



<https://biz.ii/40ys>

WIE HÄNGEN SPORT UND NFT-TOKEN ZUSAMMEN?

Veröffentlicht am 20.10.2021 um 12:17 von Redaktion LeineBlitz

Die gesamte Sportbranche ist an die Fanbewegung

gebunden. Vertreter von Sportligen haben längst gelernt, ihre Fans zu monetarisieren, suchen aber ständig nach neuen Wegen. Das wachsende Interesse an NFT-Token kann zu einer neuen Einnahmequelle für Sportmannschaften und Wettbewerbe werden..

Das Sammeln, das seit Generationen so eng mit dem Sport verbunden ist, hat den digitalen Sprung geschafft. Das Bindeglied zwischen den beiden Welten hat drei Buchstaben: NFT, der Name dieser digitalen Vermögenswerte, die durch ein physisches oder virtuelles Objekt (eine Karte, ein Abspiel) gesichert sind und Millionen von Dollar bewegen. NFTs (ein Akronym für non-fungible token oder cryptographic token) sind digitale Vermögenswerte, die durch die Blockchain-Technologie authentifiziert werden und aus einer unveränderlichen Aufzeichnung einzigartiger digitaler Inhalte bestehen, die nicht kopiert werden können, ohne ihre Authentizität zu verlieren, und die überprüfbar sind. Es handelt sich um dieselbe Technologie, die auch Kryptowährungen wie Bitcoin unterstützt und das [Bitcoin kaufen auf Paybis](#) leicht gemacht hat. Der NFT-Hype ist in vollem Gange und der Profisport hat sich dem Trend angeschlossen. Ligen, Mannschaften und Sportler auf der ganzen Welt verkaufen NFTs. Solange Menschen NFTs kaufen, werden Teams und Spieler sie weiterhin herstellen und verkaufen.

Interesse der Sportindustrie an NFT-Token

Nicht-fungible Token explodierten im Jahr 2021. Während die Kunstwelt für Schlagzeilen sorgt, ist der Verkauf von NFTs im Zusammenhang mit dem Profisport auf dem Vormarsch. Von der NBA über die NFL bis hin zu weltweiten Fußball-Ligen, nimmt auch die breite Sportwelt diesen wachsenden Trend zur Kenntnis. Ligen wie die NBA, europäische Fußballvereine wie Real Madrid, Paris Saint-Germain, Bayern München oder Juventus sind bereits als Investoren, Förderer oder Kunden von Technologieunternehmen an diesem neuen Trend beteiligt. Für Vereine ist diese Technologie eine neue Einnahmequelle. Sie ist ein weiterer Vorteil, den sie als Vereine haben. Diese NFTs können zum Beispiel den altmodischen Sammelkarten ähneln, allerdings in einer Version mit Blockchain-Technologie. Es handelt sich um digital animierte Sammlerstücke mit Bildern der Spieler und einem persönlichen Videointerview. Wenn die Vereine nun von Panini einen Betrag für die Aufkleberlizenz verlangen, es aber statt Hunderttausenden nur einen oder ein paar wenige gibt, ist das Exklusivität auf digitaler Ebene. Für die Vereine ist das eine große Chance. Sie können nachvollziehen, was mit jeder Karte passiert, sie erhalten einen Betrag für jede Transaktion und es ist eine neue Einnahmequelle. Zudem ermöglicht diese neue Technologie es ihnen, ihre Marke auf neue Märkte zu bringen.

Sportler, die NFTs bereits besitzen

Athleten investieren nicht nur in bestehende NFT- und Blockchain-Unternehmen, sondern gründen auch ihre eigenen NFT-Plattformen. Zusätzlich zu den digitalen Kunstwerken können Käufer von NFT, je nach gekauftem [NFT](#), auch physische Kunstwerke, signierte Erinnerungsstücke und/oder virtuelle Treffen mit den Sportlern erhalten. Ikonischen Figuren reißen sich in eine wachsende Liste von Sportlern ein, die in den NFT-Bereich eingestiegen. Wir zählen Ihnen jetzt einige von diesen Sportlern auf. **Chabib Nurmagomedow**

