

SPORT& MARKE

CONTENT.RECHTE

MARKE.ERLEBEN

FINANZIERUNG

AKTIVIERUNG

INNOVATION

TOURISMUS

FUSSBALL

ESPORT













SPORT& MARKE





Der Kongress SPORT & MARKE steht unter dem Ehrenschutz des Herrn Bundesministers für Landesverteidigung und Sport, Mag. Hans Peter Doskozil.

VORWORT

Sehr geehrte Damen und Herren,

Sport und Wirtschaft stehen seit jeher in einer komplexen Wechselbeziehung.

In der von SportsEconAustria im Jahr 2015 verfassten Studie "Der volkswirtschaftliche Nutzen von Bewegung" wurde erhoben, dass körperliche Inaktivität, sowohl im Gesundheitswesen wie auch gesamtwirtschaftlich durch Produktivitätsentgang und Berufsunfähigkeit, Kosten in Höhe von rund 1,6 bis 2,4 Mrd. Euro jährlich erzeugt. Andererseits ist die Sport- und Freizeitindustrie ein wirtschaftsbelebender und beschäftigungshebender Faktor von ständig steigender Bedeutung. So ist es nicht weiter verwunderlich, dass dieses Thema längst Gegenstand hochkarätiger wissenschaftlicher Diskussionsforen geworden ist.

Es freut mich daher sehr, dass am 2. Mai 2017 bereits zum vierten Mal der Österreichische Sportkongress "SPORT & MARKE" stattfinden kann. Im vergangenen Jahr waren 420 Teilnehmer und mehr als 40 Referenten aus dem In- und Ausland dabei. Dies beweist, wie gut dieses Veranstaltungsformat angenommen wird.

Ich danke den Organisatoren des Sportkongresses "SPORT & MARKE 2017" für die Vorbereitung dieses hochkarätigen Events und wünsche allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern einen interessanten Informationsaustausch und einen angenehmen Aufenthalt in Wien.

Mit sportlichen Grüßen Mag. Hans Peter Doskozil

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 und semiprofessionellen 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.

www.esb-online.com



Bei SPORT&RECHT handelt es sich um eine österreichische Sportmanagementfirma, bei der ein Spitzensportler und ein Rechtsanwalt, der gleichzeitig auch Dipl. Sportmarketingmanager ist, in den Bereichen Sportmanagement, Sportmarketing und Sportrecht direkt in Gesellschaftsform zusammenarbeiten. SPORT&RECHT ist spezialisiert auf die Beratung und Betreuung von Einzelsportlern, Sportvereinen und Sportverbänden sowie auf die Organisation von Sportevents. Geschäftsführer Dr. Manfred Dimmy war u. a. als Manager der Handball-EURO 2010 tätig.

www.sportundrecht.at



KNOW FANS

NIELSEN SPORTS

OUR INSIGHTS HELP
SPORTS RIGHTS HOLDERS
AND BRANDS UNLOCK
THE VALUE OF FANS TO
GROW THEIR BUSINESSES.



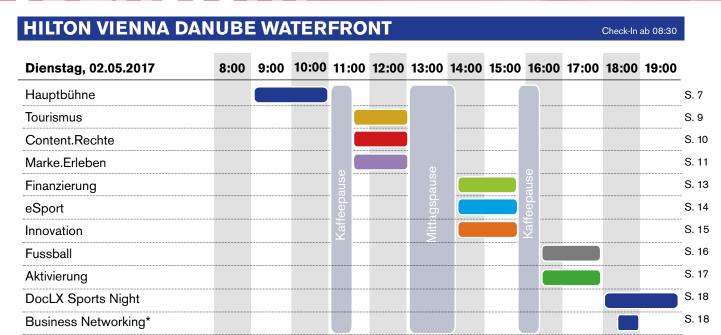


JETZT GRATIS-STUDIE ZU

TRENDS 2017 IM SPONSORING SICHERN:

nielsensports.com/sponsortrend

ÜBERSICHT



^{*}jeweils 20 Teilnehmer (nach Buchungseingang) vernetzen sich systematisch innert 30 Minuten. Die Anmeldung erfolgt per E-Mail an Felix Berger (berger@esb-online.com).

