

SPOBIS

PRESENTED BY
Ascend
SPORT TECHNOLOGY

20. - 21. September 2022 | Düsseldorf

**Jetzt Ticket
sichern!**

Stand: 19.09.2022

www.spobis.de

PRESENTING-PARTNER

Ascend

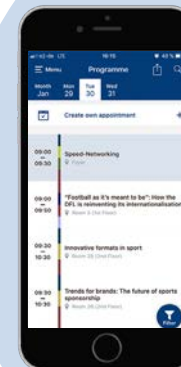
SPORT TECHNOLOGY

HOST

Düsseldorf
Congress

D.SPORTS
Sportstadt Düsseldorf

PROGRAMM- ÜBERSICHT



Aktuelle Zeiten, Bühnen
und Räume findet Du in
unserer App!



IOS



Android

Hier geht es zur Web-App!

HAUPTBÜHNE



Auf dem Rücken der Adler: Wie die Deutsche Bank als Partner von Eintracht Frankfurt punktet und die Digitalisierung des Europapokalsiegers beflügelt

Christian Sewing
Vorstandsvorsitzender



Die Zukunft des Fußballs: Welche Reformen die DFL jetzt angehen muss

Donata Hopfen
Vorsitzende der Geschäftsführung



Die Grenzen des Wachstums oder grenzenloses Wachstum? Die Zukunft des Sports in den Medien

Christian Seifert
Gründer und Geschäftsführender Gesellschafter



HAUPTBÜHNE



Was läuft falsch im deutschen Sport?

Miriam Welte

*Vizepräsidentin und
Bahnrad-Olympiasiegerin*



Wolfgang Maier

Sportvorstand



Karla Borger

Präsident



HAUPTBÜHNE



Internationalisierung der Bundesliga: Welche Wachstumschancen haben die deutschen Fußballclubs im globalen Wettbewerb

Carsten Cramer
Geschäftsführer



Fernando Carro
Vorsitzender der Geschäftsführung



Oliver Mintzlaff
Vorsitzender der Geschäftsführung



HAUPTBÜHNE



International Frontiers: The Next Chapter in the Kansas City Chiefs Multi-generational Story

Clark Hunt
Chairman and CEO



Patrick "Coach" Esume
*European League of Football,
NFL-Experte & Gesellschafter und
Commissioner*



Brett Gosper
Head of NFL Europe & UK



HAUPTBÜHNE



Award für Nachhaltigkeit im Sport

SPOBIS und die DFL verleihen mit Unterstützung der HypoVereinsbank den Award für Nachhaltigkeit im Sport. In vier Kategorien werden die Nominierten vorgestellt und der Gewinner gekürt. Die begehrten Trophäen verleihen prominente Akteure aus dem Sport, wie Felix Neureuther.

Die Finalisten

Kategorie Athlet:in

Andreas Luthe
Tuğba Tekkal
Neven Subotić



Kategorie Verein & Verband

Kategorie Venue & Event



Kategorie Unternehmen



SPECIAL-PARTNER



PREMIUM-PARTNER



LIGANOVA



DEUTSCHE
SPORT
MARKETING

THEMEN- BEREICHE



Nachhaltig erfolgreich:
Wie sich der Profifußball in Zukunft aufstellen muss

Carsten Schmidt
Präsident des Deutschen Fußballverbands (DFV)

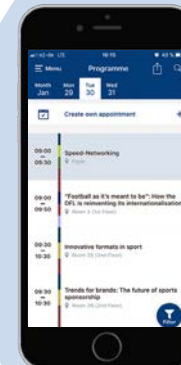
Katja Kraus
Generaldirektorin Deutsche Fußball Liga (DFL)

Lars Klingbeil
Generalsekretär SPD

Matthias Brügelmann
Generaldirektor SPOBIS

JUNG+MATT

SPOBIS



Aktuelle Zeiten, Bühnen
und Räume findet Du in
unserer App!



IOS



Android

Hier geht es zur Web-App!

BÜHNE 2

DI, 20.09.22 | Tag 1

Digitale Transformation: Wie sich NFL, NBA und EHF strategisch aufstellen

- 1 Thomas Schöneich | *Head of Media and Communications, EHF*
- 2 George Aivazoglou | *Vice President, Head of Fan Engagement & D2C Europe & Middle East, NBA*
- 3 Dr. Alexander Steinforth | *General Manager Deutschland, NFL*

Marke, Technologie und Inszenierung: Die Wachstumsstrategie der EHF Marketing

- 4 David Szlezak | *Geschäftsführer, EHF Marketing*
- 5 Sven Schmidt | *Geschäftsführer Marketing & Vertrieb, Maschinensucher.de*

Wieder zu Gast bei Freunden:

Wie DHB und DFB vom Supersportjahr 2024 in Deutschland profitieren wollen

- 6 Mark Schober | *Vorstandsvorsitzender, Deutscher Handballbund*
- 7 Martin Hausleitner | *Generalsekretär, EHF*
- 8 Markus Stenger | *Managing Director, DFB EURO*



Markus Stenger



Martin Hausleitner



Mark Schober



Thomas Schöneich



George Aivazoglou



Dr. Alexander Steinforth



David Szlezak



Sven Schmidt



Michael Wiederer

Die Zukunft der HBL: Neuer Medienrechtevertrag, neue Reichweite?

- 1 Jennifer Kettemann | Geschäftsführerin und Mitglied HBL-Präsidium, Rhein-Neckar Löwen
- 2 Bob Hanning | Geschäftsführer, Füchse Berlin
- 3 Marcel Schwarzkopf | Strategic Marketing Manager, DKB

Sponsoring 3.0: Fanbindung in Zeiten von Purpose, Metaverse und NFT

- 4 Marc Hohenberg | CEO and Co-Founder, Rapid Peaks
- 5 Michael Meeske | Geschäftsführer, VfL Wolfsburg
- 6 Katharina Gammel | Head of web3 Operations Management, OneFootball

EHF Masterplan 2030: Mit welcher Strategie der Handball ein neues Level erreichen will

- 7 Michael Wiederer | Präsident, EHF



Katharina Gammel



Jennifer Kettemann



Bob Hanning



Marcel Schwarzkopf



Marc Hohenberg



Michael Meeske

BÜHNE 2

DI, 20.09.22 | Tag 1

NFT & eSport: Der nächste große Revenue Stream

- 1 Marco Buljevic | *Head of Esports, Schalke 04*
- 2 Michael Broda | *CEO, ECON*
- 3 Thomas Euler | *CEO, Liquiditeam*
- 4 Marcus Höfl | *Founder & Investor, Sportmanager*
- 5 Michael Meeske | *Geschäftsführer, VfL Wolfsburg*

Der Ronaldo-Effekt: Wie Menschen zu Marken werden

- 6 Marc Kosicke | *Geschäftsführer, Projekt B*
- 7 Christian Falk | *Fußball-Chef, BILD-Gruppe*
- 8 Marius Nistler | *Co-Head, CAA Brand Consulting Munich*



CAA

Marius Nistler



Sport
Bild

Christian Falk



projekt
b

Marc Kosicke



S
04

Marco
Buljevic



ECON

Michael Broda



LIQUIDITEAM

Thomas Euler



Marcus Höfl



W

Michael Meeske

Web3 im Sport: Wie Rechthehalter neue Fan Experiences schaffen

- 1 Lucas von Cranach | CEO und Gründer, OneFootball
- 2 Peer Naubert | Chief Marketing Officer, Deutsche Fußball Liga
- 3 Mike Armstrong | Chief Marketing Officer, Juventus Turin

Wie man innerhalb eines Jahres zu einem der bekanntesten und beliebtesten Sportpräsidenten des Landes wird

- 4 Alexander Schlüter | Chefmoderator, DAZN
- 5 Maximilian „HandOfBlood“ Knabe | Präsident, Eintracht Spandau

