Stream Area** mit angesagten Creator:innen sowie Deutschlands größte **LAN Party**.

© CAGGTUS, Leipziger Messe

# TICKET

**eSPORTBUSINESSFORUM.DE**

Live-Ticket 249 EUR zzgl. MwSt.
Kongress inkl. aller Foren

100 Teilnehmer
20 Experten auf der Bühne

14. April 2023
Leipziger Messe
Messehaus M4 + M5

## ANSPRECHPARTNER

**Kontakt**
ESB Marketing Netzwerk
Brunneggstr. 9, Postfach 519
9000 St.Gallen, Schweiz
Tel. +41 71 223 78 82
esb-online.com

**Ansprechpartner**
Hendrik Ungelenk
ungelenk@esb-online.com

**Veranstaltungsort**
Leipziger Messe
Messehaus M4 + M5
Messe-Allee 1
04356 Leipzig

**Bildrechte:**
© Gabriele Grießenböck
© Leipziger Messe
© CAGGTUS