

Press release**WHU - Otto Beisheim School of Management****Nicolas Vogt**

10/31/2023

<http://idw-online.de/en/news823123>Miscellaneous scientific news/publications, Research results
Economics / business administration, Social studies, Sport science
transregional, national**Das Metaverse wird die Geschäftsmodelle von Profi-Fußballclubs signifikant verändern**

Das Metaverse und die ihm zugrunde liegenden Technologien verändern unser Leben und machen auch vor dem Profi-Fußball nicht Halt. Im Rahmen einer Zukunftsstudie der WHU – Otto Beisheim School of Management geben 103 ausgewiesene Branchenexperten erstmalig einen Ausblick darauf, wie die Blockchain, Künstliche Intelligenz und immersive Technologien den Profi-Fußball und dessen Geschäftsmodelle bis 2030 verändern könnten.

Aktive Mitbestimmungsrechte, digitale Trikots und Sitzplätze in virtuellen Fußball-Stadien – das Metaverse und die ihm zugrunde liegenden Technologien bieten eine Vielzahl von Anwendungsmöglichkeiten, die zukünftig durch Profi-Fußballclubs kommerziell erschlossen und deren Geschäftsmodelle dementsprechend signifikant verändern werden. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Zukunftstudie der WHU unter der Leitung von Prof. Dr. Sascha L. Schmidt. Anders als bei umfragebasierten Studien diskutieren bei einer Delphi-Studie ausgewählte Branchenexperten über – hier 12 – vorformulierte Zukunftsprojektionen und beurteilen dabei sowohl deren Eintrittswahrscheinlichkeit, wie wünschbar der Eintritt besagter Projektion wäre und welche Auswirkungen damit einhergehen könnten.

Das Metaverse bietet zahlreiche Anwendungsmöglichkeiten, doch in vielen Fällen werden diese noch nicht in der Praxis angenommen. Selbst ausgewiesene Experten – darunter Manager namhafter Fußballclubs, Funktionäre von Fußballligen und -verbänden, sowie Vertreter von Sendeanstalten und Digitalagenturen – kommen daher oft noch zu unterschiedlichen Einschätzungen. Einigkeit besteht hingegen darüber, dass immersive Hardware wie Augmented Reality Headsets oder Virtual Reality (VR) Equipment zukünftig immer stärker in das Unterhaltungsangebot von Fußballclubs integriert werden wird (Eintrittswahrscheinlichkeit 76%). So sollen Fans mit Hilfe von VR-Brillen zukünftig z. B. auch Fußballspiele live im virtuellen Stadion erleben können, ohne ihr Zuhause verlassen zu müssen. Außerdem gehen die Experten mit hoher Wahrscheinlichkeit davon aus, dass Profi-Fußballclubs ihre Marketingkosten bis 2030 signifikant senken können, weil sie immer stärker auf maßgeschneiderte, KI-gestützte Werbeangebote im Metaverse zurückgreifen werden (75%). Auch die Interaktion zwischen Club und Fans soll sich durch den Einsatz von Web3-Anwendungen signifikant verbessern (72%). Denkbar ist hierbei zum Beispiel, dass Fußball-Fans zukünftig vermehrt virtuelle Fan-Tokens kaufen. Über diese könnten sie in der Folge exklusive Zugangsrechte, bevorzugte Behandlung beim Kauf von (VIP-)Tickets oder sogar signifikante Partizipationsrechte eingeräumt bekommen, und damit Entscheidungen ihres Clubs maßgeblich beeinflussen.

Schließlich halten es die Experten für möglich, dass Profi-Fußballclubs in der nahen Zukunft die Stelle eines „Head of Metaverse“ schaffen (68%) oder bereits mehr als fünf Prozent ihres Umsatzes durch virtuelle Waren und Dienstleistungen generieren werden (60%). Andere Projektionen, darunter der mögliche Einsatz sogenannter Smart Contracts im Rahmen des Kadermanagements (51%), erscheinen den Experten als vergleichsweise unwahrscheinlich.

Informationen zur Studie

Die Studie „AI, Blockchain, and Immersive Technologies – Metaversal Business Models Of Professional Football Clubs in 2030“ wurde von Prof. Dr. Sascha L. Schmidt (WHU), Prof. Dr. Heiko A. von der Gracht (Steinbeis School of International Business and Entrepreneurship; SIBE), Dr. Daniel Beiderbeck (WHU) und Gerrit Heidemann (WHU) durchgeführt. Im Rahmen der Delphi-Studie baten die Autoren 103 ausgewählte Branchenexperten aus 11 Ländern um ihre Einschätzung zur Eintrittswahrscheinlichkeit, Wünschbarkeit und dem möglichen Einfluss von 12 vorformulierten Zukunftsprojektionen. Ziel der Untersuchung war die Erforschung des Einflusses des Metaverse und der diesem zugrunde liegenden Technologien auf die Geschäftsmodelle von Profi-Fußballclubs im Jahr 2030.

Über das Center for Sports and Management (CSM)

Als akademischer Partner für Führungskräfte im Sportbusiness zielt das WHU-Center for Sports and Management darauf ab, die Zukunft des Sports positiv zu beeinflussen, indem es Menschen inspiriert, fördert und verbindet. Die Aktivitäten in Forschung und Lehre konzentrieren sich auf Zukunftsfähigkeit und Diversifizierungsstrategien von Unternehmen, den Einfluss von Technologien auf den Sport sowie die Stadionökonomie. Zusätzlich untersuchen Forschende des CSMs Trends und Zukunftsszenarien in unterschiedlichen technologischen und sozialen Kontexten. Starke Partnerschaften, unter anderem mit führenden Sportvereinen, Ligen und Verbänden, sind die Basis der Aktivitäten.

contact for scientific information:

<https://www.whu.edu/de/fakultaet/entrepreneurship-and-innovation-group/sports-and-management/> Weitere Informationen können Sie über das Center for Sports and Management der WHU erhalten.

Original publication:

- Schmidt, S. L./von der Gracht, H. A./Beiderbeck, D./Heidemann, G. (2023): AI, Blockchain, and immersive technologies - Metaversal business models of professional football clubs in 2030. Center for Sports and Management (CSM), Düsseldorf/Vallendar.

URL for press release: https://cdn.whu.edu/fileadmin/Faculty/Centers/Center_for_Sports_and_Management/Publications/CSM_Research_Report_-_AI_Blockchain_and_Immersive_Technologies.pdf Laden Sie die vollständige Studie hier herunter.



Das Metaverse und seine zugrundeliegenden Technologien werden teilweise große Auswirkungen auf die Geschäftsmodelle von Profi-Fußballclubs haben.