Klassisches Sponsoring versus Brand Activation im eSport: Erfolgreiche Strategien großer Marken

- 6 Matthias Hochmuth | Lead Sports Marketing & Event, Die Bayerische
- 7 Stefan Müller | Geschäftsführer, B&M Marketing



ONEFOOTBALL
Lucas von Cranach

DFL
Peer Naubert

JUVENTUS
Mike Armstrong

B&M
MARKETING
Stefan Müller

die Bayerische
Matthias Hochmuth



DAZN
Alexander Schlüter

Eintracht Spandau
Maximilian "HandOfBlood" Knabe

Neuanfang mit Neuendorf: Wie der DFB-Präsident seinen Verband umkrempeln will

1 Bernd Neuendorf | *Präsident, DFB*

Gesellschaftliche Verantwortung im Gaming und eSport: Wie SK Gaming Brücken zwischen den Generationen baut

2 Antje Hundhausen | *Vice President Brand Experience, Deutsche Telekom*

3 Alexander Müller | *CEO, SK Gaming*

4 Clemens Bauer | *Marketingchef, Rewe*

DFB GmbH & Co. KG: neue Denke, neue Rechte, mehr Umsatz?

5 Dr. Holger Blask | *Geschäftsführer Marketing & Vertrieb und Sprecher, DFB*

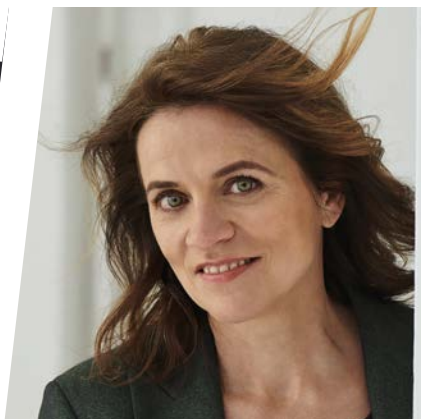


1

© Thomas Böcher (DFB)



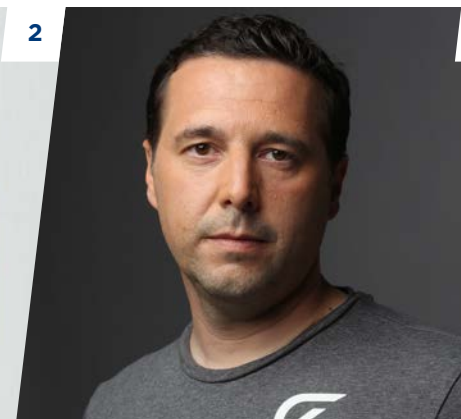
Bernd Neuendorf



2



Antje
Hundhausen



3



Alexander Müller



4



Clemens Bauer



5



Dr. Holger Blask

Nachhaltige Veränderung: Wie der DFB seine Rolle in der Gesellschaft wahrnimmt

- 1 Steffen Simon | *Direktor Öffentlichkeit & Fans, DFB*
- 2 Frank Sprenger | *Gründer und CEO, fors earth*
- 3 Elke Heitmüller | *Head of Diversity, Volkswagen AG*

Fan-Engagement, Content-Kreation, Next Gen Broadcasting: Wie der DFB mit seinen Partnern die digitale Zukunft gestaltet

- 4 Kay Dammholz | *Senior Head of Media Rights, DFB*
- 5 Dennis Papirowski | *Head of Partnerships & Community DACH, TikTok*
- 6 Dr. Henning Stiegenroth | *Senior Vice President Content & Sponsoring, Deutsche Telekom*



Steffen Simon



Frank Sprenger



Elke Heitmüller



Kay Dammholz



Dennis Papirowski



Dr. Henning Stiegenroth

Next Level Media Production: Nachhaltig in die Zukunft

- 1 Thomas Riedel | *Founder & CEO, Riedel Group*
- 2 Alexander Günther | *Managing Director, Sportcast*
- 3 Fiona Morgan | *Global Director of Purpose & Impact, SailGP*

Team D: Mehr wert als Gold, Silber und Bronze

- 4 Mareike Miller | *Rollstuhlbasketballspielerin*
- 5 Max Hoff | *Kanu-Olympiasieger*
- 6 Christian Ehrhoff | *Ex-NHL-Spieler*
- 7 Dajana Eitberger | *Rennrodlerin*



 **Thomas Riedel**

 **Alexander Günther**

 **Fiona Morgan**



 **Dajana Eitberger**

 **Christian Ehrhoff**



 **Mareike Miller**

 **Max Hoff**

BÜHNE 2

MI, 21.09.22 | Tag 2

Never waste a good crisis to shape the future

- 1 Andreas Kienbink | *CEO & Co-Founder, Keyper*
- 2 Dominique Görlitz | *Experimentalarchäologe, Filmmacher*
- 3 Vanessa Nord | *Expertin Nachhaltigkeit*
- 4 Felix Wieduwilt | *Geschäftsführer, The Future Games 2050*



Jetzt oder nie: Warum das Sponsoring im Frauensport vor einer Revolution steht

- 1 Yoo-Jin Shin | *Client Service Director Europe, Octagon Germany*
- 2 Jessica Claar | *Vice President Marketing Communications Central Europe, Mastercard*
- 3 Sophia Flörsch | *Rennfahrerin*

Einsteigen, Fahrt aufnehmen, ans Ziel kommen: Die Sponsoringstrategie der MeinAuto Group

- 4 Rudolf Rizzolli | *CEO, MeinAuto Group*

Kein Sponsoring ohne Nachhaltigkeit: HypoVereinsbank setzt neue Maßstäbe

- 5 Dirk Huefnagels | *Head of Marketing, UniCredit*

Überleben in regulierten Märkten - Wie bwin sein Sportsponsoring zur Markenpositionierung nutzt

- 6 Stephan Heilmann | *Managing Director, Europe Bwin*



bwin

Stephan Heilmann



1

octagon

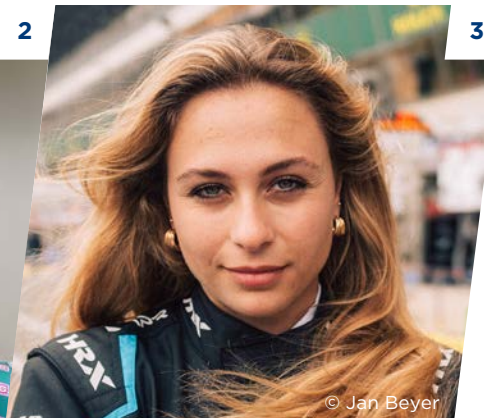
Yoo-Jin Shin



2



Jessica Claar



3

© Jan Beyer

Sophia Flörsch



4

MeinAuto
Group

Rudolf Rizzolli



5

UniCredit

Dirk Huefnagels

Großevents ohne Abfall – wie PreZero das Müllmanagement revolutioniert

1 Marcus Sagitz | *Leiter Marketing, PreZero*

Einbruch in die Männerdomäne: Wie Top-Managerinnen den Fußball verändern wollen

2 Lisa Währer | *Co-Founder and Managing Director, Viktoria Berlin*

3 Katharina Kurz | *Co-Founder and Managing Director, BRLO Craft Beer*

4 Franziska van Almsick | *Schwimmstar und stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende, Deutsche Sporthilfe*

Nachhaltige Ausrüster-Partnerschaften: Wie sich Jako im Wettbewerb mit den global Playern behauptet

5 Christoph Rohmer | *Leiter Marketing & Sponsoring, JAKO*



1



Marcus Sagitz



2



Lisa Währer



3



Katharina Kurz



4



Franziska
van Almsick



5



Christoph Rohmer

Shaping the future of sport: Warum Innovationen der Schlüssel zum Erfolg sind

- 1 Philipp Liesenfeld | *Abteilungsleiter Unternehmensentwicklung & eSports, 1. FC Köln*
- 2 Marco Sautner | *Managing Director, Infront Germany*
- 3 Hiro Kishi | *Leiter Sponsoring, Telekom Deutschland*
- 4 Damian Browarnik | *Managing Director, Infront Lab*



„Wir dürfen jetzt nur nicht den Sand in den Kopf stecken!“ - Wie steht's in Sachen Vielfalt bei Sport und Business?