AUF DER BÜHNE











































www.colorofsports.at

COLOR OF SPORTS thematisiert die neuesten Entwicklungen im Sportbusiness und lässt führende Repräsentanten der Sportszene zu Wort kommen.



HAUPTBÜHNE

HAUPTBÜHNE

09:00 Begrüßung

Hans-Willy Brockes, CEO, ESB Marketing Netzwerk

Dr. Manfred Dimmy, Rechtsanwalt & Geschäftsführer, SPORT&RECHT

Chancen der Digitalisierung – neue Potentiale im Sportbusiness

Ob fragmentiertes Mediennutzungsverhalten oder digitale Fan-Touchpoints – die Anforderungen an Rechtehalter und Marken wachsen im Zuge der Digitalisierung stetig. Doch wie gehen Sponsoringentscheider konkret mit den digitalen Herausforderungen um? Welche Social-Media-Strategien sind im Sinne von Fanbindung und Umsatzsteigerung für Clubs gewinnbringend? Und welche Geschäftsmodelle lassen sich in Zeiten von CRM und Big Data ableiten?

Lars Stegelmann, Executive Vice President Commercial Operations, Nielsen Sports

Drohnenrennen: Die Zukunft des Sport-Sponsoring?

2017 bringt die Drone Champions League in sechs Events in Europa 140 km/h schnelle Drohnen in atemberaubende Locations via Steuerung per VR-Brille in die Luft. Die Drone Champions League ist ein millionenschweres Investment in die Zukunft. Vodafone und Conrad sind als Sponsoren bereits aktiv. Wie wird der Sport digital und live aktiviert?

Herbert Weirather, Drone Championship, WWP

ORACLE Team am America's Cup - Emotionale Markeninszenierung

Markenbildung nach innen und außen! Wie inszeniert Oracle, als B2B Anbieter einer umfassenden und voll integrierten Palette an Cloud-Anwendungen, Plattform-Services und Engineered Systems, die Marke mit dem Engagement im Segeln? Wie verknüpft Oracle als amtierender Sieger des America's Cup Storytelling und Markenawareness?

Johannes Dobretsberger, Marketing Director, ORACLE Austria

FC Schalke 04: Markenführung aus der Tradition in die Moderne

Kaum ein Verein lässt die Emotionen so hoch schlagen wie der FC Schalke 04. Im langjährigen Positionierungsprozess entstand der Claim "Wir leben dich". Wie wird dieser bei den zahllosen Herausforderungen eines europäischen Spitzenclubs umgesetzt? Wie positioniert sich der Verein im Mitgliedermarketing inklusive Kids-Club, in den Clubmedien inklusive Social Media und bei den eSport-Engagements?

Alexander Jobst, Vorstand/Marketing, FC Gelsenkirchen-Schalke 04

11:00 Kaffeepause









Gemeinsam ist der Aufstieg unaufhaltsam.

Der Markt ist voller Extreme: Preiskampf, Druck und Stress an allen Fronten. Wir widmen uns den Dingen, die wirklich wichtig sind. Zuhören zum Beispiel, die Anliegen und Wünsche aufnehmen und in Druckprodukte umsetzen, die unsere Kunden am Markt erfolgreich machen. Wir freuen uns auf ein persönliches Gespräch.

