

# SPORTS.TECH. FORUM

HYBRIDER SPORT

SPORTS-TECH-ÖKOSYSTEM

ATHLETES-TECH

FAN-ENGAGEMENT 2.0



## PRESENTER

Sport begeistert! Schnelligkeit, brillante Technik und Emotionen sind die Hauptparameter für eine erfolgreiche Sportveranstaltung. In diesem Umfeld kann eine Marke nur positiv auffallen, wenn sie dynamisch – als LED-Werbung – präsentiert wird. Dafür wollen wir Ihr engagierter Partner sein. Mit unseren selber produzierten state-of-the-art LED-Perimetersystemen stellen wir bewegte und digitale Werbebotschaften dar. Marketing ist ein Team sport. Deswegen stehen wir Ihnen als engagierte Partner vom ersten Meeting bis hin zur Realisierung Ihrer LED-Umsetzung zur Seite. Dabei können Sie auf ein engagiertes Expertenteam mit einer umfangreichen Erfahrung in den Bereichen Sportvermarktung, Entwicklung und Handel von LED-Systemen und Content-Erstellung zurückgreifen. Nach dem Motto „alles aus einer Hand“ sehen wir uns als Full-Service-Anbieter rund um LED-Screens oder LED-Banden. Wir beraten Verbände, Vereine und Veranstalter, wenn sie ein LED-Bandensystem kaufen oder mieten möchten. Denn wir wollen, dass Sie auf den ersten Blick gut aussehen!

[sportsevision.com](http://sportsevision.com)

sportsevision

## PREMIUM PARTNER

**Bluetrac** erbringt mit einem Team von 20 Mitarbeitern seit über 20 Jahren Dienstleistungen in allen Bereichen der Eventtechnik. Durch integrierte Abteilungen wie Content, Eventdesign und AV Systeme konzipieren und realisieren wir bereichsübergreifende 360° Gesamtlösungen zielgerichtet und effizient. So unterschiedlich unsere Auftraggeber auch sind – vom Weltkonzern bis zum Kulturverein –, eines verbindet sie: Ein hoher Qualitätsanspruch. Wir erfüllen ihn mit hervorragend geschulten Spezialisten. Dem gesamten Spektrum von Veranstaltungstechnik in Verbindung mit sämtlichen Elementen der Livekommunikation sowie einer ausgefeilten Logistik und natürlich mit einem umfassenden Dienstleistungsangebot: Wir begleiten die Eventrealisierung von der Konzeption über die animierte 3D-Visualisierung bis zur perfekten Umsetzung inklusive Ablaufregie)

[bluetrac.ch](http://bluetrac.ch)



**Klein Computer System AG** hat eine besondere Expertise im Bereich digitaler Arenen aufgebaut und sorgt zusammen mit HPE für die reibungslose Technik in der modernsten Eishockey-Arena der Schweiz - der BCF-Arena des HC Fribourg-Gottéron. Klein Computer System AG mit dem Slogan «We manage your IT» ist der grösste Serviceprovider von HP und Hewlett Packard Enterprise (HPE). Wir spezialisieren uns auf Infrastructure as a Service (IaaS), Software as a Service (SaaS) und Device as a Service (DaaS)

[klein.ch](http://klein.ch)



**Muuvr** is an app that inspires and enables active people of every ability, nationality, age, gender, ethnicity and economic status to take ownership of their personal activity data and maximise its value. We believe that every active person has the human right to learn and earn from the data they create. This belief sits at the beating heart of our brand, our platform and our progressive community. Our vision is made a reality through Web3, blockchain and crypto technology, where democracy and transparency are at the centre of 'a new way'. Muuvr is where ethics and engineering come together, with active people, for active people.

Muuvr members capture their activity data in the Muuvr app. They can then trade their data with Muuvr partner companies and organisations for crypto-currency tokens called 'Muuvr Activity Coins'. These coins can be exchanged for a huge range of rewards, from the latest sports gear to exclusive event access to funding for health and wellness R&D. And, Muuvr members can motivate each other, by setting up challenges and competitions on Muuvr's 'OpenActive' platform. Yes, Muuvr is an app. But it so much more than that. Muuvr is the heart and soul of a new breed of active community.