- 1 Cawa Younosi | Personalchef und Mitglied der Geschäftsführung, SAP
- 2 Nicole Billa | Lizenzspielerin, TSG Hoffenheim
- 3 Anahita Thoms | Sustainability & Trade Compliance Partner, Baker McKenzie
- 4 Nina Strassner | Global Head of People Initiatives, SAP

Fan-Daten als Erlössäule: Warum Clubs ihre Fans kennen müssen

- 5 Stefan Lavén | CEO, Datatalks
- 6 Kilian Weber | Gründer und Geschäftsführer, FanQ



1



Cawa Younosi



2



Nicole Billa



3



Anahita Thoms



4



Nina Strassner



5



Stefan Lavén



6



Kilian Weber



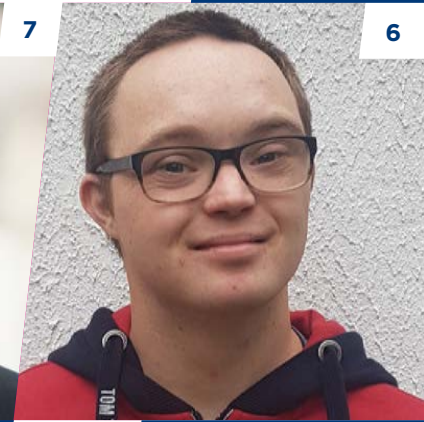
Charly Classen

Warum sich Brands mit einem eSport-Einstieg (immer noch) schwertun

- 1 Ralf Reichert | CEO, ESL
- 2 Julien Munoz | Senior Vice President, Sales & Marketing EMEA, Radisson Hotel Group
- 3 Lars Lamadé | Head of Global Sponsorships, SAP

Das Unsichtbare sichtbar machen: Special Olympics zeigt, wie Inklusion gelebt wird

- 4 Tanja Birkholz | Vorsitzende des Vorstands, SCHUFA
- 5 Carsten Schmidt | Vizepräsident Marketing, Kommunikation und Digitalisierung, Special Olympics Deutschland
- 6 Christian Pohler | Athlet, Special Olympics
- 7 Frank Busemann | Olympia Silbermedaille Atlanta 1996 und Botschafter, Special Olympics
- 8 Charly Classen | Executive Vice President Sports, Sky Deutschland



Frank Busemann



Christian Pohler



Ralf Reichert



Julien Munoz



Lars Lamadé



Tanja Birkholz



Carsten Schmidt

BÜHNE 3

MI, 21.09.22 | Tag 2

Sport bei Meta: Was man über das Metaverse, Insta und Facebook wissen muss

1 Anna Chanduvi | *Lead Sports Media Partnerships EMEA, Meta*

Wie man eine globale Fan-Community im Sport bedient

2 Matthew Primack | *Senior Vice President International Business Development, Fanatics*

3 Salha Latif | *Senior Director International Consumer Products, NFL*

Measuring Sustainability in Sports Business

4 Markus Adler | *Co-Founder & Managing Director, Code Gaia, Part of the Liganova Group*

5 Moritz Weißleder | *Project Manager Sustainability Services, DEKRA*

6 Steffen Lindenmaier | *Senior Manager Nachhaltigkeit/Corporate Sustainability, VfB Stuttgart*



6



Steffen
Lindenmaier



1

Meta Anna Chanduvi



2

Fanatics Matthew Primack



3



Salha Latif



4

LIGANOVA

Markus Adler



5



Moritz Weißleder

Mehr Frauen, mehr Diversität – Erfolgsrezepte für den Fußball!?

Begrüßung

1 Holger Matysiak | *Sponsoring Manager DFB & UEFA, Volkswagen*

Eine Frage des Kulturwandels: Wie Volkswagen von Diversity profitiert!

2 Elke Heitmüller | *Head of Diversity, Volkswagen*

#NotWomensFootball: Wollte Volkswagen bei der EURO 2022 den Frauenfußball abschaffen?

3 Christoph Adomat | *Leiter Sportkommunikation, Volkswagen*

4 Stephan Franssen | *Leiter Sponsoring & UEFA, Volkswagen*

Hype oder Flop: Was bleibt von der EURO 2022?

5 Doris Fitschen | *Gesamtkoordinatorin "Frauen im Fußball", DFB*

Erfolgsgeschichte Girls Baskets Regio38: Ein Sprungbrett für Mädchen in den Profisport!

6 Birgit Wittenberg | *Vorstand Förderverein Girls Baskets Regio38 e.V., Volkswagen*

7 Gerd Dräge | *Vorstand Förderverein Girls Baskets Regio38 e.V., Volkswagen*



Birgit Wittenberg



Gerd Dräge



Holger Matysiak



Elke Heitmüller



Christoph Adomat



Stephan Franssen



Doris Fitschen

RAUM 13

DI, 20.09.22 | Tag 1

NUR AUF EINLADUNG!

Diversität im Amateurfußball

- 1 Dominik Durben | Geschäftsführer, timesarechanging GmbH
- 2 Anne Engel | Geschäftsführerin, Fußball-Landesverband Brandenburg
- 3 Elke Heitmüller | Head of Diversity, Volkswagen

Verabschiedung

- 4 Holger Matysiak | Sponsoring Manager DFB & UEFA, Volkswagen



LIVE-PODCAST

DI, 20.09.22 | Tag 1

Backstage Boxengasse - der Formel 1 Podcast von Sky



Sascha Roos
Podcasthost

Peter Hardenacke
Podcasthost

Sandra Baumgartner
Podcasthost

Sportfive-Podcast - Ansprache des Fan von Morgen: Wie die NBA in Deutschland die junge Zielgruppe anspricht



Mark Osikoya
Associate Vice-President,
Global Partnerships,
NBA

Matthias Jahn
Senior Director Business Inno-
vations & Digital Ads Services,
Sportfive

Sebastian Varchmin
Host,
SPONSOR^S
Verlags GmbH

kicker meets DAZN



Alexander Schlüter
Moderator,
DAZN

Benni Zander
Moderator,
DAZN

Tim Borowski
Experte,
DAZN

Sports Maniac



Daniel Sprügel
Host

Konstantin Krüger
Leiter Kommunikation,
Deutsche Eishockey Liga

LIVE-PODCAST

DI, 20.09.22 | Tag 1

Echte Champions XXL



Tobias Holtkamp
Podcasthost



Reiner Calmund
Fußball-Urgestein



Matze Knop
Comedian

FUSSBALL MML Daily



Lena Cassel
*Host FUSSBALL
MML Daily*



Maik Nöcker
*Host FUSSBALL
MML Daily*

MASTERCLASSES

In unseren Masterclasses geben unsere Partner den Ton an. Sie finden in kleineren Räumen statt, dauern 60 Minuten und werden von unseren Partnern selbstständig und individuell bespielt. Vom Sektempfang über einen Kundentreff bis hin zum klassischen Vortrag ist alles denkbar.

Achtung: Die Teilnehmerzahl pro Masterclass ist begrenzt.



MASTERCLASSES

DI, 20.09.22 | TAG 1



D.SPORTS
Sportstadt Düsseldorf

Mobile Payment für Clubs:

mehr Umsatz, geringere Kosten, neue Incentives für Fans & Sponsoren

In der Bluecode Masterclass geben ausgewählte Top-Experten Einblick, warum für Clubs mobiles Payment der Schlüssel für mehr Umsätze ist. Schnellere Verkaufsprozesse am PoS. Ein angedocktes Loyalty-System bietet neue Verkaufsanreize für Fans und Sponsoren. Das clubeigene CRM-System offenbart neue Insights zu Fans und Verkäufen.