Druckerei Bösmüller. Kompetenz, die überzeugt. www.boesmueller.at

TOURISMUS

TOURISMUS.FORUM



Bösmüller Print Management verleiht Werten AusDRUCK. Als eines der führenden Qualitäts-Druckunternehmen Österreichs ist Bösmüller Partner von vielen namhaften Marken im Sport- und Tourismus-Bereich. Die Kompetenz erstreckt sich von der Entwicklung individueller Print- und Verpackungslösungen, Give-aways, VIP-Packages, Programm- und Sponsoren-Drucksorten u.v.m., über die hochqualitative Produktion und Endfertigung bis hin zu weltweiten Logistik-Services.

www.boesmueller.at

Moderation

Doris Wallner-Bösmüller, Geschäftsführerin, Bösmüller Print Management

11:30 Beachvolleyball-WM 2017 in Wien - Tourismus-Turbo für Wien?

Die Beachvolleyball-Welt blickt im Sommer 2017 nach Wien. Welches Potential hat die Beachvolleyball-WM 2017 für den Tourismus und die Wirtschaft? One-Hit-Wonder oder Vorreiter für langfristiges und erfolgreiches Standortmarketing?

Hannes Jagerhofer, CEO, Beach Majors Company

Welcome to Korea - Countdown Olympische Winterspiele 2018

Die südkoreanische Stadt Pyeongchang ist Austragungsort der Olympischen Winterspiele 2018. Stand der Vorbereitungen im Gastgeberland Korea und Einblick in das offizielle Corporate-Hospitality-Programm. Was erwartet Fans & Zuschauer vor Ort?

Petra Vieten, Geschäftsführerin, Vietentours

Dr. Peter Mennel, Generalsekretär, Östereichisches Olympisches Comité

Ok Ja SHIN, Direktorin, Koreanische Zentrale für Tourismus

Snow Volleyball - Road to Olympia

Wie wird eine Sportart olympisch? Die Neuinterpretation Snow Volleyball versucht die Sensation: Aus der Sommersportart Beach-Volleyball eine winterolympische Disziplin zu kreieren. Wie funktioniert Snow Volleyball? Welche Strategie mit Events und Sponsoren führt langfristig zu den Olympischen Spielen?

Martin Kaswurm, Geschäftsführer, Chaka²

Gottfried Rath, Sportdirektor, ÖVV Österreichischer Volleyball Verband

13:00 Mittagspause

Parallele Foren

COI	(6 4 - 6)		$E \cap L$	
CON	VIED	1 I.K	ЕСГ	115

S. 10

MARKE.ERLEBEN

CONTENT.RECHTE

CONTENT.RECHTE.FORUM



Die mediale Welt und der professionelle Sport verändern sich. Medienkonzepte werden konstant verändert, erneuert und benötigen gleichzeitig rechtliche Grundlagen. Wie wird sich die Gesetzesgebung ändern? Wie geht die Praxis aktuell und in Zukunft damit um? Juristische Unterstützung auf allen Gebietern rund um das Wirtschaftsrecht liefert die Full-Service-Kanzlei Kunz Schima Wallentin insbesondere auch mit Lösungen für Mandate aus Sport, Entertainment und Marketing.

www.ksw.at

Moderation

RA Dr. Thomas Wallentin, Partner, Kunz Schima Wallentin Rechtsanwälte

11:30 Digitalisierung von TV & Content – Rechtsfreier Raum oder innovative Lösungswege?

RA Dr. Thomas Wallentin

Digitales Werben & Sponsoring-Aktivierung - die richtige Werbeform für die Zielgruppe

Welche Medien eignen sich für welche Botschaften? Wie können Sponsorships digital aktiviert werden? Daten, Tools & KPIs – wie behalte ich den Überblick und worauf kommt es wirklich an?

Lukas Klumpe, Geschäftsführer, Athletia

Hermes (digitale) Aktivierungsstrategie als Premium-Partner der Bundesliga

Ohne digital keine Aktivierung? Der Logistikdienstleister Hermes flankiert sein Fußball-Engagement in Deutschland insbesondere mit digitalen Maßnahmen. Nebst eigenen Formaten wie einer Spieldaten-App in Echtzeit und Ticket-Aktionen, kooperiert Hermes auch mit den freekickerz, Deutschlands erfolgreichstem YouTube-Kanal mit über 5 Mio. Abonnenten.

