

eSPORT.BUSINESS.



Veranstalter





Premium Partner













4. Ausgabe eSPORT.BUSINESS.FORUM

Ist Deutschland international konkurrenzfähig?

Die DreamHack in Leipzig wächst. Das deutsche eSport-Woodstock feiert in diesem Jahr die Rückkehr der großen eSport-Titel. Über eine Million Euro Preisgeld warten auf die Zocker in Leipzig.

Nur wenige Meter entfernt wird über die Zukunft und Gegenwart des eSports diskutiert. Das eSPORT.BUSINESS.FORUM 2020 gibt auch in diesem Jahr den Startschuss in die eSport-Saison 2020. Im Fokus steht die Fragestellung: "Ist der eSport-Standort Deutschland konkurrenzfähig"?

Darüber diskutieren namhafte Speaker aus dem In- und Ausland. Nachhaltiges Wachstum vs. großes Investmentkapital, Franchise-Ligen oder offene Ligasysteme und wie steht es eigentlich um den Breitensport im eSport, sind die Themen.

Wer im deutschen eSport tätig ist, oder werden will, der kommt zum eSPORT.BUSI-NESS.FORUM nach Leipzig. Sichern Sie sich jetzt ihr Ticket.

Mit eSport ins Jahr 2020 durchstarten. esportbusinessforum.de

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 Markt für Sport, Entertainment & Marketing. Sie bietet ihren Mitgliedern umfangreiches Know-how, branchenrelevante Kommunikationsmöglichkeiten, einen individuell abgestimmten Support sowie zahlreiche Kontaktmöglichkeiten. Die ESB fördert gezielt Kooperationen und Geschäftskontakte für neues Business. esb-online.com



Die Leipziger Messe gehört zu den zehn führenden deutschen Messegesellschaften und den Top 50 weltweit. Dank dieses Angebots kürten Kunden und Besucher die Leipziger Messe – zum fünften Mal in Folge – 2018 zum Service-Champion der Messebranche in Deutschlands größtem Service-Ranking. Jährlich finden mehr als 270 Veranstaltungen – Messen, Ausstellungen, Kongresse und Events – mit über 15.500 Ausstellern und über 1.2 Millionen Besuchern aus aller Welt statt. Ein Leitmotiv des unternehmerischen Handelns der Leipziger Messe ist die Nachhaltigkeit. leipziger-messe.de



eSPORT-STANDORT DEUTSCHLAND



11.00



Messehaus M5

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

eSport-Teams in Deutschland

30, 40, 50 Millionen Euro Investments in eSport-Teams sind keine Seltenheit, in Deutschland allerdings schon. Sind wir noch konkurrenzfähig? Womit verdienen Teams ihr Geld?

Daniel Finkler, CEO, Bigleet | Berlin International Gaming **Markus Bonk,** Referent eSport und Gaming, ad hoc gaming

Das System League of Legends: Von Premier Tour bis Franchise Liga

Wilder Westen eSports? Nicht in League of Legends. Der Publisher Riot Games gibt ein klares System vor, welches von nationalen bis hin zu internationalen Ligen und Events eine klare Turnierstruktur verschafft. Wie können sich Partner in diesem Konstrukt einbringen und wie hat die Umstellung auf ein Franchise System der LEC funktioniert? **Dominic Müller,** Director Esports, Lagardère Sports Germany

Preisverleihung: Der goldene Controller

Wir blicken auf das Jahr 2019 zurück. Welche Persönlichkeit, welche Institution oder auch Firma hat den eSport in Deutschland geprägt und damit die Auszeichnung des goldenen Controllers verdient? Dieser Frage wird sich eine hochkarätige Jury annehmen und im Rahmen des eSPORT.BUSINESS.FORUMS den goldenen Controller verleihen. **Kristin Banse,** Manager Marketing & eSports, game



Presented by:

game ist der Verband der deutschen Games Branche. Die Mitglieder sind Entwickler, Publisher und viele weitere Akteure der Games Branche wie eSports-Veranstalter, Bildungseinrichtungen und Dienstleister. Als Träger der gamescom verantwortet game das weltgrößte Event für Computer- und Videospiele. Als zentraler Ansprechpartner für Medien, Politik und Gesellschaft beantwortet der Verband alle Fragen etwa zur Marktentwicklung, Spielekultur und Medienkompetenz.