- 1 Dr. Christian Pirkner | *Founder und Chairman, Bluecode International AG*
- 2 Anton Stadelmann | *CEO, Bluecode International AG*
- 3 Philipp Klotz | *Gründer und Geschäftsführer, Transform-sports*
- 4 Jens Reithmann | *Operative Geschäftsleitung, SAP Arena Betriebsgesellschaft der Multifunktionsarena Mannheim mbH & Co. KG*
- 5 Valentin Jakober | *Head of Growth, Bluecode International AG*
- 6 Ralf Pressler | *Head of Digital Performance, Marketing, Merchandising & eSPORTS, TSG 1899 Hoffenheim Fußball-Spielbetriebs GmbH*



Corporate Metaverse: Neue Möglichkeiten

für das Sport Marketing mit Blick in die virtuelle Welt von D.SPORTS

Innovative Technologien erkennen und diese strategisch auf das Unternehmen abgestimmt umsetzen - am Beispiel des Metaverse stellen sich Fragen, wie wir diese Möglichkeiten als Sportunternehmen sinnvoll nutzen können. In unserer zweiten Masterclass tauchen wir konkret in das Metaverse ein: D.SPORTS und die Handball-Bundesliga erläutern in einem in die digitale Welt integrierten Talk die Hintergründe zum Handball-Solidaritätsprojekt mit dem HC Motor Zaporozhye aus der Ukraine.

- 1 Christian Poschmann | *Executive Director Corporate Events, D.LIVE*
- 2 Martin Ammermann | *Executive Director Sports Major Events, D.SPORTS*
- 3 Feray Özcan | *Senior Business Development Manager, Allseated GmbH*
Frank Bohmann | *Geschäftsführer / CEO, Liqui Moly HBL*
Tim Nimmesgern | *Manager Sports, D.SPORTS*
Dimitryi Kapruschenko | *Teammanager, HC Motor Zaporizhzhia*



MASTERCLASSES

DI, 20.09.22 | TAG 1



Leveraging Web 3.0:

How you can take it from buzzword to revenue with the power of data

Web 3.0, NFTs, and the metaverse are words that have gone from being unknown to full-blown buzzwords used across the sports industry. But what does leveraging innovations like these mean exactly? Many sports organizations lack the very foundation needed to succeed and start from the wrong end. This masterclass will dive into how sports organizations can leverage Web 3.0 and how you can build the foundation you need to set yourself up for success.

- 1 Stefan Lavén | *CEO, Data Talks*
- 2 Lucy Mills | *Co-Founder READY, Women's Sports Advisor, READY*
- 3 Peter Kekesi | *Product Manager, Data Talks*
- 4 Lorraine Moalosi | *Founder, Data Talks Women in Sports initiative, Data Talks*



Data Sourcing, Automatisierung, Dashboards - wie der DFB neue Wege im Bereich Business Intelligence geht

Schneller, umfassender, verlässlicher - die Anforderungen an das Reporting von Sportbusiness-Kennzahlen sind sowohl DFB-intern als auch extern in den vergangenen Jahren spürbar gestiegen. Deshalb entwickelt der DFB derzeit ein zentrales Data Warehouse, um allen wesentlichen Stakeholdern künftig entscheidungsrelevante Informationen mithilfe automatisierter Dashboards zur Verfügung zu stellen. Die Masterclass-Referenten werden Einblicke in das Gesamtprojekt geben und zwei konkrete Anwendungsfälle mit Vertretern der DFB-Sponsoren bzw. der Landesverbände diskutieren.

- 1 Jan Kremer | *Leiter Business Intelligence, DFB GmbH & Co. KG*
Dirk Brennecke | *Geschäftsführer, Fußball-Verband Mittelrhein e.V.*
Florian Grell | *Teamlead Microsoft BI, areto consulting GmbH*
Matthias Knebel | *Projektmanager IT & Digitales, DFB GmbH & Co. KG*



MASTERCLASSES

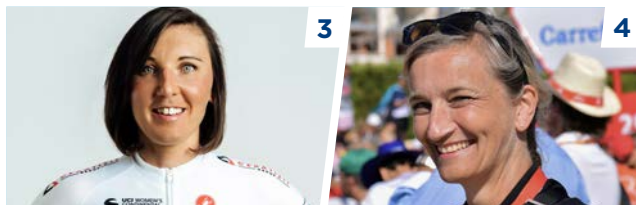
DI, 20.09.22 | TAG 1



Radspport im Rampenlicht - wachsende Begeisterung, neue Leuchtturm-Events und die Frauen raus aus dem Windschatten

Rekordquoten bei der Tour de France, eine gelungene Premiere der ersten Frankreich-Rundfahrt für Frauen, ein neues Konzept im Bahnradsport mit Equal Pay bei Männer und Frauen sowie eine neue Mountainbike-Ära – das Rad dreht sich rasant im Radsport. Warner Bros. Discovery Sports verfolgt die klare Vision das „Home of Cycling“ stetig auszubauen, noch mehr Aktivierungsmöglichkeiten für Partner und Fans zu schaffen und insbesondere den Frauen-Radsport zu fördern. Welche Impulse verhelfen dem Radsport zu noch mehr Antrieb?

- 1 Guy Voisin | *Senior Director Cycling, Warner Bros. Discovery Sports*
- 2 Jens Voigt | *Experte, Eurosport*
- 3 Lisa Brennauer | *Olympiasiegerin, Weltmeisterin, Europameisterin, Radprofi*
- 4 Heide Sahl | *Sponsoringstrategie & -management für BORA und Ceratizit*



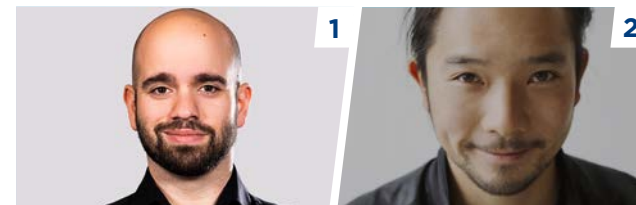
Spandau is' Real: Wie man in Rekordzeit eine Vereinsmarke aufbaut, die nicht vom sportlichen Erfolg abhängt

Schon mal einen Club erfunden? Einfach so aus'm Nix? Und ohne zu wissen, ob man sportlich erfolgreich sein wird? Vielleicht auch weil es ein bisschen egal ist, weil man trotzdem deutsche esports Zuschauerrekorde knacken wird, Millionen Views auf Youtube generiert und in unter 6 Monaten über siebenstellig an Sponsoring- und Merchandise Erlöst?

Also wir haben's gemacht und wundern uns manchmal auch, dass es geklappt hat :-)

Wie, weshalb, warum und was zeigen wir euch in unserer interaktiven Masterclass mit 50% Präsentation und 50% Q&A!

- 1 Hendrik Ruhe | *Geschäftsführer, INSTINCT3, Eintracht Spandau*
- 2 Toan Nguyen | *Geschäftsführer, Jung von Matt NERD*



MASTERCLASSES

DI, 20.09.22 | TAG 1



e | motion sports & ServusTV - eine neue Allianz zweier innovativer Challenger mit Blick auf die positive Entwicklung von Tennis in Deutschland

e|motion sports und ServusTV schlossen 2021 eine strategische Partnerschaft im Rahmen der Übertragung der linearen und digitalen Übertragungsrechte für die BOSS OPEN (ATP250) und bett1open (WTA500). Beide Unternehmen geben einen Rück- und Ausblick zu den jeweils langfristig, strategisch angelegten Engagements im Tennis, wie sich ihre Angebote auf verschiedenen Ebenen ausprägt und welche Chancen sich hieraus für Fans und Marken eröffnen.

