

SPORT.FORUM. SCHWEIZ

- FANMARKETING
- INNOVATIONEN
- MEDIENDIALOG
- TOURISMUS
- SPORTMEDIEN



Photo: Gary Perkin / Scott-Odlo Teamshooting 2015

DIE GESAMTE POWER FÜR IHR BUSINESS.

Fördern Sie sportliche Aktivitäten ganz einfach - mit unseren Geschenkkarten.

Ihre Vorteile:

- Spezial-Konditionen ab CHF 5'000.-
- Versand innerhalb von 10 Tagen
- Einlösbar in über 85 OCHSNER SPORT Filialen.

Weitere Informationen erhalten Sie unter: b2b@ochsnersport.ch



DAS OPTIMALE GESCHENK FÜR IHRE KUNDEN UND MITARBEITER.

OCHSNER SPORT

Dein Ziel ist unser Ziel.

SPORT.FORUM.SCHWEIZ



21. SPORT.FORUM.SCHWEIZ

Das SPORT.FORUM.SCHWEIZ ist die jährliche Standortbestimmung für das Schweizer Sportmarketing und Sponsoring, sprich „Marketing mit Sport“ aus Wirtschaftssicht. Die globalen – nicht immer positiven – Schlagzeilen lieferte vornehmlich der Fussball und da nicht zuletzt die FIFA. Reiner Calmund wird am SPORT.FORUM.SCHWEIZ seine Sicht auf FIFA-Präsidentschaft, Transfer-Erlöse und TV-Verträge darlegen und sicherlich für Diskussionsstoff sorgen. Wie ein roter Faden zieht sich das Thema „Digitalisierung“ durch die zweitägige Veranstaltung. Alle Sponsorings und fast jede Sportart streben nach digitalen Lösungen: Wie kann man durch Sponsoring (Online-)Umsatz schaffen? Wie schafft MTB-Weltmeister Nino Schurter es, eine Fangemeinde von über 180'000 Facebook-Freunden aufzubauen? Welche Inhalte bietet www.welovefootball.ch seinen Besuchern? Was rät Roland Eitel seinen Klienten Jogi Löw und Jürgen Klinsmann bzgl. Social Media-Kommunikation? BKW, Emmi, Helvetia und Cornèrcard zeigen bei der Breakfast Session ihre Zielsetzungen mit unterschiedlichen Sponsoring-Engagements auf. „Echte Liebe“ verspricht Borussia Dortmund.

Dürfen wir Sie zum 21. SPORT.FORUM.SCHWEIZ erwarten? Wir freuen uns auf Ihre „digitale“ Anmeldung, um Sie dann „live“ begrüßen zu dürfen!