game.de

Auf der Bühne









12.30 Mittagessen

TRAINING & PERFORMANCE



13.30



Messehaus M5

Moderation | Daniel Luther, Projektleiter eSport, ESB Marketing Netzwerk

eSport im Fokus der Sportwissenschaft

eSport ist kein Sport – zu diesem Schluss kam der DOSB nach einem Gutachten, da die körperlichen Anforderungen nicht hoch genug seien. Jedoch ist eSport weit mehr als nur der organisierte Wettkampf via Computerspiele. Welche Erkenntnisse konnten über das Anforderungsprofil von eSportlern gewonnen werden? Was können eSport-Profis aus der Trainingswissenschaft lernen? Lassen sich bereits Handlungsmodule ableiten? **Dr. Christopher Grieben,** Wissenschaftl. Mitarbeiter, Deutsche Sporthochschule Köln

GamerzClass: Learn from the Pros and become an eSports-Hero

The idea is simple, yet effective. GamerzClass offers Gaming-Enthusiasts access to the insights of the world's best players through online-classes. For that purpose, they have partnered with the world's best eSports athletes and produce high-level content. **Victor Folmann**, CEO, GamerzClass

Auf der Bühne





MARKEN- UND VEREINSAKTIVIERUNG



14.00



Messehaus M5

Moderation | Daniel Luther, Projektleiter eSport, ESB Marketing Netzwerk

Die Zielgruppe der Zukunft: Darum sollten Marken die E-Sportfans verstehen Die Anzahl an Sponsoren im E-Sport wächst stetig. Aber wissen die Markenverantwortlichen wie die authentisch mit den E-Sportfans agieren müssen? Wie unterscheiden

lichen, wie sie authentisch mit den E-Sportfans agieren müssen? Wie unterscheiden sich etwa die Anhänger bestimmter Spieletitel untereinander und im Vergleich zum traditionellen Sport? Nielsen Fan Insights bietet exklusive Einblicke in das Verhalten dieser spannenden Zielgruppe der Zukunft.

Michael Heina, Head of Esports Europe, Nielsen Sports Timo Krüger, Sales Consultant Esports, Nielsen Sports

Marketingkommunikation im Twitch-Zeitalter

Erfolgsfaktoren und Best Practice Cases im Kontext von Gaming und eSports. **Lucas Petermeier,** Managing Partner, FUSE – Omnicom Media Group Germany

Porsche - Marken-Mehrwert im eSports

Porsche baut sein Engagement und seine Markenpräsenz in der eSports Racing Welt kontinuierlich aus. Seit 2019 können eSports Racer im Rahmen eines internationalen virtuellen Markenpokals Teil der Porsche Motorsport-Familie werden. Welche weiteren Maßnahmen betreibt Porsche, um zu einer nachhaltigen endemischen Marke im eSports zu werden und welche langfristigen Ziele werden damit verfolgt? Wie ermöglicht Porsche seinen Markenpartnern und Sponsoren einen Zugang zur eSports-Zielgruppe? Sebastian Hornung, Leiter Branded Entertainment, Porsche AG

bfv-esports.de: Mit der Konsole in die Kabine

BFV goes eSports! Der Bayerische Fußball-Verband hat das Potenzial des eSports erkannt. Mit einer Online-Plattform, neuen Turnier- und Contentformaten nutzt der BFV FIFA zur Aktivierung seiner Vereine und Mitglieder. Was steckt hinter der Strategie? **Roland Mehltretter,** Leitung Digitalmarketing, BFV Service



Presented by:

Als weltweit führendes Forschungs- und Beratungsunternehmen der Sport- und Entertainmentbranche analysiert Nielsen Sports seit mehr als 30 Jahren Markt- und Mediadaten und verknüpfen sie mit Nielsen-Insights zu regionalen und globalen Konsumententrends. Zur optimalen Nutzung dieser einzigartigen Datenvielfalt investiert Nielsen Sports kontinuierlich in neue Methoden und Technologien. Auf dieser Basis bieten sie weltweit bereits mehr als 1700 führenden Marken, Rechtehaltern und Medienunternehmen eine verlässliche Entscheidungshilfe und konkrete Handlungsempfehlungen für komplexe Fragestellungen.