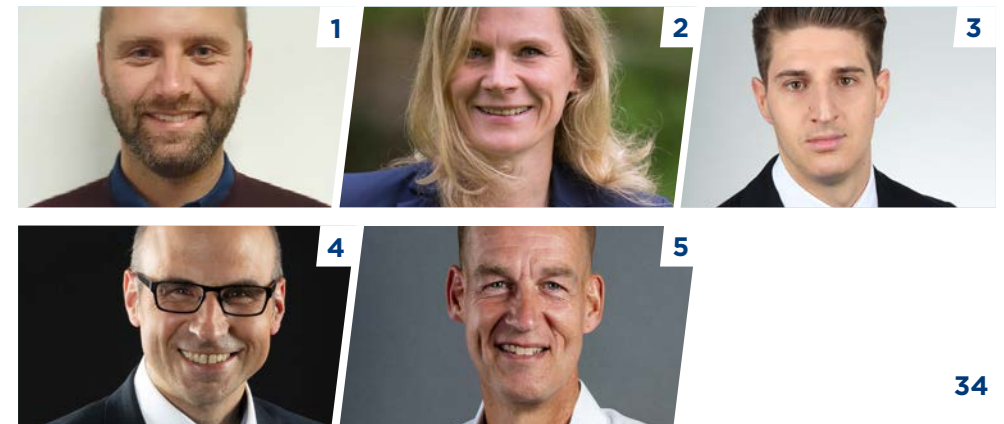
- 1 Edwin Weindorfer | *Founder & CEO, e|motion group*
- 2 Simon Schleich | *Geschäftsführer, e|motion sports Germany & Hispania S.L.U.*
- 3 David Morgenbesser | *Bereichsleiter Sportrechte und Distribution, Servus TV*



Gemeinsam gegen Spielmanipulationen - Deutsches Forum für Sportintegrität

Bei den Partnerschaften des führenden Wettanbieters bwin mit Sportvereinen und -verbänden liegt ein Schwerpunkt immer auf gemeinsamen Anstrengungen im Bereich des Schutzes vor Spielmanipulation. Neben intensiven Schulungen von Spieler:innen unternimmt auch der bwin Mutterkonzern Entn plc. umfassende Anstrengungen, um Spielmanipulationen in Echtzeit aufzudecken und zu verhindern. 2019 hat die Entain Foundation das Deutsche Forum für Integrität im Sport ins Leben gerufen. In der Masterclass gibt das Forum einen Überblick über die aktuellen Aktivitäten von Entain und seinen Partnern zur Verhinderung von Spielmanipulationen.

- 1 Lee Calverley | *Sports Integrity Lead, Entain plc*
- 2 Eva Immerheiser | *Rechtsanwältin, Teamleitung/Integrity Officer des DFB*
- 3 Simon Priglinger-Simader | *Regulatory Affairs Manager, Entain plc*
- 4 Ulf Baranowsky | *Geschäftsführer, VDV - Die Spielergewerkschaft*
- 5 Carsten Cramer | *Geschäftsführer, Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA*



MASTERCLASSES

DI, 20.09.22 | TAG 1



Erfolgsgeschichte im E-Sports - die ESL Meisterschaft

ESL Gaming und Freaks 4U Gaming sind aktuell die größten Anbieter von professionellen E-Sports Turnieren und Events im deutschsprachigen Raum. Das etablierte Format der "ESL Meisterschaft" hat die beiden Veranstalter gemeinsam an einen Tisch gebracht. Wie ESL und Freaks 4U Gaming die durchaus heterogene E-Sports-Community im deutschsprachigen Raum gemeinsam bearbeiten und inwieweit Partner und Sponsoren helfen, den E-Sports-Markt und die ESL Meisterschaft weiterzuentwickeln, werden die Referenten unter anderem am Beispiel des Partners Spotify aufzeigen.

- 1 Heiner Kuhlmann | *Head of Marketing GSA, Spotify GmbH*
- 2 Benny Eichelmann | *Senior Director Global Brand Partnerships, ESL Gaming*



Chiefs Kingdom Abroad:

Wie die Kansas City Chiefs ihre Marke aus der Ferne aufbauen

Der Präsident der Kansas City Chiefs, Mark Donovan, gibt einen Einblick, wie sein Team den deutschen Markt aufmischt. Insbesondere berichtet er, wie die Chiefs die Herzen der deutschen Fans gewinnen wollen.

- 1 Mark Donovan | *Präsident, Kansas City Chiefs*



MASTERCLASSES

DI, 20.09.22 | TAG 1

keyper

KITMAN LABS

TheFutureGame2050:

Wie kann die Zukunft des Sports gestaltet werden?

Mit dem Serious-Play Workshop-Tool The Future Game 2050 werden Sie in die Zukunft von Sport & Event eintauchen. Sie lernen auf strukturierte und kreative Weise, wie die Zukunft gestaltet werden kann.

Neben einer Einführung in verschiedene Zukunftsmethoden werden im praktischen Teil konkrete Aufgaben im Jahr 2050 gelöst und so bereits Zukunft gestaltet.

- 1 Felix Wieduwilt | *Geschäftsführender Gesellschafter, TheFutureGame2050*
- 2 Andreas Kienbink | *CEO, Keyper*
Frederike Riemer | *Geschäftsführende Gesellschafterin, TheFutureGame2050*

The Continued Rise of Sports Analytics

As the sports analytics revolution gains momentum, with an ever-growing suite of data about players, their health, performance, cost and value, what developments can we expect to see in the future? How will this affect how data and analytics are used to improve player health and on-field performance? What new techniques are emerging to support strategic decisions about current and future talent? Kitman Labs together with Jan Muller and Jonas Heirbaut from Feyenoord Rotterdam will showcase how the best in the world are working to create new data strategies to get ahead and make the future a reality, now.

- 1 Jan Muller | *Performance & Rehab Trainer, Feyenoord Rotterdam*
- 2 Jonas Heirbaut | *Performance Trainer, Feyenoord Rotterdam*
- 3 David Hesse | *Chief of Staff, Kitman Labs*



MASTERCLASSES

DI, 20.09.22 | TAG 1

L I G A N O V A

 Nielsen

Conquering New Spaces - Meta First

Das Metaverse ist das „Buzzword du jour“. Viele Marken haben schon erste Aufschläge im Metaverse geschaffen und sehen darin enormes Potential. Millionen von Menschen - weit über Gaming hinaus - werden mit diesem neuen Medium erreicht und nutzen es bereits heute als soziale Räume - Tendenz stark steigend. Was bedeutet dieser Trend für das (Sport) Marketing? Welche Chancen und Möglichkeiten ergeben sich für Marken, Vereine und auch Sportler? Wir befinden uns am Anfang einer neuen Ära im marketing meta-first. Das Metaverse wird bis 2030 zum Leitmedium im sports marketing. In der Masterclass Session „Conquer New Spaces - Meta first“ werfen wir einen Blick darauf, wie das Thema Metaverse im Kontext des Sport-Marketings zu bewerten ist. Die Masterclass ist eine interaktive Session, die Einblicke über Best-Practices gibt, Chancen für Sports Brands und Clubs aufzeigt sowie eine Live Begehung eines unreal5 metaverse Raumes bietet.

