

Zwischen Tradition und globalem Wachstum: Der Fußball stellt die Weichen für die Zukunft

München, 27. Oktober 2026. Internationale Vermarktung, neue Geschäftsmodelle und künstliche Intelligenz: Bei SPORT MARKE MEDIEN, dem Gipfeltreffen im Sportbusiness, wird am 30. November und 01. Dezember 2026 über Zukunftsperspektiven im Fußball diskutiert. Mit dabei im „House of Sports“ im Werksviertel München sind unter anderem UEFA-Topmanager Guy-Laurent Epstein, Karl-Heinz Rummenigge und Peer Naubert (DFL).

Der Fußball steht vor einem grundlegenden Balanceakt: Internationale Märkte und neue Erlösmodelle bieten Wachstumspotenzial, zugleich steigen die Anforderungen an wirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit und die Bindung der Fans. Wie sich Tradition und unternehmerischer Aufbruch verbinden lassen, ist dieses Jahr ein zentrales Thema bei SPORT MARKE MEDIEN in München. Führende Vertreterinnen und Vertreter aus Verbänden, Ligen und Clubs diskutieren die Perspektiven des Fußballgeschäfts.

Zwischen globaler Vermarktung und wirtschaftlichem Wettbewerb

Mit der gemeinsamen Vermarktungsgesellschaft UC3 bündeln UEFA und European Club Association (ECA) die Vermarktung der europäischen Clubwettbewerbe der Männer und Frauen. Im Gespräch „Das UEFA Clubfußball Playbook“ mit Sports & Media Advisor Carsten Schmidt beleuchtet Guy-Laurent Epstein, Executive Director of Marketing der UEFA, die Folgen dieser Struktur für Medienpartner und Sponsoren sowie das Spannungsfeld zwischen kommerziellen Interessen, den Werten der UEFA und den Erwartungen der Fans.

Auch der deutsche Fußball muss seine Position im internationalen Wettbewerb behaupten. Karl-Heinz Rummenigge, langjähriger CEO des FC Bayern München und seit 2023 Mitglied des Aufsichtsrats, diskutiert ebenfalls mit Carsten Schmidt über die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, neue Erlösquellen und die Grenzen des Wachstums.

Die Bundesliga und ihre Clubs auf internationalem Kurs

Globale Reichweite allein garantiert noch keine nachhaltige Relevanz. Peer Naubert, Chief Commercial Officer der Bundesliga, spricht darüber, welche Bedeutung lokale Partnerschaften, veränderte Mediennutzung und maßgeschneiderte Inhalte für die internationale Entwicklung der Liga haben.

Dass sich neue Märkte auch mit kreativen Ansätzen erschließen lassen, demonstriert Hannover 96 Geschäftsführer Henning Bindzus. Neben der Kooperation mit dem japanischen FC Mito HollyHock setzt der Verein gemeinsam mit EPOCH auf eine eigene Trading-Karten-Kollektion für Japan. Der Ansatz verbindet internationalen Markenaufbau mit neuen kommerziellen Perspektiven.

Tradition als Fundament für den Aufbruch

Nicht nur international, auch innerhalb der Clubs verändern sich Geschäftsmodelle und Strukturen. Der TSV 1860 München setzt auf neue Wege, um seine über 165-jährige Geschichte mit unternehmerischer Dynamik zu verbinden. Unter dem Titel „Start-up TSV München von 1860 - Tradition trifft Aufbruch“ sprechen Präsident Gernot Mang und Tamara Pagel, CEO des neuen Hauptsponsors Dialog Versicherung, über Crowdfunding, starke Partnerschaften und die aktive Rolle von Fans und Mitgliedern.

Die diesjährigen Panels und Diskussionsrunden zum Thema Fußball bei SPORT MARKE MEDIEN zeigen, wie eng wirtschaftliche Entwicklung, internationale Positionierung und die Identität des Sports miteinander verwoben sind.

Mit Eintracht Frankfurt, Schalke 04, 1. FC Nürnberg, VfL Bochum, HSV, Club Brügge uvm. werden auch in diesem Jahr wieder zahlreiche Klubvertreter in München vor Ort sein. Ebenfalls wird in diesem Jahr die aktuelle Beliebtheitsstudie von SLC zur Fußball Bundesliga präsentiert.

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:

ESB Marketing Netzwerk AG

Tobias Graf

graf@esb-online.com