Der russische MMA Kämpfer Khabib Nurmagomedov hat drei einzigartige NFT-Sammlerstücke für Liebhaber von digitalen Sammlerstücken auf den Markt gebracht. Es werden drei limitierte Serien von Karten angeboten: Gold, Platin und Diamant. Die Diamond-Karte wird nur einmal ausgegeben und ist absolut einzigartig. Bei den Karten handelt es sich um Sammelkarten, die zum Gedenken an das Ende der Profikarriere des Kämpfers herausgegeben werden. Khabib hat eine

Erfolgsserie von 29 aufeinanderfolgenden Siegen ohne Niederlage vorzuweisen. Er präsentierte sein NFT einer großen Zahl von Fans aus der ganzen Welt.**David Beckham**

Einer der bekanntesten Fußballspieler aller Zeiten führt die Liste der teuersten Sport-NFTs an: David Beckhams digitale Rare Player Card aus der Saison 2012/13 schlägt mit fast einer halben Million Dollar zu Buche. Auf dieser ist er abgebildet, wie er in seiner letzten Saison für Paris Saint-Germain spielt. Es wurden über 100 digitale Sammelkarten für Beckham auf der Blockchain hergestellt. **Michael Jordan**

Der ehemalige NBA-Spieler und Star Michael Jordan ist der neueste Name, der sich dem Boom der nicht fungiblen Token (NFT) anschließt, zumindest als Investor. Zusammen mit anderen NBA-Stars ist Jordan einer derjenigen, die sich an einer neuen Investitionsrunde in Dapper Labs beteiligt haben. Dapper Labs ist ein auf Spiele und Blockchain spezialisiertes Unternehmen, das NBA Top Shot entwickelt hat. Top Shot gehört zu dem ersten großen Erfolg im NFT-Segment. NBA Top Shot ist eine US-Basketball-Liga-Plattform, die exklusive Videos von Spielzügen im NFT-Format vermarktet. Allein im Juli verkaufte die Plattform 146 Millionen Dollar in nicht-fungiblen Token. Im August sprang der Wert laut dem Aggregator CryptoSlam bereits auf mehr als 208 Millionen Dollar. Die Preise für die einzelnen Videos variieren, wobei die seltensten Exemplare sogar über 100.000 Dollar kosten.**Diego Costa**

Polaris, das Unternehmen, das die Rechte an einigen der besten Fußballspieler der Welt verwaltet (einer davon ist Cristiano Ronaldo), hat heute die Einführung von 10 NFTs angekündigt, die mit 10 Fußballstars verbunden sind. Eine davon ist von Diego Costa. Der spanische Nationalspieler ist der Meinung, dass in einer Zeit, in der die Fussballer nicht in der Lage waren, mit ihren Fans zu interagieren und ihnen ein umfassendes Stadionerlebnis zu bieten, sind die NFTs zu einer kreativen neuen Möglichkeit geworden, das Fanerlebnis lebendig zu halten. Als marktfähiges Sammlerstück hofft er, dass die Fußballfans den Wert dieser Sammlung zu schätzen wissen.**Pepe**

Der portugiesische Nationalspieler und Ex-Fußballer von Real Madrid, hat auch seinen eigenen NFT. Das Design des NFT besteht aus maßgeschneiderten Animationen von Pepe, die das Sammlerstück durch sechs thematische Video-Elemente bilden, einschließlich der personalisierten Präsentation, seiner Schuhe und der Geschichte seiner Spielerkarriere.

Wie die Zukunft von Sport und NFT aussehen wird

Bei nicht-fungiblen Token ist jedes Stück, jedes Werk, jede digitale Karte einzigartig, es hat ein Siegel, einen Code, der sich unter anderem dadurch auszeichnet, dass er nicht geteilt werden kann. Das macht den NFT so einzigartig und wertvoll. Laut Zahlen von Statista und Fortune erreichte der Umsatz der gesamten NFT-Branche in all ihren Kategorien (Kunst, Spiele, Sport und andere) zwischen 2018, 2019 und 2020 einen Umsatz von etwa 15,8 MDD, wobei allein der Umsatz mit Sportthemen Ende 2020 und 2021 fast 600 MDD erreicht. Laut den Prognosen von CNN Money und Financial Times wird die Sportindustrie im Jahr 2021 einen Umsatz von mehr als 1.500 MDD überschreiten. Allein im ersten Quartal des Jahres hat NFT laut [CNBC](#) einen Umsatz von 2.000 MDD erzielt. Gemessen an diesen utopischen Zahlen, sieht die Zukunft von Sport und NFT, mehr als vielversprechend aus.