- 1 Matthias Ullrich | *Managing Director, LIGANOVA GROUP*
- 2 Markus Schumacher | *Managing Director LIGANOVA Horizon, LIGANOVA GROUP*
- 3 Patrik de Jong | *Founder & Artistic Director, Artificial Rome*



Außer Acht gelassen? Warum Breitensport für die Nachhaltigkeit im Sport so wichtig ist und wie diese gelingen kann

Nachhaltigkeit im Sport ist eines der bestimmenden Themen der Gegenwart und Zukunft. Doch wie können Marken und Rechthehalter Nachhaltigkeit aktiv fördern? Nielsen Sports gibt in dieser Masterclass Einblicke in aktuelle Forschungsergebnisse zum Thema Nachhaltigkeit und zeigt mit der Initiative „Sportverein der Zukunft – mit BASF fit für die Digitalisierung“ beispielhaft auf, wie ein Marken-Engagement zur Förderung der Nachhaltigkeit im Breitensport gelingen kann. Eine abschließende Podiumsdiskussion mit Experten diskutiert, wie Nachhaltigkeitskonzepte erfolgreich in die Praxis übertragen werden können und dort ihre Wirkung entfalten.

- 1 Dr. Jan Dreisbach | *Director Consulting, Nielsen Sports*
- 2 Sebastian Kurczynski | *Head of Consulting, Nielsen Sports*
- 3 Pascal Schulte | *Vice President Sales Operations & Account Management, Nielsen Sports*
- 4 Vanessa Nord | *Geschäftsführerin, VANESSA NORD*
- 5 Ulrich Spettmann | *Specialist Sponsoring Sports&Healthcare, Social Engagement Site LU, BASF*
- 6 Lukas Gaedt | *Vereinsmanager, Tennis-Club Rot-Weiß Worms e.V*



MASTERCLASSES

DI, 20.09.22 | TAG 1



Women's Football - The future is now

Die UEFA Women's Euro im vergangenen Sommer hat nicht nur in Deutschland eine regelrechte Euphorie rund um Frauenfußball ausgelöst. Bei OneFootball steht das Thema aber nicht erst seit diesem Sommer im Vordergrund: Content, Initiativen und Aktivierungen, die den Frauenfußball noch stärker in den Fokus rücken, gehören zur DNA des Unternehmens. Es heißt ja schließlich OneFootball. Die Masterclass gibt Einblicke in OneFootballs Positionierung zum Thema Frauenfußball und vermittelt anhand von Case Studies ausgewählter Partner, welche Aktivierungsmöglichkeiten die Plattform im Frauenfußball-Kontext bietet.

- 1 Patrick Fischer | *Chief Business Officer, OneFootball*
- 2 Anne von Loebbecke | *Head of Brand Marketing, OneFootball*
- 3 Daniel Peikert | *Director Brand Sales DACH, OneFootball*



OneFootball als OTT Aggregator in einer fragmentierten Fußballmedienlandschaft

Egal ob Clubs, Streaminganbieter oder Blogs: immer mehr Player im digitalen Fußballökosystem streben eine direkte Beziehung mit dem Fan an. Beim Kampf um die Aufmerksamkeit setzen sie auf eigene Websites, Apps und sonstige digitale Angebote und befeuern damit die mediale Fragmentierung - zum Nachteil der Fans. Mit einem speziellen Blick auf den Bewegtbildbereich (OTT) hat OneFootball eine Plattform geschaffen, die Angebot und Nachfrage wieder vereint und auf die Interessen beider Seiten einzahlt. Allein in Deutschland distribuieren mittlerweile führende Broadcaster - u.a. Sky, MagentaSport, RTL+ und Sportdigital FUSSBALL - ihre kostenlosen und zahlungspflichtigen Videoangebote auf der weltweit führenden Fußballmedienplattform.

- 1 Nick von Doetinchem | *VP OTT & Media Rights, OneFootball*
- 2 Yannick Ramcke | *Head of OTT, OneFootball*



MASTERCLASSES

DI, 20.09.22 | TAG 1

RAPID PEAKS



#Overcome – Wie Siemens und FC Bayern München gemeinsam Mut machen

Menschen, die andere inspirieren, haben eines gemein: An einem Punkt in ihrem Leben standen sie vor einer großen Herausforderung. Sie erlebten Niederlagen, Verletzungen oder hatten Versagensängste. Diese Erfahrungen haben sie stärker gemacht. Gemeinsam mit Vertreter*innen von Siemens, dem FC Bayern München und einem der Protagonisten, werfen wir einen Blick auf die mehrfach ausgezeichnete #SiemensxFCB-Kampagne #Overcome. Im offenen Dialog sprechen wir u.a. darüber, wie es zu dieser Kampagne kam, welche Ziele verfolgt wurden und welche Learnings alle Beteiligten ziehen konnten. Zum Abschluss sind alle Teilnehmenden eingeladen, Fragen zu stellen und sich in die Masterclass einzubringen.

- 1** Anna-Lena Müller | *Strategic Communications Lead Technology Partnership, Siemens AG*
- 2** Thomas Fauser | *Team Lead Partnership Relations, FC Bayern München AG*
- 3** Kim Krämer | *1. Vorsitzende, Rollwagerl 93 e.V.*
- 4** David Roth | *Geschäftsführer, Rapid Peaks GmbH*



Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Stadionneubau – Herausforderungen & Chancen für Ticketing-Systeme am Beispiel KSC

Die letzten drei Jahre waren wohl die herausforderndsten für die Bundesliga und den Eventbereich. Neben den für die Clubs wichtigen Themen der Digitalisierung und Nachhaltigkeit kamen noch die fortwährenden Anpassungen durch die Pandemie hinzu. Diese Masterclass beschreibt aus Sicht des Karlsruher SC, welche Chancen und Herausforderungen sich für aktuelle Ticketing-Systeme ergeben und wie diese, unter Berücksichtigung des Stadionneubaus im laufenden Spielbetrieb, umgesetzt werden können.

- 1** Thierry Herb | *Leiter Ticketing & Fanservice, Karlsruher SC GmbH & Co KGaA*
- 2** Carsten Wohlrath | *Chief Product Owner, SAP SE*



MASTERCLASSES

DI, 20.09.22 | TAG 1



Project Avarosa - Wie SK Gaming Diversität im Esport unterstützt

Obwohl die Gruppe der Casual Gamer zu gleichen Teilen aus Frauen und Männern besteht, gibt es bisher kaum bekannte Athletinnen im Esport. SK Gaming rief deshalb gemeinsam mit der Deutschen Telekom und Mercedes-Benz das Project Avarosa ins Leben: ein Programm für talentierte Spielerinnen, welche von SK Gaming's professioneller Infrastruktur profitieren, durch die schon seit 1997 professionelle Esport Teams unterstützt und gefördert werden. Neben der individuellen Entwicklung hat sich SK Gaming das Ziel gesetzt, weibliche Vorbilder zu kreieren, welche zukünftig Generationen von Spielerinnen auf ihrem Weg zum Profi ermutigen sollen.

1 Gerrit Stukemeier | Projektleitung Avarosa, SK Gaming GmbH & Co. KG

Das Unsichtbare sichtbar machen -

Special Olympics zeigt, wie Inklusion gelebt wird

Gegründet 1968 von Eunice Kennedy Shriver, ist Special Olympics heute weltweit tätig. 5,2 Millionen Menschen mit geistiger und mehrfacher Behinderung wird ermöglicht Sport zu treiben und aktiv an unserem gesellschaftlichen Leben teil zu nehmen. Mehr als 7.000 Athlet*innen werden im Juni 2023 bei den Weltspielen der Special Olympics in Berlin in 24 Sportarten an den Start gehen. Special Olympics ist mehr als nur Sport. Mit starken Partnern an der Seite. Wenn Sie sehen und erleben möchten, was diese Sportbewegung in der Gesellschaft und für die Menschen bewegen, wirken und bedeuten kann, dann hören Sie sich unsere Partner und Athlet*innen an und was sie dazu treibt, bei SO mitzuwirken.