[muuvr.io](http://muuvr.io)



## AUSSTELLER & SUPPORTER



Kanton St.Gallen  
Amt für Wirtschaft  
und Arbeit



st.gallen

## MEDIEN PARTNER



[eventcompanies.de](http://eventcompanies.de)

persönlich



na-news aktuell  
Ein Unternehmen der dpa-Gruppe

smartville  
digita



## SPORTS.TECH.FORUM IN ST.GALLEN

Sehr geehrte Damen und Herren

Dunkle Wolken sind im Jahr 2022 über die Start-up-Szene gezogen. Längst nicht mehr jede Idee findet Finanzierung und somit kommt es zu einer Konsolidierung im Sports-Tech-Markt. Es ist absehbar, dass visionäre Ideen in absehbarer Zeit nur dann umgesetzt werden, wenn sich daraus ein Geschäftsmodell formen lässt.

Das SPORTS.TECH.FORUM ist in diesem Jahr ein Schaulaufen der Sports-Tech-Business-Modelle: Simulations-Motorsport, digitale Zwillinge im Merchandising, Meta-verse-Geschäftsmodelle, hyper-targeted Campaigning und Geschäftsmodelle mit Athletendaten bilden das Spektrum der Beispiele ab.

Die Relevanz des Sports-Tech-Marktes wird sehr deutlich durch die namhaften Referenten aus der „old economy“ und dem Sportbusiness, die ihr Kommen zugesagt haben: Siemens, DEL Deutsche Eishockey Liga, Deloitte, Sunrise, FEI Fédération Equestre Internationale, Tour de Suisse, Hewlett-Packard und die Stiftung Deutsche Sporthilfe sind relevante Player im Sports-Tech.

Lasst uns gemeinsam das Sports-Tech-Jahr 2023 starten und die dunklen Wolken durch winterliche Sonnenstrahlen ausblenden.

**Andrea Götte**  
Leitung Customer Experience  
ESB Marketing Netzwerk

**Hans-Willy Brockes**  
Geschäftsführer  
ESB Marketing Netzwerk

# ENTERTAIN YOUR ARENA



## SLAM SYSTEMS

SKALIERBARES MULTIMEDIA SYSTEM



IHR PARTNER FÜR LED HARD - UND SOFTWARE

**rounds** BY **sportsevision**

INFO@ROUNDS.CH

WWW.ROUNDS.CH

+41 71 511 20 20

Moderation | **Hans-Willy Brockes**, Geschäftsführer, ESB Marketing Netzwerk

## Investoren-Winter auch für Sport-Tech-Innovationen?

Nach jahrelanger Boomphase besteht aller Orten Unsicherheit und Investoren-Zurückhaltung gegenüber Ventures. Was bedeutet dies für potentielle Gründer und Unternehmen in den verschiedenen Start-up- und Wachstumsphasen? Auf was achten in diesen Zeiten Investoren besonders, und wie bereiten sich Sport-Tech-Firmen am besten auf eine Finanzierung vor?

**Timo Helbling**, Financial Advisory, Deloitte | <sup>1</sup>

## Metaverse-Geschäftsmodelle: Auch im Sport?

Decentraland, Sandbox und andere Metaverse-Plattformen umwerben auch den Sport. Neben dem Absatz von Merchandising-Artikeln fehlen aber weitestgehend Geschäftsmodelle, die eine Investition in eine Metaverse-Plattform rechtfertigen. Wie kann ein frühes Investment dennoch lohnend sein? Welche Möglichkeiten lassen sich aus anderen Branchen ableiten? Ist das Metaverse insbesondere gut für die Aktivierung von Sponsoring-Partnerschaften?