nielsensports.com/de

Auf der Bühne

FUSE





KAMPF DER MEDIEN-PLATTFORMEN



15.45



Messehaus M5

Moderation | Daniel Luther, Projektleiter eSport, ESB Marketing Netzwerk

ProSiebenSat.1 Sports - Aufbau eines eSports-Ökosystems

eSports ist das am stärksten wachsende Segment im Bereich Entertainment & Sports. CS:GO im Free-TV, ran eSports, Virtual Bundesliga und vor allem die Einbindung authentischer eSport-Influencer runden den Ansatz des Medienkonzerns in diesem Bereich ab. Wie konnte ProSiebenSat.1 Sports in den letzten Jahren als traditionelles Medienunternehmen erfolgreich ein eSports-Ökosystem aufbauen? Welche Strategie verfolgt ProSiebenSat.1 Sports mit dem Ausbau der Plattform esport.com?

Henrik Nyhuis, Head of ran eSport, ProSiebenSat.1 Sports

Livestream-Experiment: Minderjähriger will Counter-Strike-Profi werden.

Seit mehr als zwei Jahren sind der 34-jährige Andreas und sein Sohn mit dem Pseudonym "Kung Fu AJ" auf Twitch aktiv. In der Regel schauen 200 Zuschauer zu, wenn sie gemeinsam CS:GO spielen. AJ, dessen Alter deutlich unter der USK 16 liegt, hat einen großen Traum: Er möchte Profi-Esportler werden. Sein Vater unterstützt ihn, schaffte ein neues Entertainment-Format und wird dabei von einem Lehrer, der ehemaliger CS:-GO-Spieler ist, unterstützt.

Andreas und AJ, Vater und Sohn - Twitch-Streamer

Auf der Bühne



INTERNATIONALER eSPORT



16.45



Messehaus M5

Moderation | Daniel Luther, Projektleiter eSport, ESB Marketing Netzwerk

Monetize eSports success with own apparel and merchandise-lines

Fnatic is not only one of the most decorated esports organization of the world, but also known for being the industry leader in terms of understanding the culture and needs of eSports fans. Learnings and secrets of eSports-merchandise?

Raphael Rau, Business Development Executive, Fnatic

City Masters - eSport-Breitensport in Deutschland

In der DNA des eSports existieren keine Ländergrenzen. Gibt es dennoch Bedarf an regionalen Events? Mit den City Masters hat MateCrate ein neues Format geschaffen, bei dem Spieler ihre Städte repräsentieren können. Rund 20.000 Teilnehmer aus 6 Städten haben sich an der zweiten Saison der Turnierserie beteiligt, nachdem das Unternehmen im Mai ein Investment von über 1.4 Millionen Euro eingesammelt hat. Leadinvestor war der Olympia Verlag aus Nürnberg, besser bekannt als Kicker.de. Jedoch veranstalten immer mehr Publisher ihre eigenen Turniere und Ligen, wie geht es zukünftig mit dem Breitensport in Deutschland weiter?

Sebastian Kuch, Founder & CEO, MateCrate

Auf der Bühne





eSPORT-RUNDGANG | DREAMHACK



18.00



START | Messehaus M5

Flimmernde Bildschirme, packende Events und eine ausgelassene Stimmung. Vom 24. bis 26. Januar 2020 wird die DreamHack Leipzig erneut zum Mekka für die Gaming-Community. Neben bereits etablierten Bestandteilen wie Deutschlands größter LAN-Party mit bis zu 2.000 TeilnehmerInnen, der von aufstrebenden Influencern bespielten StreamArea, dem kreativen Cosplay Contest sowie der DCMM gibt es im kommenden Jahr ein besonders großes Angebot an professionellen eSport-Turnieren. Highlight ist hier die prestigeträchtige Turnierreihe DreamLeague mit Dota 2, welche in ihrer 13. Season auf dem Gaming-Festival zum ersten Mal Halt macht.









MEDIEN PARTNER



ANSPRECHPARTNER

Kontakt

ESB Marketing Netzwerk Brunneggstr. 9, Postfach 519 9001 St.Gallen, Schweiz Tel. +41 71 223 78 82 esb-online.com

AnsprechpartnerDaniel Luther

Daniel Luther Luther@esb-online.com

Bildrechte:

© Gabriele Grießenböck, © Leipziger Messe GmbH: Tom Schulze

VERANSTALTUNGSORT

Leipziger Messe

Congress Center Leipzig Messe-Allee 1 04356 Leipzig