

Markenstrategien und Motorsport im Fokus

München, 14. Oktober. Bei **SPORT MARKE MEDIEN**, dem Gipfeltreffen des Sportbusiness am **30. November und 01. Dezember 2026** in München, treffen sich Entscheider aus Sport, Wirtschaft und Medien. Diskutiert wird über die Zukunft des Sportökosystems und wie diese aktiv gestaltet werden kann. Der Bedeutung des Sports als Marketingplattform für Sponsoren und Ausrüster wird in diesem Jahr ein besonderer Schwerpunkt gewidmet. Mit dem **ADAC Motorsport Forum** bleibt der Motorsport auch im dritten Jahr ein zentrales Element der Konferenz.

Sport als Bühne für Marken

Marken wie **POLESTAR**, **KFC**, **BRACK**, **MARC O'POLO**, **SCHÖFFEL**, **CONTINENTAL**, **BLACKROLL** und **STIHL** zeigen, wie Sportpartnerschaften gezielt als Plattform für strategische Markenführung und glaubwürdige Erlebnisse für Fans und Kunden genutzt werden. Von der Aktivierung des Sponsorings über Content, Community und Vertrieb bis hin zur Entwicklung eigener Sportformate. Die **S20 – The Sponsors' Voice** präsentiert «Sponsoring Next Level» mit **ALLIANZ**, **ADIDAS** und **COCA-COLA**.

ADAC verlängert Partnerschaft für das Motorsport Forum

Präsentiert vom **ADAC**, Deutschlands größtem Automobilclub und Veranstalter im Motorsport, wird dem Motorsport auch im dritten Jahr ein eigenes Forum gewidmet. **Motorsport Network** begleitet das Forum mit seinen Motorsportmedien wieder als Medienpartner. Führende Köpfe diskutieren Trends, Innovationen, Transformation und Kommerzialisierung im Motorsport. Im Fokus stehen in diesem Jahr starke Partnerschaften, Markenstrategien und Zukunftsperspektiven. **Arne Dirks**, CMO **WRC** Promoter stellt gemeinsam mit **Daniel T. Roy**, CEO der **Tempus Arte Group** die Partnerschaft der Uhrenmarke **STOWA** mit der **World Rallye Championship** vor. **Chiara Wempe**, Kommanditistin bei **WEMPE** erklärt die Markenstrategie des Juweliers im Motorsport und **REVOLUT** Head of Growth **Wiktor Stopa** gibt Einblicke in das **Formel 1-Engagement** bei **Audi**.

Diskutiert wird zudem das neue Positionspapier des **DMSB** zu Motorsport als Wirtschaftsfaktor und Zukunftsperspektiven für den Standort Deutschland. Inhalt darin sind klare Forderungen an die Politik: von einer stärkeren Anerkennung des Motorsports in der Spitzensportförderung über bessere Rahmenbedingungen für Rennstrecken und Großveranstaltungen bis hin zur Förderung von Nachwuchs, Ehrenamt und Innovation. Wie stark Tradition und wirtschaftliche Relevanz im deutschen Motorsport verankert sind, zeigt auch die Kooperation vom **Nürburgring** mit CEO **Christian Stephani** und **BMW M** CEO **Franciscus van Meel** anlässlich des 100-jährigen Jubiläums des **Nürburgrings**. Mit **OPEL** und **GENESIS** feiern zudem gleich mehrere Hersteller ihr Comeback bzw. ihre Premiere im Motorsport und auf der Bühne von **SPORT MARKE MEDIEN**.

„Die starken Partnerschaften mit den wichtigsten Wirtschaftsunternehmen im Sportbusiness sowie mit **S20 – The Sponsors' Voice e.V.** machen **SPORT MARKE MEDIEN** so interessant und relevant für Entscheider aus Sport, Wirtschaft und Medien. Mit **Best Cases**, **Keynotes** und **Diskussionsrunden** bietet der Branchengipfel eine ideale Plattform für **Networking**, **Wissenstransfer** und neue Kooperationen. Dass wir das **Motorsport Forum** in Partnerschaft mit dem **ADAC** nun bereits zum dritten Mal durchführen, ist ein Zeichen, dass es in der Motorsport-Community etabliert und angenommen ist. Es bringt die Entscheider im Motorsport zusammen, ermöglicht Austausch und öffnet neue Perspektive“, sagt **Florian Kurz**, Verwaltungsrat des Veranstalters **ESB Marketing Netzwerk**.

Mit **ESN** als neuem Presenter der **Coffe Bar** konnte zudem eine weitere Markenpartnerschaft initiiert werden. **THE TEAM** begleitet **SPORT MARKE MEDIEN** auch in diesem Jahr wieder als **Presenting Partner**.

Über das ESB Marketing Netzwerk

Die ESB betreibt mit über 680 Partnern die führende Business-Plattform für die Sport-, Entertainment- und Marketingbranche im DACH-Markt und bietet ihren Partnern Know-how, Kontakte und Kommunikation. Mit zahlreichen B2B-Events und Medienformaten schafft die ESB in den Bereichen Sport, Marketing, Event und Tourismus branchenrelevante Marktplätze – sowohl live als auch digital.

Weitere Informationen und Anmeldung: www.sportmarkemedien.com

Pressekontakt:

Tobias Graf
graf@esb-online.com