**Florian Müller**, CEO & Co-Founder, Software Brauerei | <sup>2</sup>

## Digitale Collectibles – Sportlegenden-Momente als NFTs

Die Deutsche Sporthilfe und Fansea haben zusammen eine NFT-Kollektion für Sportgeräte und Bekleidungsstücke historischer Sportmomente von Lars Riedel, Katja Seizinger & Co. lanciert. Welche Zielgruppe wird durch das Projekt erreicht? Welche Rolle haben Nachhaltigkeitsaspekte der Blockchain gespielt? Und ersetzen NFTs schon bald physische Produkte?

**Alexander Schlicher**, Geschäftsführer, Fansea | <sup>3</sup>

**Lucas Flümann**, Leitung OUR HOUSE, Stiftung Deutsche Sporthilfe | <sup>4</sup>

## Digitale Twins im Merchandising – Realität? Metaverse? Beides!

Das blockchainbasierte Unternehmen collectID sorgt für die Verschmelzung der digitalen und physischen Welt. Das Unternehmen bringt den realen Hoodie ganz einfach per Scan als digitalen Zwilling ins Metaverse. So können die Lieblingsstücke auch ganz einfach von einem Avatar getragen werden. Wie funktioniert das Ganze? Wie kann ein Verein von der Blockchain profitieren, z.B. bei der Trikotvorstellung zur neuen Saison oder bei Sponsoringaktivierungen? Und warum sollte das Thema Blockchain in einem interdisziplinären Team im Verein verfolgt werden?

**David Geisser**, Co-founder & CEO, collectID | <sup>5</sup>

## Racing Unleashed - Real Race Fun am Simulator | Interview

Rennsport an Simulatoren ist etabliert. Racing Unleashed hat es geschafft, daraus eine Sportart im edlen Ambiente zu erfinden. Was macht Racing Unleashed speziell? Welche Community ist entstanden und was können andere Sportkonzepte vom virtuellen Zwilling des Formel-Rennens lernen?

**Monisha Kaltenborn**, CEO, Racing Unleashed | <sup>6</sup>

### Auf der Bühne



**Deloitte.**



**SOFTWARE  
BRAUEREI**



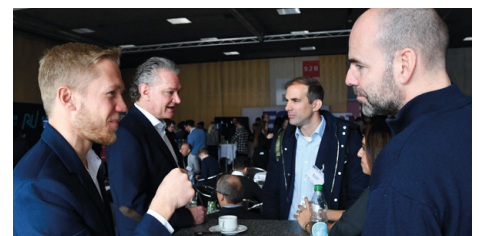
**Deutsche  
Sporthilfe**



**collectID**



**RU RACING  
UNLEASHED**



# BCF Arena

Das besucherfreundlichste Stadion der Schweiz

The main image shows the exterior of the BCF Arena at night. The facade is illuminated with blue lights, and the words "BCF ARENA" are prominently displayed in large, white, illuminated letters. The architecture features a complex, geometric pattern of blue-lit panels.

**BCF ARENA**

The Klein logo consists of a stylized white arrow pointing to the right, enclosed within a white circle.

**Klein**  
we manage your IT



**Hewlett Packard  
Enterprise**



🕒 11.15

Moderation | **Hans-Willy Brockes**, Geschäftsführer, ESB Marketing Netzwerk

## Sport-Tech: Nachhaltig, flexibel und auch noch finanzierbar?

Anwendungen der Digitalisierung im Sport boomen und zunehmend entstehen Business-Cases, in die es lohnt zu investieren. Ein weiterer Treiber ist Nachhaltigkeit: Dank Digitalisierung lassen sich ESG-Ziele erreichen und gleichzeitig das Fanerlebnis verbessern. Wie lassen sich die Chancen nutzen und wie ist Sport-Tech finanzierbar? Ist Sport-Tech as a Service die Lösung?