Henning Bindzus, Head of Sports Marketing, Hermes

DKB - Handballretter und Mediarevoluzzer?

Sportrechte sind im Wandel. Ein Weg darauf zu reagieren, sind kreative Media- und Contentstrategien für Sponsoren. Warum hat die Deutsche Kreditbank die Handball-WM als Stream präsentiert? Wie hilft der Bank der Rechte-Coup konkret für die Markenbildung? YouTube Live-Stream - Regelbruch mit Zukunftspotential?

Robert Zitzmann, Director Sponsoring, Jung von Matt/SPORTS

13:00 Mittagspause

Parallele Foren

TOURISMUS

S. 9

MARKE.ERLEBEN







MARKE.ERLEBEN

MARKE.ERLEBEN.FORUM



Die *sporteo* International Sportmanagement AG ist ein Full-Service-Sportunternehmen, spezialisiert auf ganzheitliches Sportmanagement und integrierte Kommunikation im Fußball. *sporteo* verantwortet die zentrale Bandenvermarktung des ÖFB Samsung Cups und vermarktet pro Saison ca. 30 ORF-Livespiele im Rahmen der heimischen tipico Bundesliga. Darüber hinaus vermietet und verkauft *sporteo* nicht nur seine Digitalbanden, sondern garantiert auch Logistik, Betreuung und die Umsetzung durch erfahrene Experten. **www.sporteo.cc**

11:30 Mercedes-Benz After Work Golf Cup - Revolution im Golfsport?

Das 9-Loch Turnierformat bietet in Deutschland mit rund 3.000 Turnieren auf über 270 Golfanlagen eine moderne Herausforderung für berufstätige und jüngere Golfer. Die Serie bietet der Marke Mercedes-Benz viel Potential für lokale Markenaktivierung, aber auch vielfältige Möglichkeiten für Storytelling und PR. Darüber hinaus positioniert sich Mercedes-Benz kommunikativ als Marke, die Golfer und ihren modernen Lifestyle versteht und Lösungen anbietet. Wird Golf von Grund auf revolutioniert? Was sind die Vorteile für Spieler, Veranstalter und Sponsoren? Wie gelingt die kommunikative Umsetzung und welche PR-seitigen Herausforderungen sind zu erwarten? Claudia Merzbach, Leiterin internationale Unternehmenskommunikation, Mercedes-Benz

Gazprom: Offensive Kommunikation im Fußball

Mit dem Motto "We light up the Football" engagiert sich das Energie-Unternehmen Gazprom aktiv als Sponsor im internationalen Fußball. Wie gelingt die Markenaktivierung? Wie hilft das Sponsoring dabei, die Marke zu positionieren?

Svenja Schachten, Senior Projektmanagerin Sportsponsoring, GAZPROM Germania

UNIQA & ÖFB-Cup: Dreamteam mit ambitionierten Plänen?

Wolfang Gramann, Leiter Marketing, ÖFB Wirtschaftsbetriebe Carl Gabriel, Head of Group Sponsoring, UNIQA | angefragt Wolfgang Hartter, Director Sponsoring Austria, sporteo

Influencer Marketing: Wie Sportler in sozialen Medien zu Markenbotschaftern werden

Oft unterscheidet sich die Meinung, welcher Sportler eine Marke oder ein Produkt authentisch und effektiv in Szene setzen kann – besonders in sozialen Medien. Jedoch ist dies für den Erfolg von Kooperationen essentiell. Welche Daten spielen bei der Auswahl eines Influencers in sozialen Medien eine Rolle? Ein Streifzug durch softe Kriterien und harte KPIs.

