

Tech-Investments als Treiber im Sport

Beim Sports.Tech.Forum in St. Gallen wurden hybride Finanzierungen wie NFTs und Tokens im Sport sowie innovative Ideen im digitalen Sportbusiness diskutiert.

St. Gallen – Man kennt die märchenhaften Stories um die sogenannten «Unicorns», jene Gründer, die es in kürzester Zeit mit ihrem Startup geschafft haben unglaublich erfolgreich zu werden. Längst findet aber nicht mehr jede Idee im digitalen Sportbusiness ihre Finanzierung. Der Sports Tech Sektor konsolidiert sich. Innovative Finanzierungsformen wie NFT, Metaverse und Kryptowährungen gewinnen zunehmend an Bedeutung. Welche Möglichkeiten es gibt, diese Modelle zu monetarisieren und welche Rolle dabei künftig der Profisport, die Investoren, die Athleten und die Fans einnehmen, das wurde beim Sports.Tech.Forum in St. Gallen intensiv diskutiert.

«Der Sports Tech Sektor weist im Vergleich zur allgemeinen Marktentwicklung nur leichte Schwankungen auf», erklärt Timo Helbling von Deloitte in seiner Keynote. Der Sektor sei immer noch gut positioniert und Investoren sind interessiert. In den letzten zwei Jahren habe sich die Anzahl der Unicorns in diesem Bereich sogar verdoppelt. Dennoch hat sich die Goldgräberstimmung in eine solide Begutachtung des Investments gewandelt. «Eine solide Finanzierung und eine gute Story hinter dem Startup sind für Investments heute wichtiger denn je. Heute wird eher nachinvestiert, anstatt immer neue Projekte zu investieren», sagt Helbling.

Digitale Entwicklungen ermöglichen dem Sport völlig neue Möglichkeiten und Finanzierungsformen. Florian Müller von der Software Brauerei wagt den Blick in die Zukunft: «Das Metaverse wird das digitale Marketing verändern. Der Kunde wird nicht mehr nur ein Käufer sein, sondern aktiv in den Verkaufsprozess eingebunden». Heute könne noch niemand genau sagen, was das Metaverse ist und wie es sich auf unseren Alltag auswirken wird. Die wichtigere Frage sei aber, wie das Web3 das Marketing verändert, so Müller.

Wie sehr die Realität bereits mit digitalem verschmilzt, das zeigte David Geisser von CollectID auf. Das blockchainbasierte Unternehmen sorgt für die Verschmelzung der digitalen mit der physischen Welt. So gab es bereits Versuche bei einem Spiel des FC Köln. Fanschals wurden zur Eintrittskarte ins Stadium und zum Schlüssel für den digitalen Kabinenrundgang im Anschluss. Über eine herkömmliche NFC-Funktion, wie bei der Debitkarte, wird das Item ausgelesen. Die Schals kamen gut an. «86 Prozent aller Schals wurden mit dem Smartphone gescannt. Und durchschnittlich verbrachten Fans ganze fünf Minuten in der App – und das während des Spiels», so David Geisser von collectID.

«Aber es reicht nicht, nur digital zu sein», mahnt Lucas Flümman von der Stiftung Deutsche Sporthilfe. Gemeinsam mit der NFT-Plattform Fansea hat man bereits Erfahrungen mit NFTs und Blockchain gesammelt. Entstanden ist eine NFT-Kollektion für Sportgeräte und Bekleidungsstücke historischer Sportmomente. «Fans wollen von ihrem NFT einen Nutzen haben. Sie wollen damit handeln, das Trikot ihrem Avatar anziehen und vielem mehr», erklärt Flümman.

Das nächste Sports.Tech.Forum findet am 23. Januar 2024 in St. Gallen statt. Weitere Infos unter: www.sportstechforum.com

Presseinformation:

ESB Marketing Netzwerk am 23.1.2023

Rückfrage Presse:

Gabriele Griebenböck

+41768345006

gabriele@contentnetzwerk.com