1 Carsten Schmidt | Vizepräsident Marketing, Kommunikation und Digitalisierung, Special Olympics World Games Berlin 2023

Albert Tuemann | Chief Marketing Officer,

Special Olympics World Games Berlin 2023

Jan Neubert | Direktor Kommunikation und Marketing,

Special Olympics Deutschland



MASTERCLASSES

DI, 20.09.22 | TAG 1

SPORTFIVE

Ascend
SPORT TECHNOLOGY

Den Fan von morgen im Blick:

Wie der Basketball mit seinen Partnern zusammenarbeitet, um innovative Lösungen und Aktivierungen zu entwickeln

Der Sport steht vor der ständigen Herausforderung bei jungen Menschen relevant zu bleiben. In der Aufmerksamkeitsökonomie, in der sie aufwachsen, ist Zeit ein wertvolles Gut, und Sport konkurriert mit einer Vielzahl anderer Interessen wie Musik, Nachhaltigkeit, Fashion und Gaming um die Zeit der jungen Generation. Um den Ansprüchen der nächsten Fan-Generation gerecht zu werden, müssen Rechteinhaber und ihre Partner mehr tun als Lösungen von der Stange anzubieten. Der Basketball nutzt das Momentum und entwickelt mit seinen Partnern maßgeschneiderte Ansätze, die speziell die nächste Generation junger Fans anspricht. Gemeinsam mit der NBA und dem FC Bayern Basketball wird SPORTFIVE die Rolle des Basketballs bei der Ansprache dieser Zielgruppe erörtern und aufzeigen, wie innovative Ansätze in der Zusammenarbeit mit Partnern dazu beigetragen, die Fangemeinde zu vergrößern.

1 Mark Osikoya | Associate Vice-President, Global Partnerships (EME), National Basketball Association (NBA)

2 Matthias Jahn | Director Rightsholder Management, SPORTFIVE
Adrian Sarmiento | Executive Board Member, FC Bayern Basketball



Sport Tech & IP Compliance: Schutz von Sponsoren und neuen Einnahmen

So wie Sportereignisse und -übertragungen urheberrechtlich geschützt sind, können neue Technologien durch Rechte des geistigen Eigentums geschützt werden. Das Gesetz bietet eine breite Palette von Möglichkeiten, darunter Patente, Marken und Urheberrechte, Schutz von Geschäftsgeheimnissen und das Recht des unlauteren Wettbewerbs, so dass die Wahl des richtigen Werkzeugs für diese Aufgabe schwierig sein kann. Lichten Sie den Nebel und nehmen Sie an einer Diskussion mit dem niederländischen Patentanwalt Rolf Suurmond und dem deutschen Anwalt für gewerblichen Rechtsschutz Armin Kühne teil, die sich mit den wichtigsten Schutzmechanismen und der Durchsetzung von Rechten des geistigen Eigentums befassen und dabei zahlreiche bekannte Beispiele aus der Welt des Sports anführen.

1 Rolf Suurmond | Patentanwalt, NLO

2 Dr. Armin Kühne | Rechtsanwalt, Noerr



MASTERCLASSES

MI, 21.09.22 | TAG 2



Das vernetzte Stadion:

Heben Sie die Fan-Experience auf ein neues Level

Moderne Sportvereine und Veranstaltungsstätten müssen sich den schnell wechselnden geschäftlichen Herausforderungen und Kundenerwartungen stellen: Bereitstellung eines sicheren und optimierten Fan-Erlebnisses, betriebliche Effizienz und reibungsloses Veranstaltungsmanagement sowie Unterstützung und Ergänzung des vorhandenen digitalen Ökosystems. Extreme Networks arbeitet mit professionellen Sport-, Hochschul- und anderen Organisationen im Bereich Veranstaltungen zusammen, um deren spezifischen wirtschaftlichen und technologischen Anforderungen gerecht zu werden. In dieser Masterclass wird Wesley Durow, CMO von Extreme Networks, anhand von Beispielen aus der NFL, MLB und NHL ein Update zum Stand der vernetzten Veranstaltungsorte geben, Einblicke in netzwerkgesteuerte Analysen teilen sowie Meinungen über die Zukunft und die Interoperabilität von Wi-Fi und 5G-LTE äußern. Anschließend wird Timo Rohwedder, Geschäftsführer der Olympiastadion Berlin GmbH, über die größte Wi-Fi 6 Stadion-Installation in Deutschland sowie über zukünftige Pläne zur Implementierung neuer, fortschrittlicher Technologien auf Basis dieser hochmodernen WLAN-Infrastruktur referieren.

1 Wesley Durow | Chief Marketing Officer, Extreme Networks

2 Timo Rohwedder | Geschäftsführer, Olympiastadion Berlin GmbH



ESPORTS.WORKS - Warum STRAUSS in die Prime League investiert

Zocken in Safety Shoes? WTF! Seit Januar 2022 ist Workwear Pionier Engelbert Strauss Namensgeber der STRAUSS Prime League. Was auf den ersten Blick nicht wirklich wie der perfekte Fit wirkt, entpuppt sich als strategischer Meisterzug. Denn die KPIs sind eindeutig. Freaks 4U Gaming zeigt am Beispiel seines Naming Right Partners Strauss die Potenziale der Prime League auf. Im anschließenden Talk geht es um Zielsetzungen, Media Values, Learnings und Akzeptanz in einer Zielgruppe, die erkennt, dass auch eine Workwear Brand ziemlich cool sein kann.

1 Andrea Bonk | Senior Agent Brand Partnership, Engelbert Strauss GmbH & Co. KG

2 Kristopher Knoth | Team Lead New Business, Freaks 4U Gaming GmbH

3 Claus-Peter Schnell | Senior Manager Rightsholder Management Esports, SPORTFIVE Germany GmbH



MASTERCLASSES

MI, 21.09.22 | TAG 2

Infront

octagon

Die Zukunft des Sports gestalten:

Beispiele aus der Praxis, wie Infront Innovationen vorantreibt

Bei Infront werden wir von Innovationen angetrieben - und das Innovation Game zwischen dem 1. FC Köln und dem AC Mailand ist das jüngste Beispiel dafür. Mehr als ein Dutzend neuer Technologien wurden in Zusammenarbeit mit Infront, Infront Lab & Telekom getestet, um das Fanerlebnis zu verbessern.

Erfahren Sie mehr über den Auswahlprozess, wie der Verein innerhalb weniger Tage 100.000 neue Follower gewinnen konnte und die wichtigsten Erkenntnisse. Darüber hinaus erhalten Sie aus erster Hand Einblicke in unsere kommenden, spannenden und innovativen Projekte und erfahren, wie wir Sie bei Ihren Projekten in jeder Größenordnung unterstützen können.

- 1** Damian Browarnik | *Geschäftsführer, Infront Lab*
- 2** Alexander Reimann | *Associate Director 1. FC Köln, Infront Germany*
- 3** Philipp Liesenfeld | *Head of Business Development & eSports, 1. FC Köln*



Mega Events - von Millionengräbern zu gesellschaftlichen Leuchtturmprojekten?

In ein paar Monaten wird die viel kritisierte FIFA Weltmeisterschaft in Katar hinter uns liegen. Wohin bewegt sich die Eventbranche und welche Rolle können Sportgroßveranstaltungen in der Zukunft spielen? Wir diskutieren die Zukunft von Major Events und welche Implikationen das für Eventorganisatoren, Partner, Athleten und die Gesellschaft hat.