Philipp Martin, CEO, Reachbird

13:00 Mittagspause

Parallele Foren

TOURISMUS

S. 9

CONTENT.RECHTE







Live-Votingsysteme

Eventtechnik "FULL SERVICE"

Bühnendesign inkl. 3D Logo

Individuelle Eventlösungen

MOBILER LED-TRAILER JETZT MIETEN

#schnell einsatzfähig #Bildgröße 5,2x3,2m
#optionales Branding #wetterfest #auffällig
#ideal für Sponsorenwerbung & Live-Übertragungen
#optionale Strom-Selbstversorgung durch Aggregat



IHR ÖSTERREICHISCHER TECHNIKPARTNER

FINANZIERUNG

FINANZIERUNG.FORUM

14:15 Die digitale Evolution & Revolution beim FC Basel 1893

Sponsoren und Fans in der digitalen Präsenz des Clubs zu vereinen ist die Königsdisziplin. Was bietet der FC Basel an digitaler Aktivierung für seine Sponsoren? Welche Mehrwerte für Zuschauer und Fans entstehen mit Dienstleistungen wie "Ticketing innerhalb der FC Basel App"? Wie finanziert der Schweizer Fußball-Primus seine Investitionen und welche Erträge werden erwartet?

Martin Blaser, Director Marketing, FC Basel

Nachhaltige Vermarktung der digitalen Kanäle: Von der Kostenstelle zum Profit-Center

Die großen Fußball-Clubs sind bereits tief schwarz in der Profitabilität. Wie können Clubs und Sportler profitieren? Internationaler Vergleich und Spezifika im österreichischen Markt. Warum der Tausender-Kontakt-Preis in den sozialen Medien keine gültige Währung ist und stattdessen Interaktionsraten und andere Kriterien zurate gezogen werden müssen.

Mario Leo, Geschäftsführer, RESULT

Ausgliederung auch für "Amateurclubs"?

Clubs im Fußball sind in Österreich seit 2017 per Definition "Profivereine". Was passiert im Handball, Eishockey und Volleyball? Professionalisierung im Sport ohne steuerliche Konsequenzen und Nachteile? Wohin bewegt sich der österreichische Sport?

Bernhard Ditachmair, Geschäftsführer, Ditachmair & Partner

Rad WM 2018 - Eine Chance für Tirol!

Im September 2018 werden an acht Wettbewerbstagen bis zu 500.000 Zuschauer erwartet, die rund 1.000 Sportler anfeuern. Das internationale Straßenradsport-Event soll etwa zwölf Millionen Euro kosten. Wie finanziert der Gastgeber Tirol dieses Megaevent?

Georg Spazier, Leiter des Organisationskomitees und Geschäftsführer, Innsbruck-Tirol Rad WM 2018

15:45 Kaffeepause

Parallele Foren



ESPORT



ESPORT.FORUM

Die WWP-Gruppe ist ein unabhängiges Sportmarketingunternehmen mit 30 Jahren Markterfahrung. Unser Team von über 90 Sport- und Kommunikationsexperten kümmert sich in 8 europäischen Standorten um unsere Kunden. Wir laden Marken mit der positiven Emotion des Sports auf. Wir beraten Unternehmen bei der Entwicklung und Evaluierung von Sponsoringstrategien und öffnen Türen zu Entscheidungsträgern in Sport und Wirtschaft.

www.wwp-group.com

Moderation

Daniel Luther, Projektleiter, ESB Marketing Netzwerk

14:15 Faszination eSport - Markteinblick, Status-Quo und Trends

Daniel Luther, Projektleiter, ESB Marketing Netzwerk

SK Gaming - Der Schlüssel zur eSport-Zielgruppe?

SK Gaming, ein renommierter eSport-Club, ist das Gesicht der eSport-Kampagne von VISA. Mit Medion Erazer und der Onlinewährung Amazon Coins reihen sich weitere namhafte Partner ein, die SK Gaming als Vehikel für ihre Botschaft nutzen. Welche Vorzüge bietet der eSport für kosteneffizienten Werbeerfolg sowie Internationalisierung?

