

Innovationsfestival fürs digitale Sportbusiness

Der Kongress „Digital Sports und Entertainment“ wird zum Festival der Innovationen. Von 21. bis 22. Oktober wird in Berlin die Marschroute zur digitalen Zukunft des Sports präsentiert.

Berlin - Sport ist zum digitalen Erlebnis geworden. Die Branche ist im Umbruch. Viele Sportmarken orientieren sich verstärkt in Richtung Entertainment und setzen auf digitale Fanbindung. Wie wichtig dabei der digitale Pioniergeist ist, zeigt sich am Beispiel der Tour de France, die sich längst als multimediales Event präsentiert. Doch wie gestaltet sich eine Strategie für Aufmerksamkeit und Relevanz in einer digitalen Welt?

Am 21. und 22. Oktober liefert dazu der Kongress „Digital Sports und Entertainment“ die neuesten Innovationen aus der Sportbranche. 40 Referenten tauschen frische Ideen zu eCommerce, Influencer, eSports, Reichweite, Markenbildung und Fan-Engagement aus. Über 350 Teilnehmer aus der Sport und Gaming-Industrie, Sponsoren sowie Entscheider von Social Media Plattformen holen sich ihr Wissens-Update für 2020 ab. Für zwei Tage wird das Steigenberger Hotel am Kanzleramt zum Hotspot der relevanten Trends und Entwicklungen für das digitale Sportbusiness.

Digitaler Doppelpass

Vertreter namhafter Sportveranstalter stellen ihre Strategien vor. Darunter der BVB Borussia Dortmund, der durch die Zusammenarbeit mit TikTok auch in der digitalen Tabelle weit oben steht. Wie Borussia Mönchengladbach mit Podcasts als Fanerlebnis eine Vorreiterposition unter den Bundesligaclubs eingenommen hat, wird ebenfalls beleuchtet. FC St.Pauli stellt sein Engagement im eSport vor. Die Handballer Rhein-Neckar Löwen zeigen auf, welches Potential in der 3D-Audio-Technologie für Fans und Sponsoren liegt. DOSB Deutsche Olympische Sportbund und die Zürich Versicherung stellen ihre digitale Aktivierung für Tokio 2020 vor. Und welche Bundesligisten bereits Künstliche Intelligenz für besseres Fanverständnis nutzen, wird ebenfalls verraten.

Sport im Digitalfieber

Reichweite braucht Relevanz und Glaubwürdigkeit. Wie sich das Handelsunternehmen Signa Sports United dieser Tatsache angenommen hat, darüber wird CEO Sephan Zoll berichten. Als führende eCommerce Plattform im Sport hat Signa Sports mit über 2,9 Mio. aktiven Kunden bereits die überlegene Marktposition. Viele weitere Marken, wie Mercedes-Benz, Asics, die eSport Liga RFSH, Athletia Sports, Konami uvm. geben tiefe Einblicke in ihre Digitalstrategien.

Praxiswissen und Workshops

Neben den Vorträgen können sich Teilnehmer für die Masterclass Workshops anmelden. Die kurzen Wissenseinheiten geben Praxis-Tipps aus erster Hand. Samuel Gähwiler, CEO von Levuro vermittelt Methoden für Online- und Merchandising Shops. Die Sportmacher und Attention Berlin stellen Social Media Trends vor und zeigen, wie Messenger Bots für Fanengagement funktionieren. Matthias Wengenroth, Geschäftsführer von efitido zeigt, wie körperliches Training mit Gamification verknüpft wird.

Kurz über den DSE:

DIGITAL SPORTS & ENTERTAINMENT ist der jährliche Branchentreff für Entscheider aus Sport, Gaming-Industrie, Sponsoren sowie Social Media Plattformen. Über 450 Teilnehmer tauschen frische Ideen zu eCommerce, Influencer, eSports, Content, Datenschutz, Big Data und Fan-Engagement aus. Berlin ist Treffpunkt der relevanten Trends und Entwicklungen für das digitale Sportbusiness.

Rückfragehinweis:

Peter Schappacher

ESB Marketing Netzwerk

Bruneggstr. 9, 9001 St.Gallen

<http://esportbusinessforum.ch>

presse@esb-online.com

Tel. +41 (0) 71223 78 82