- 1** Dennis Trautwein | *Managing Director Germany und France, Octagon Germany*
- 2** Thomas Zimmermann | *Vorstand Marketing und Kommunikation, Deutscher Handballbund e.V*
Maximilian Geis | *Senior Manager Communication, EURO 2024 GmbH*



MASTERCLASSES

MI, 21.09.22 | TAG 2



Crossover Entertainment – wenn Sport, Gaming, Musik und Markenwelten zu einer Fan Experience verschmelzen

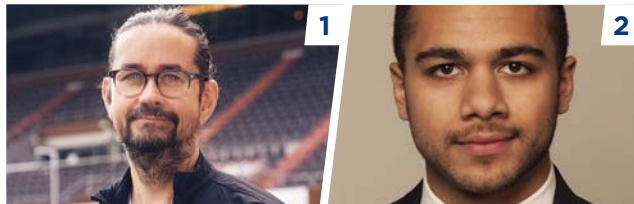
Ohne Frage wird es für traditionelle Sportarten immer schwieriger die Gen Z zu begeistern und an sich zu binden. Crossover Entertainment mischt unterschiedliche Gesellschaftstrends zu einer Fan Experience, die besonders bei der jüngeren Zielgruppe verfängt. Wir diskutieren reichweitenstarke Beispiele aus der NBA, NFL, Riot oder der Influencer-Szene, die sich bei ihrer Inszenierung unterschiedlicher Trends bedienen, während andere traditionelle Sportarten sich damit oft schwertun.

- 1 Martin Drust | *Geschäftsleiter Marketing / CMO, FC St. Pauli*
- 2 Leon Abdolali | *Geschäftsführer, Mudin Entertainment*
- 3 Karsten Bentlage | *Senior Vice President, SPORTFIVE*
- 4 Florian Riepe | *Head of Sports & Special Events, PRG AG*

Gaming & Esport als Chance für die Herausforderungen der Generation Y & Z

Die heranwachsenden Generationen Y und Z stehen vor besonderen Herausforderungen. Eine immer digitaler werdende Welt nimmt sie mehr und mehr in Beschlag. Wie können Gaming und Esport dazu beitragen, hier eine gesunde Balance herzustellen und welche Rolle nimmt ein Team wie SK Gaming dabei ein?

- 1 Martin Marquardt | *CGO, SK Gaming GmbH & Co. KG*



MASTERCLASSES

MI, 21.09.22 | TAG 2



Sponsoo x Bird x DEG: Data meets Creativity

Als die beliebte E-Scooter-Marke Bird anfang, in Deutschland Sponsoring-Möglichkeiten zu sichten, war klar, dass sie ein Sponsoring buchen wollten, welches sowohl mit Blick auf die Kennzahlen als auch im Hinblick auf das kommunikative Potenzial Sinn ergibt. Mit der Hilfe von Sponsoo haben sie diese Partnerschaft bei der Düsseldorfer EG gefunden. In dieser Masterclass teilen Matthias Wanko (Bird), Christopher Schlenker (DEG) und Andreas Kitzing (Sponsoo) ihre Erfahrungen, wie sich Daten und eine kreative Aktivierung kombinieren lassen.

- 1 Andreas Kitzing | CEO, Sponsoo
- 2 Matthias Wanko | Government Partnerships DACH, Bird
- 3 Christopher Schlenker | Director Key Account & Partnership, Düsseldorfer EG



THE SPORTSPEOPLE

Die Weiterentwicklung des TOP Programme - Wie das IOC das Potenzial vielfältiger Partnerschaften erschließt

Um den heutigen Anforderungen im Marketing gerecht zu werden, hat das IOC sein TOP Programme weiterentwickelt - von Sponsorships auf der Basis von IP-Rechten hin zu vielfältig ausdifferenzierten Partnerschaften. Purpose-Initiativen und gemeinsam initiierte Projekte sind nur zwei Beispiele, wie aus der Partnerperspektive neue und werthaltige Assets für die TOP-Partner geschaffen wurden. Erfahren Sie in dieser Masterclass aus erster Hand mehr über diese Entwicklung und die geplanten nächsten Schritte, sowie den Beitrag von The Sports People als beratende Agentur.

- 1 Dominic Wolz | Vice President Global Partnerships, International Olympic Committee
- 2 Rodrigo Lacal | Senior Manager, Partnership Development, International Olympic Committee
- 3 Philipp Kupfer | Managing Director, The Sports People (TSP) GmbH
- 4 Andreas Ullmann | Managing Director, The Sports People (TSP) GmbH



MODERATOREN



Hagen Boßdorf



Isabelle Körner



Konstantin Winkler



Julia Josten



Markus Othmer

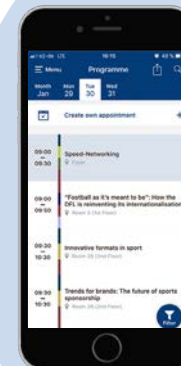
EXPO-PARTNER



Der SPOBIS versammelt die gesamte Branche – von Technologie-Anbietern, Digital-Unternehmen und Start-ups über Clubs und Verbände bis hin zu Young Professionals und Entscheidern. Freuen Sie sich auf zwei Tage Networking!



SIDE-EVENTS



Aktuelle Zeiten, Bühnen
und Räume findet Du in
unserer App!



IOS



Android

Hier geht es zur Web-App!

SPOAC INSIDE



SPORTS BUSINESS
ACADEMY
BY WHU



Prof. Dr. Sascha L. Schmidt
Akademischer Leiter SPOAC



Tony Mamodaly
*Head of International Operations
TSG 1899 Hoffenheim Fußball-
Spielbetriebs GmbH*

SPOAC Inside - Football in the Age of Analytics

Exklusive Einblicke in die Vergangenheit und Zukunft der technologischen Transformation im Sport mit Prof. Dr. Sascha L. Schmidt.

Der Harvard-Case, welcher u.a. auch im General Management Program in Sports Business (GMP) an der SPOAC unterrichtet wird, diskutiert am Beispiel der TSG Hoffenheim, wie sich Sportorganisationen mit Hilfe von Technologie einen Wettbewerbsvorteil erarbeiten. Dabei ordnet der Harvard Case neue Technologien wie Künstliche Intelligenz, Robotik oder Virtual Reality anhand der Sports Tech Matrix ein und

bietet dadurch ein Navigationssystem durch den Technologie- und Daten-Dschungel.

Am Ende der Session steht Prof. Schmidt den Teilnehmern in kleinem Kreis Rede und Antwort. Kurz gesagt: „SPOAC Inside“.

Jetzt für den Harvard-Case anmelden!

Die Session findet am **21.09. von 12 - 13.30 Uhr** statt. Jetzt per E-Mail an janssen@sponsors.de anmelden!
Dieses Side-Event ist begrenzt – first come, first serve!

SPOBIS 100



Exklusive Vorabendveranstaltung mit führenden Persönlichkeiten der Branche und weiteren ausgewählten Gästen in cooler Lounge-Atmosphäre für Netzwerken auf höchster Ebene. Nur für geladene Gäste.

PRE-OPENER



Der perfekte Vorabend-Auftakt für den SPOBIS. Gemeinsam gemütlich einstimmen mit Partnern und Mitgliedern des Sportbusiness Clubs. Teilnahme auf Einladung oder mit VIP-Ticket.

GET-TOGETHER



Die große Party der Sportbusiness-Szene! Kontakte knüpfen bei leckerem Essen, Bier, Wein und Cocktails. Ein Muss für Branchenvertreter.

SPEED-NETWORKING



15 Kontakte in 30 Minuten. Interessante und überraschende Begegnungen in kürzester Zeit. Limitiertes Platzangebot. First come, first serve.

SERVICE & SUPPLIER



Der SPOBIS bietet nicht nur inhaltlich Erstklassiges, auch der ganze Rahmen zahlt auf das Gesamterlebnis der Teilnehmer mit ein. Deswegen sind wir sehr erfreut, so viele namhafte Produzenten und Dienstleister an Bord zu haben, die Europas größtes Sportbusiness-Event mit ihrer Expertise unterstützen.



LIVE DIRECTORS.



simply-X

SPORTFIVE



MEDIEN-PARTNER



SPOBIS

PRESENTED BY
Ascend
SPORT TECHNOLOGY

20. - 21. September 2022 | Düsseldorf
www.spobis.de



BE PART OF IT!