Alexander Müller, Managing Director, SK Gaming

Revolution Mobile Gaming: Wie Vainglory die Nummer 1 im Mobile eSport wurde

Vainglory ist ein Free-to-Play mobile MOBA, welches explizit für Smartphones und Tablets entwickelt wurde. In packenden Multiplayer-Partien treten Teams in Echtzeit gegeneinander an. Warum sind Mobile Games Business-Cases? Wie erzeugt man 2017 Entertainment für die Massen?

Tomek Borowka, Project Manager, Super Evil Megacorp

eSports: El Dorado oder Wilder Westen? Wie nutzen Marken den eSport? | 1:2 Talk

Der eSport ist in aller Munde. 49% der Marketing-Entscheider sind laut Nielsen Sports der Meinung, dass das Thema eSport im Jahr 2017 an Bedeutung gewinnt. Doch wie sieht das im Detail aus? Welche Wege gehen die Marken, um die außergewöhnlich spannende Zielgruppe zu erreichen?

15:45 Kaffeepause

Parallele Foren

FINANZIERUNG	S. 13
INNOVATION	S. 15

INNOVATION

INNOVATION.FORUM



Picstars ermöglicht es Marken, Social Media Content von Markenbotschaftern zu branden, zu steuern und zu messen. Marken nutzen mit Picstars somit die persönlichen Netzwerke ihrer Markenbotschafter (Sportler, Musiker, Fans, Event-Gäste, Mitarbeiter etc.). Über ein Cockpit legt die Marke ein Budget fest, kontrolliert seine Kampagnen und Markenbotschafter, und erhält eine detaillierte Übersicht der Reichweite ihrer Kampagnen. Picstars - das perfekte Sponsoring! Alle Infos für Brands sowie für Talents auf **www.picstars.com**.

14:15 Sporttalente als Testimonial: Sponsoring pro Klick!

Picstars' Technologie ermöglicht es Marken, Social Media Fotos/Videos von Markenbotschaftern zu branden, zu steuern und zu messen. Für die Swisscom Schweiz vermarktet Picstars die persönlichen Netzwerke ihrer Snowboarder und Freeskier. Anhand ihrer Reichweite werden die Talente entlohnt. Sponsoring ganz ohne Vermittlung? Wie werden auch Event-Besucher zu Markenbotschaftern?

Mark Sandmeier, Founder/CEO, Picstars

Lyoness belohnt Fantreue mit Cashback

Fans wissen alles über den Verein, aber was wissen Sie von den Fans? Das Fanbindungsprogramm mit Cashback Funktion von Lyoness verbindet Loyalty und Sponsoring und hilft dem Verein, seine Fans kennen zu lernen.

Facebook Live - Wie SPORT1 TV-Content revolutioniert

Mit dem Doppelpass und der Dart-WM Ende 2016 begonnen, zeigt SPORT1 mittlerweile diverse Produktionen wie eSport via Facebook live. Erweiterung des Produktportfolios oder Alternative für klassisches TV? Welche Chancen und Erlöspotentiale ergeben sich für Werbepartner und für Sportformate?

Marcus Meyer, Head of Business & Advertising Innovations, SPORT1 MEDIA

15:45 Kaffeepause

Parallele Foren

FINANZIERUNG

S. 13

ESPORT







FUSSBALL

FUSSBALL.FORUM



tipp3 ist eine Marke der Österreichischen Sportwetten GmbH. Seit August 2001 ist tipp3 der Inbegriff der österreichischen Sportwette und vertreten in mehr als 3.300 Annahmestellen sowie über das Internetportal. tipp3 ist ein treuer Premiumpartner des Österreichischen Fußball Bundes und ebenso langjähriger Premiumpartner des SK Rapid Wien und des FK Austria Wien sowie Partner der Österreichischen Fußball Bundesliga.

www.tipp3.at | www.oeswe.at

16:15 FC Bologna: Traditionsmarke mit (wirtschaftlicher) Perspektive?!

Wie sieht die wirtschaftliche Situation in der italienischen Serie A aktuell aus? Welche Perspektiven bzgl. Zuschauereinnahmen, TV- und anderer Medienrechte sowie der Vermarktung im Sponsoring und Hospitality-Bereich bestehen? Welche Trends und Entwicklungen sind auch für Österreich und andere Sportarten relevant?