**Daniele Kohler**, Enterprise Business Architect Edge & IOT, Hewlett Packard Enterprise | <sup>1</sup>  
**Wolfgang Klein**, Inhaber, Klein Computer System | <sup>2</sup>

## Streaming wird Finanzierungsquelle

Durch Abonnements, Pay-per-View und Werbemöglichkeiten wird Streaming zunehmend zur Einnahmequelle für Clubs und Veranstalter. Solidsport arbeitet mit 3.000 Vereinen und Mannschaften europaweit auf unterschiedliche Art zusammen. So beispielsweise mit HANDBALL Österreich, Handball-Verband Berlin, Unihockey Basel Regio und vielen mehr. Wie funktionieren die unterschiedlichen Modelle der Zusammenarbeit? Welche Investitionen sind notwendig?

**Henry Blunck**, Country Manager DACH, Solidsport GmbH | <sup>3</sup>

## Siemens: Sportsponsoring als Technologiepartnerschaft mit FIA & Co

Als Technologiekonzern unterstützt Siemens die FIA, den FC Bayern München und Luna Rossa Challenge bei der digitalen Transformation mit Hard- und Softwareangeboten, Automatisierungslösungen sowie digitalen Dienstleistungen. Mit welchen Projekten schafft es Siemens, die Möglichkeiten der Digitalisierung getreu dem Motto #TransformTheEveryday erfolgreich für die Partner zu nutzen? Wie positioniert sich Siemens zukünftig als globales Tech-Unternehmen?

**Jens Häussler**, Team Lead Corporate Sponsoring & Donations, Siemens | <sup>4</sup>

## Sponsoring-Innovation Handball Performance Index (HPI)

Datenbasiert, transparent, fair. Zur Saison 2020/21 führte die Handball-Bundesliga auf Basis von detaillierten Leistungs- und Positionsdaten den Handball Performance Index ein. Die Daten werden beispielsweise für die Analyse des Most Valuable Players (MVP) genutzt. Der Index wird präsentiert vom Sponsor DKB und zeigt damit, dass Tech-Innovationen auch Sponsoring-Innovationen sein können.

**Marc Hohenberg**, CEO & Co-Founder, Rapid Peaks | <sup>5</sup>

Forum präsentiert von:

Auf der Bühne



  
**Hewlett Packard  
Enterprise**



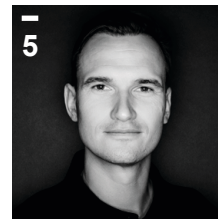
  
**Klein**  
we manage your IT



 **SolidSport**



**SIEMENS**

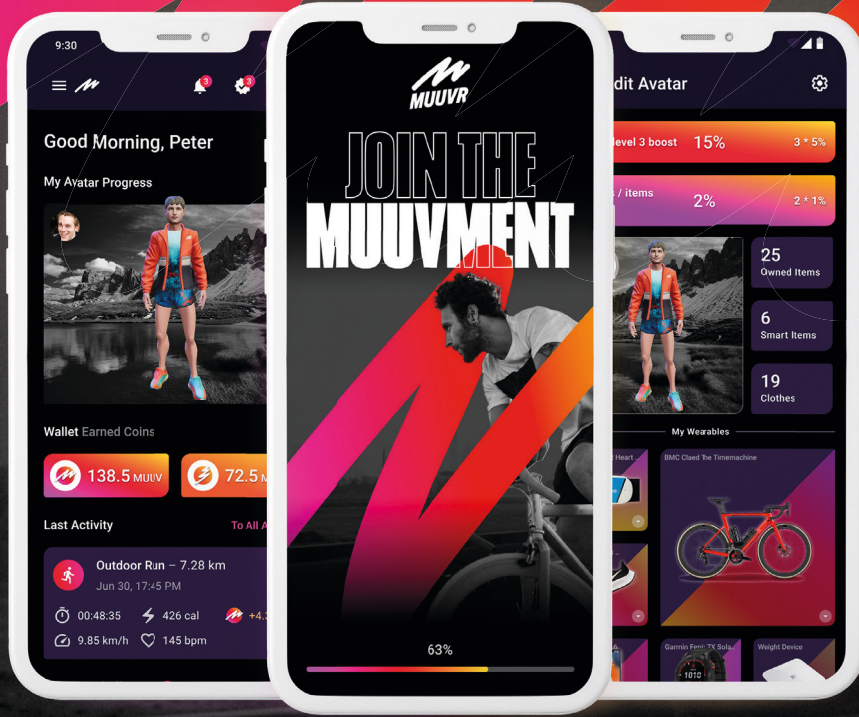


 **RAPID PEAKS**



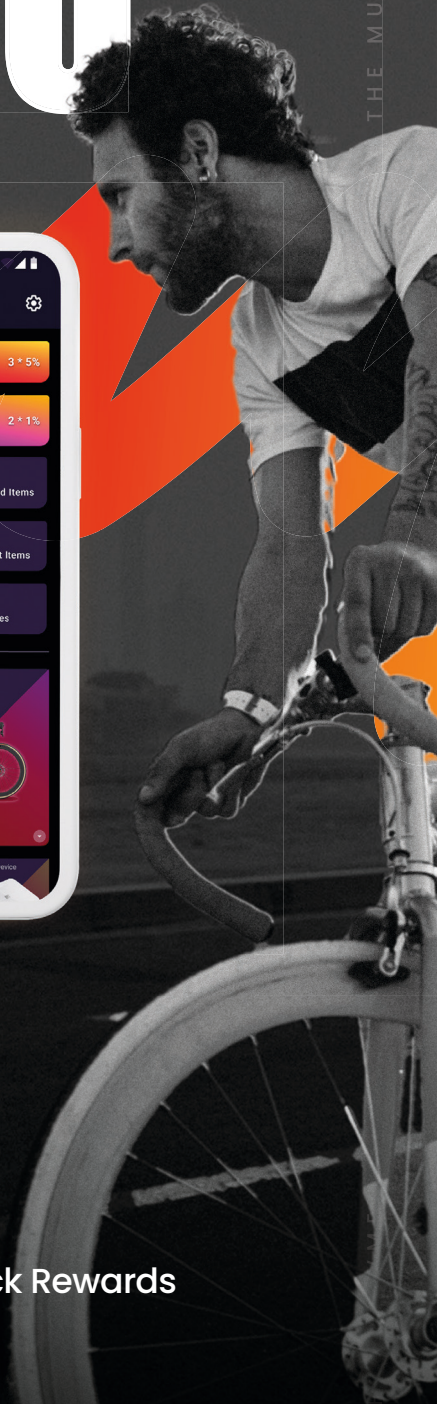
# I OWN

# WHAT I DO



**MUUVR.IO**

Get Moving | Capture Data | Earn Crypto | Unlock Rewards





Moderation | **Patrick Seitter**, Leitung Kongresse & Academy, ESB Marketing Netzwerk

### Muuvr – I own what I do

Muuvr is an app that inspires and enables active people to take ownership of their personal activity data and maximise its value. Muuvr members capture their activity data in the Muuvr app. They can then trade their data with Muuvr partner companies and organisations for crypto-currency tokens called 'Muuvr Activity Coins'. And, Muuvr members can motivate each other, by setting up challenges and competitions on Muuvr's 'OpenActive' platform. Does rewarding provide further options for "self-determining" marketing cooperations? What is the timeline of muuvr?

**Michael Hartweg**, Chairman of the Board, Sweat2Earn | <sup>1</sup>

### Fieldoo + TalentIDO – disruptive Scouting-Evolution

Der Scouting-Markt im Fussball ist undurchsichtig, komplex und meist wenig effizient. Fieldoo bringt weltweit Fussballer und Clubs zusammen – sowohl live als auch mithilfe einer digitalen Plattform & App. Wie funktioniert das Konzept? Welche Rolle spielt Blockchain-Technologie, NFT, AR und KI für die weitere Entwicklung?

**Hendrik Klein**, VR, Fieldoo | <sup>2</sup>

**Body Connected – wie intelligente Sportswear die Performance verbessern | Live-Demo**  
 QUS integriert Sensor-Technologie in Sportswear und liefert so wertvolle Daten und Erkenntnisse für eine natürliche Leistungssteigerung im Wettkampf und Alltag. Wie funktioniert die Technologie und was bedeutet Vital Data as a Service? Wie sehen die strategischen Partnerschaften mit HYROX und Red Bull Media House aus? In einer Live-Demo bringt QUS unterbewusste Körperwerte in die Sichtbarkeit.

