

Metaverse auch im Sportbusiness auf dem Vormarsch

Krypto, NFT & Co: Beim Fachkongress Sport & Marke standen neue Entwicklungen der Branche im Fokus. Das Sportbusiness ist im Wandel und setzt auf neue Finanzierungsmöglichkeiten aus der Kryptowelt.

Wien - Beim Branchentreff „Sport & Marke“ trafen rund 400 Interessierte auf über 70 Speakerinnen, die mit spannenden Vorträgen einen Einblick in das Sportbusiness gaben. Aus der Reihe der aktiven Athleten waren unter anderem Markus Salcher, paralympischer Sportler im Ski Alpin und Biathlet Simon Eder als Speaker vor Ort. Sie berichteten über ihre Erfolge und ihre Erfahrungen im Umgang mit Sponsoren. Die Rad-Olympiasiegerin Anna Kiesenhofer schaltete sich live aus dem Radsattel von ihrer Trainingsfahrt in den Plenarsaal.

Im Mittelpunkt von Österreichs größtem Sportbusiness-Kongresses standen Strategien von Sponsoren, neue Finanzierungsmöglichkeiten für Vereine sowie die Zusammenarbeit von Athleten, Marken und Medien. Besonders die Vorträge rund um die neuen Technologien, wie NFTs, Blockchain und das Metaverse - mit ihren neuen Möglichkeiten der Fanintegration - sorgten für volle Säle.

Weil sich die Sponsorenlandschaft durch die Pandemie verändert hat, suchen Vereine, Verbände und Sportler neue Wege, um ausgefallene Zuschauereinnahmen zu kompensieren und neue Erlebnismöglichkeiten zu schaffen.

Eine neue Entwicklung ist das Metaverse. Die virtuelle Parallelwelt bietet völlig neue Möglichkeiten für Sportrechtelhalter und Marken. Einigkeit herrschte darüber, dass die neuen Technologien keinen Hype darstellen, sondern bald als eine weitere Möglichkeit der Fanbindung wird.

„Wichtig ist es offen gegenüber der Thematik zu sein. Lieber jetzt probieren, als später bereuen“, sagt Denis Horvath, der Co-CEO vom Online-Shop Kickz, der erste Erfahrungen mit NFTs und im Metaverse sammelte. Laut Horvat solle man nicht den Fehler machen und NFTs als „schnelles Geld“ betrachten. Vielmehr dienen NFTs als Tool zum Community Building.

Beim Kongress wurde auch darüber diskutiert, wie aus dem „Blockchain-Krypto-Hype“ ein gesundes Ökosystem wird, in welchem die Fans, Rechthehalter und Sponsoren nachhaltig profitieren. Fan Collectibles, digitale Sammelkarten oder Mitbestimmungsrechte von Fans bei Vereinsentscheidungen sind nur einige der Anwendungsmöglichkeiten, die durch die Blockchaintechnologie entstehen.

„Mitbewerber im Ausland sind deutlich mutiger als der DACH-Raum. Hierzulande wird eher auf die Fehler anderer abgewartet, um dann in einem stabileren Umfeld zu agieren“, sagt Alexander Schlicher, Founder der NFT-Plattform Fansea. Daher sei es für Sponsoren und Marken wichtig, sich jetzt mit den neuen Technologien auseinanderzusetzen.

„Wir wollen möglichst viele für das Erlebnis ADMIRAL Bundesliga und ADMIRAL 2. Liga begeistern. Der Schlüssel dafür ist eine umfassende Kommunikation. Wir haben bereits Monate vor dem Start unseres Naming Rights den Dialog mit allen Ansprechpartnern im Ökosystem Bundesliga sowie mit unseren 1.500 Kollegen bei ADMIRAL Sportwetten gesucht. Wir haben mit ihnen über unsere Pläne gesprochen und sie so von Beginn an auf diese fantastische Reise mitgenommen,“ sagt Lorenz Kirchschrager von Admiral Sportwetten.

Über den Kongress Sport & Marke:

Sport & Marke ist mehr als nur ein Branchentreff. Es ist die ideale Plattform, um neue Kontakte zu knüpfen und neue Sponsoring-Partnerschaften einzugehen. Ein Auszug aus der Teilnehmerliste 2022 bestätigt den Stellenwert der Veranstaltung. Zu den Vertretern von ÖFB, FC Lugano, Handball Ligen, Volleyball Verband und win2day ICE Hockey League gesellte sich das Who is Who der

Österreichischen Fußball- und Handballbranche. Auch die Sponsoren als wichtige Förderer des Sports waren zahlreich vertreten, wie: Wiener Städtische Versicherung, Raiffeisenbank International, Audi, Waterdrop, Hutchison Drei Austria und viele mehr.

Infos unter: www.sport-marke.at

Rückfragehinweis für Medien:

ESB Marketing Netzwerk AG | Brunneggstr. 9, Postfach 519 | CH-9001 St. Gallen
Tel. +43 676 83521617 | griessenboeck@esb-online.com