Christoph Winterling, Marketing-und Vertriebsvorstand, FC Bologna

So aktiviert tipp3 das ÖFB-Sponsoring mit Teamchef Marcel Koller

Als offizieller Partner des ÖFB macht tipp3 mit der "Tipp dich zum Teamchef" Kampagne mit Marcel Koller gleich das ganze Land zum Botschafter. Wie gelingt es tipp3, mit dem Engagement die Zielgruppe zu erreichen? Wie bietet das Produkt Fußball auch in Zukunft Content für die Markenkommunikation von Sponsoren?

Philip Newald, CEO, tipp3

Quo vadis Fußball - Frischer Wind in die Segel? | Podiumsdiskussion

Die Vision 2020 sieht klare Ziele vor: Fixer Startplatz in der Champions League, ein Zuschauerschnitt von 10.000 und ein Imagewandel. Wann fällt die 50+1-Regel? Wie helfen Sponsoren und Medien bei der Umgestaltung? In welche Richtung fährt der österreichische Fußball?

Martin Kowalewski, Mitglied der Geschäftsleitung, sporteo Michael Schmid, Leiter Sales & Sponsoring, ÖFB Wirtschaftsbetriebe Markus Kraetschmer, Vorstandsvorsitzender, FK Austria Wien Christian Ebenbauer, Vorstand, Österreichische Fußball-Bundesliga Philip Newald, CEO, tipp3

18:00 DocLX Sports Night

Parallele Foren

AKTIVIERUNG

AKTIVIERUNG

AKTIVIERUNG.FORUM



LAOLA1.at ist Österreichs größtes Sportportal und führender Sportcontentanbieter. Topaktuelle LIVE-Ticker, Highlight-Videos, News, Interviews und Statistiken begeistern täglich alle Sportfans.

LAOLA1 produziert u.a. im Auftrag der Deutschen Telekom seit der Bundesliga-Saison 2013/14 gemeinsam mit seiner Schwesternfirma unas media productions die Spielbilder aller Bundesligapartien für die Club-TV-Portale von zahlreichen Vereinen der 1. und 2. Deutschen Fußball Bundesliga. www.laola1.at

16:15 LAOLA1.at: Vom klassischen Online-Medium zu Österreichs größtem, ganzheitlichen Sportvermarkter

Nikolaus Beier, Director Digital Platforms, LAOLA1

SAXOPRINT - Sponsoringpotentiale abseits von König Fußball

Die Online-Druckerei ist Sponsor der österreichischen Nationalmannschaft im Eishockey. Bekanntheitssteigerung im europäischen Raum ist für die Druckerei das Ziel. Wie gelingt Saxoprint die Aktivierung in Österreich? Welche Attribute machen die Sportart Eishockey für ein Sponsoring wertvoll?

Stephan Strehlow, Head of Marketing, SAXOPRINT

Wie können sich erfolgreiche Marken über das Sportumfeld kommunikativ abheben? | Podiumsdiskussion

Max Mahdalik, Sportchef, Krone.at

Dominik Beier, Head of Advertising & Sponsorship Sales, LAOLA1

Stephan Strehlow, Head of Marketing, SAXOPRINT

Dieter Heger, Head of Sponsoring, Milka

18:00 DocLX Sports Night

Parallele Foren

FUSSBALL.FORUM





SPORTS NIGHT

DOCLX SPORTS NIGHT



DocLX, Österreichs größte Eventagentur und Jugendmarketing-Spezialist ist seit 20 Jahren erster Ansprechpartner in der Eventbranche für die Bereiche B2B Events, Incentives oder Roadshows. DocLX ist mit seinen 30 Mitarbeitern aber auch "der Platzhirsch" im Bereich Jugendmarketing und kann als einziger Anbieter am Markt mit erfolgreichen Eigenevents – angefangen von internationalen Eventreisen für Maturanten oder Studenten, über Großclubbings, Bällen, Messen oder eigenen Clubformaten, Partnern Plattformen zur erfolgreichen Kommunikation mit speziellen Zielgruppen anbieten. Seit Dezember 2015 ist DocLX Konzessionär der Wien-Karte, Österreichs erfolgreichster Tourismus-Karte. Pro Jahr werden ca. 350.000 Karten an Wien-Touristen verkauft.