**Stefanie Stebegg**, Head of Business Development und Biofeedback Trainerin, QUS Sports | <sup>3</sup>

### Incentivierung und Data Sharing: Welchen Wert haben die Daten von sportlichen Aktivitäten? Teilen Sportler Daten, wenn sie dafür incentiviert werden? | Diskussion

Performance- und Aktivitätsdaten haben einen grossen Wert, der heute nur schwierig von Sportlern monetarisiert werden kann. Unternehmen, wie z.B. Event-Organisatoren, Sportartikelhersteller und Krankenkassen suchen nach Möglichkeiten an der User-Journey des Sportlers teilzuhaben, um diesen besser zu «verstehen» und bedarfsgerechter Dienstleistungen und Produkte zu positionieren. Die neue Web 3.0 Technologie bietet eine Lösung, die Eigentumsrechte an persönlichen Daten selbst zu verwalten und gegen Incentives mit Unternehmen zu tauschen. Auch Jan van Berkel generiert tagtäglich Performance- und Aktivitätsdaten. Muuvr ermöglicht es ihm diese Daten auf verschiedene Art und Weise in Wert zu setzen.

**Jan van Berkel**, Professional Ironman Triathlete | <sup>4</sup>

**Michael Hartweg**, Chairman of the Board, Sweat2Earn | <sup>1</sup>

Forum präsentiert von:

Auf der Bühne





# LOGIN

# in die ESB-Welt

[Passwort vergessen?](#)

LOGIN

## SIE SIND NOCH NICHT REGISTRIERT?

Dann sichern Sie sich jetzt die Vorteile unserer Angebote!

REGISTRIEREN

Zugang zu ausgewählten Re-Live-Videos  
für gebuchte ESB-Kongresse\*

Individualisierung der ESB-Newsletter-Inhalte

Kontakte und Details aller ESB-Partner

Freischaltung für Artikel in den ESB-Business-Guides

Zugang zum News-Archiv

Buchung weiterer Kongresse und ESB-Leistungen\*

\* Diese ESB-Leistungen sind kostenpflichtig und stehen den ESB-Partnern im Rahmen der Mitgliedschaft kostenlos zur Verfügung.  
Weitere Informationen zum ESB Marketing Netzwerk: **Felix Berger**, 071-2237882, [berger@esb-online.com](mailto:berger@esb-online.com)

## FAN-ENGAGEMENT 2.0

🕒 16.00

Moderation | **Hendrik Ungelenk**, Kongresse, ESB Marketing Netzwerk

### Die handball.net-Community votet

Der Deutsche Handballbund nutzt seit Saisonbeginn das Voting-Tool von FanQ. Der Nutzen ist vielfältig: Regelmässige Interaktion, Sponsoring-Aktivierung und aktuelles Feedback der handball.net-Community sind die wichtigsten Ziele. Wie sieht die Zwischenbilanz aus? Was sind die wichtigsten Learnings? Macht die Handball-Community mit und wächst sie dank des regelmässigen Votings?

**Matthias Lahr**, Leiter Digitales Marketing, DHB | <sup>1</sup>

**Joachim Lammert**, CEO/ Gründer, FanQ | <sup>2</sup>

### The FEI as a media platform to grow digital audience

137 national federations, over 126.000 registered riders & horses and more than 4.700 international competitions: the Fédération Equestre Internationale (FEI) is the world governing body for horse sport recognised by the International Olympic Committee (IOC). To increase global reach and awareness of equestrian sport the FEI pursues a data-driven approach. How does that look like? How does the FEI finally engage with the GenZ?

**Stéphane Schwander**, Head Of Digital, Fédération Equestre Internationale (FEI) | <sup>3</sup>

### PENNY DEL: neues Powerplay für die Digitalisierung und Fan-Engagement

Mit der implementierten Echtzeit-Analyseplattform Wisehockey setzt die PENNY DEL neue Massstäbe im Bereich der Digitalisierung. Welche innovativen Möglichkeiten bietet die Kooperation mit Wisehockey den Fans, dem Coaching-Staff und Partnernetzwerk der Liga?