www.doclx.com

18:00 DocLX Sports Night

Das Get-together am Abend hat längst Kult-Status. Gemeinsam mit DocLX wird bereits zum vierten Mal die Sportbusiness-Party ausgetragen. Ein Muss für alle Entscheider der Österreichischen Sportszene. In lockerer Atmosphäre am Donau-Ufer sind hier Freundschaften und Partnerschaften entstanden. Genießen Sie das herrliche Ambiente des Hilton Vienna Danube Waterfront sowie Köstlichkeiten, präsentiert von Österreichs kreativem Eventspezialisten DocLX.







BUSINESS NETWORKING

BUSINESS NETWORKING

18:30 Auch in der vierten Ausgabe bietet SPORT & MARKE den Gästen viel Raum für Networking und Erfahrungsaustausch.

Beim "Speednetworking" vernetzen sich 20 Teilnehmer systematisch innert 30 Minuten. Die Anmeldung erfolgt per E-Mail an Felix Berger (berger@esb-online.com).







PARTNER

PREMIUM PARTNER











SUPPORTING PARTNER

PRESENTER SPORTS NIGHT





FORUM PARTNER













LEISTUNGSPARTNER







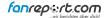






MEDIEN PARTNER















Stadionwelt®

ANMELDUNG



ANMELDUNG UNTER WWW.SPORT-MARKE.AT

ODER DAS FORMULAR PER FAX AN: +41 71 223 78 87

Der Kongress SPORT & MARKE findet am 02. Mai 2017 in Wien statt.

•
☐ Tagesticket I Standard
02.05.2017 550,- EUR zzgl. MwSt.
beinhaltet: Kongress inkl. aller Foren und Verpflegung DocLX Sports Night
Hotelzimmer: Kongressteilnehmer von SPORT & MARKE profitieren am 01./02. Mai 2017 von Sonderkonditionen. Anmeldung über folgende Webseite www.sport-marke.at/anmeldung/
Ich melde mich verbindlich zur Teilnahme für SPORT & MARKE an.
Vor-/Nachname
Funktion
Firma
Strasse, Nr. / Postfach
PLZ, Ort, Land
Telefon
Email
Weitere Personen

Kontakt

ESB Marketing Netzwerk Postfach 519 CH-9001 St. Gallen Tel. +41 71 223 78 82 www.esb-online.com

Ansprechpartner: Daniel Zuber Email: zuber@esb-online.com

Kongressort

Hilton Vienna Danube Waterfront Handelskai 269 1020 Wien Österreich Mit dem Eingang der Anmeldung entsteht ein rechtsgültiger Vertrag. Die Anmeldebestätigung geht Ihnen in Form einer Rechnung zu und ist innerhalb von 14 Tagen zahlbar. Bei Stornierung (nur schriftlich) bis eine Kalenderwoche vor Kongressbeginn wird eine Stornogebühr von 50% der Teilnahmegebühr fällig. Danach wird der gesamte Teilnehmerbetrag erhoben. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers, auch im Falle von höherer Gewalt, bei Verhinderung durch Krankheit, Unfall oder ähnlichen Verhinderungsgründen ist die volle Teilnahmegebühr fällig. Ein Ersatzteilnehmer kann jederzeit gestellt werden. Für allfällige Programmänderungen, Druckfehler und Referenten-Ausfälle übernimmt der Veranstalter keine Haftung. Fotos: Dennis Stachel / atmospheria.com. Titelbild: ORACLE Team USA / Photo Sam Greenfield