**Jörg von Ameln**, Leiter Spielbetrieb, PENNY DEL | <sup>4</sup>

### Tour de Suisse – Communitybuilding mit neuer FanZone

Die 85. Ausgabe der Tour de Suisse ermöglichte so viel Fan-Erlebnis wie noch nie. Gemeinsam mit der Fan-Engagement Plattform LivXP wurde die «TdS FanZone» entwickelt, um Radsport und Fans näher zusammenzubringen. Mit welchen Erlebnissen und Sammlerstücken konnte die Community mit der Tour de Suisse, den Teams und Fahrer:innen interagieren? Welche Rolle spielte die automatisierte Engine von LivXP, um eine Skalierung und Impact zu erzielen? Wie konnte die Tour de Suisse hiervon profitieren?

**Ashima Saxena**, Co-Founder, LivXP | <sup>5</sup>

**Philipp Avenell**, Digital Marketing Manager, Cycling Unlimited | <sup>6</sup>

### Hyper-targeted Campaigning: PAOK Thessaloniki

Der griechische Fussballclub nutzt die Hyper-Personalisierung für digitale Kampagnen und kann dabei mächtige Zuwächse bei Dauerkarten- und Merchandising-Absätzen erzielen. Wie funktioniert hyper-targeting? Was sind die Voraussetzungen und wie erfolgt die Umsetzung?

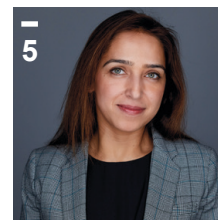
**Philip Nordfeldt**, Head of Sales, Data Talk | <sup>7</sup>

### Niners Chemnitz gehen mit ihren Fans ins Web3

Erinnerungsstücke wie der Pokal-Spielball, Pokaltrikots und andere Sammelobjekte aus dem Top-Four-Pokalfinale 2022, welches die Niners als erster ostdeutscher Verein überhaupt erreicht hatten, konnten Fans via NFT kaufen und erhielten dazu weitere exklusive Inhalte und die Sicherheit der Authentizität. Die Niners schaffen erstmalig die Verbindung aus realen Sport-Exponaten und zukunftsweisender Web3-Applikation. Wie sieht die Bilanz der ersten Verkaufswelle aus? Was sind die Learnings? Welche weiteren Aktivitäten im Web 3.0 sind geplant?

**Tom Nowak**, Manager, gummy.link | <sup>8</sup>

**Felix Linke**, Marketing Manager, Niners Chemnitz | <sup>9</sup>



## GET-TOGETHER

🕒 19.00

Zwei Kongresse – ein grosses Networking-Event: Das Get-together findet am Abend des Kongresses zusammen mit den Teilnehmern des SPORTS.TOURISMUS.FORUMS statt. Die Teilnahme ist für alle SPORTS.TECH.FORUM-Teilnehmer inklusive.

# TICKET

SPORTSTECHFORUM.COM



Tages-Ticket 390 CHF zzgl. MwSt.  
Kongress inkl. aller Foren, Verpflegung.



150 Teilnehmer  
30 Experten auf der Bühne



23. Januar 2023  
(Optional 24. Januar 2023)

Hewlett Packard Enterprise

KALKULIEREN  
DIGITALE S  
ESB SPORTS TECH FORU



■ 24. Januar 2023 // St. Gallen

# SPORT.TOURISMUS. FORUM

SPORT.TOURISMUS.  
FORUM



## ANSPRECHPARTNER

ESB Marketing Netzwerk  
Brunneggstr. 9, Postfach 519  
9000 St.Gallen, Schweiz  
Tel. +41 71 223 78 82  
www.esb-online.com

Ansprechpartnerin  
Nicole Pereira  
+41 71 575 74 61  
pereira@esb-online.com

Bildrechte  
© Gabriele Griefsenböck