Ihr ESB-Team

ÜBERSICHT

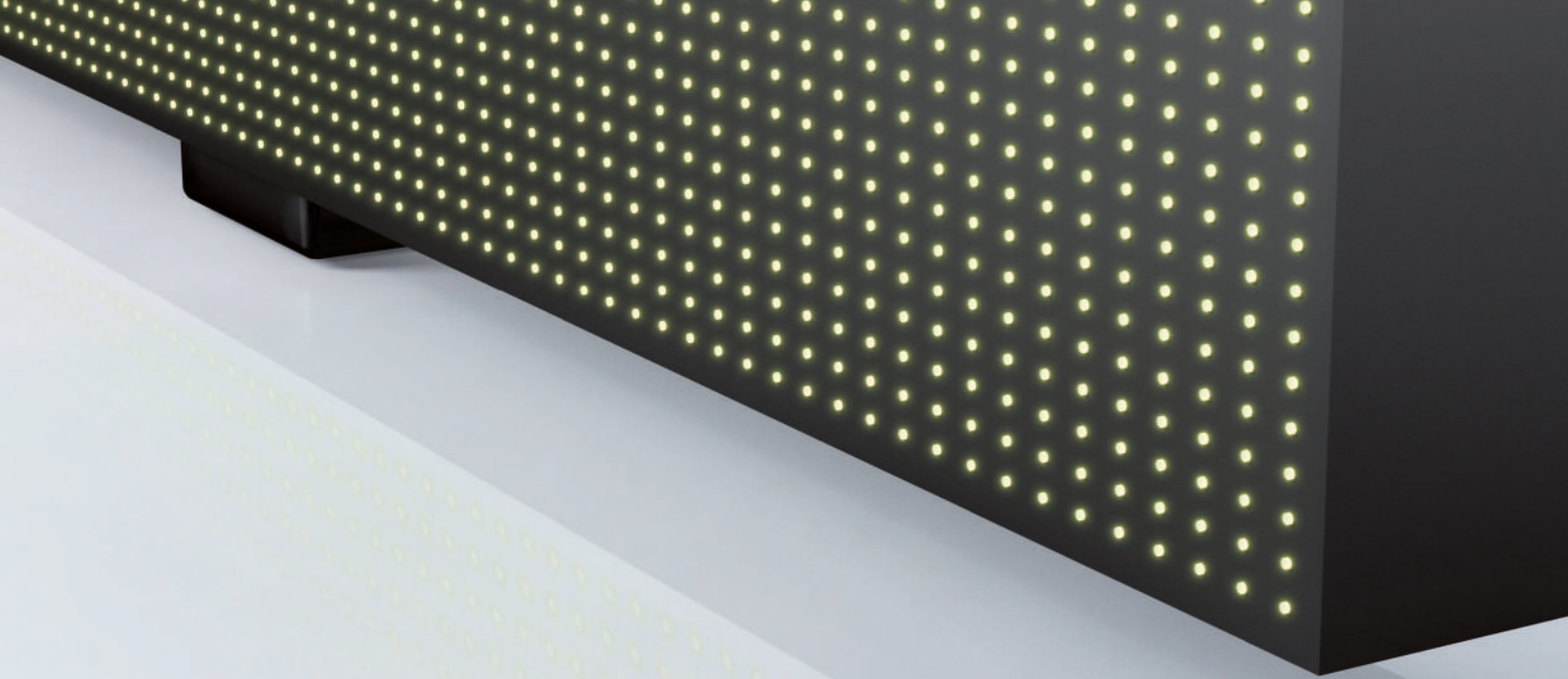
KKL LUZERN

Check-In ab 08:30

Mittwoch, 18.11.2015	8:00	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	
Hauptbühne		█	█	█	█		█	█	█	█			S. 6/7
Business Networking			█										S. 7
Fanmarketing.Forum					█	█							S. 9
Innovationen.Forum					█	█							S. 11
Mediendialog.Forum							█	█					S. 13
Tourismus.Forum								█	█	█			S. 15
Sportmedien.Forum										█	█	█	S. 17
Donnerstag, 19.11.2015													
Frühstück	█												
Breakfast Session		█	█	█	█	█							S. 21

HOTEL SCHWEIZERHOF LUZERN

Mittwoch, 18.11.2015	8:00	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	
Octagon Sports Night												█	S. 19



sportsevision

sportsevision: your partner for led-perimeter systems

- | in-/outdoor rental & sales
- | operating & controlling
- | installation & technics
- | consulting & developing
- | content & media production

sportsevision ag | Kirchstrasse 27 | T +41 71 511 20 20 | info@sportsevision.com
 CH-9400 Rorschach | F +41 71 511 20 21 | www.sportsevision.com

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

Kontakt: Bianca Grünwedel | gruenwedel@esb-online.com | Tel. +41 71 223 78 82 | www.esb-online.com

AUF DER BÜHNE



HAUPTBÜHNE

■ 18. November 2015 // KKL, Luzerner Saal

HAUPTBÜHNE

Moderation

Dr. Patrick Cotting, CEO, CCI COTTING CONSULTING

09:00 Begrüssung

Hans-Willy Brockes, CEO, ESB Marketing Netzwerk

Messbare Umsatzsteigerung durch Sponsoring!

Möglichkeiten und Grenzen der Forschung mit Erfolgsmodellen und aktuellen Fallbeispielen aus der Praxis.

Pascal Schulte, Director Sales Germany & Switzerland, Repucom

Umsatzturbo Sponsoring: Mehr (Online-)Umsatz durch Sportsponsoring?! | Diskussion

Martin Koch, Leiter Sponsoring, Migros-Genossenschafts-Bund

Wolfgang Frick, Geschäftsleiter Marketing und Sortimentsmanagement, SPAR Gruppe

Matthias Schlatter, Marketingleiter, Ochsner Sport

LED-Banden – So werden die technischen Potentiale zum Marketing-Erfolg!

Internationale Beispiele zeigen, wie LED-Banden auf den Marketing-Erfolg einzahlen. Ideen, Konzepte und Ergebnisse für mehr Werbeerfolg!

Matthias Berger, Gründer und Partner, sportsevision

Wie buchbar und „brauchbar“ sind LED-Banden für klassische Werbekampagnen? | Diskussion

Technisch und visuell liegt es auf der Hand, dass moderne LED-Banden insbesondere im Fussball auch in den Mediaplan von Werbekampagnen integriert werden können. In der Realität findet es aber (noch) nicht statt. Wie berechenbar sind Reichweiten und GRP's mit Sportbanden?

Roland Ehrler, Direktor, SWA

Jürg Moosmann, Leiter Werbung & Markenführung, Raiffeisen Schweiz

Matthias Berger, Gründer und Partner, sportsevision

Beat Krebs, CEO, ZenithOptimedia Switzerland

Nicolas Noth, Executive Managing Director, PHD Schweiz

Reiner Calmund: Verrückte Fussballwelt?! | Interview

Gigantische Transfererlöse & TV-Verträge, Fifa-Präsidentschaft und andere Herausforderungen für das Fussball-Business.

Reiner Calmund, Ex-Fussball-Manager, Fussball-Experte und Moderator

11:00 Kaffeepause

11:30 IAM Cycling: Professional cycling team on course for success

IAM is an independent asset management in West-Switzerland. Since 2012 IAM runs its own cycling team and raises attention through their promotion to the UCI World Team Series and first successes. How does IAM benefit from the cycling team? What are the future aspects and strategies for the engagement of IAM in cycling?

Michel Thévoz, CEO, IAM SA and Founder, IAMFUNDS.CH and IAM Cycling

Nino Schurter – auch Social Media-Weltmeister?! | Interview

Mit über 180'000 Facebook-Freunden, über 26'000 Twitter-Followern und zahllosen Youtube-Sehern kommuniziert der vierfache Elite-Weltmeister, Bronze- und Silbermedaillengewinner an den Olympischen Spielen mit seinen Fans. Welche Strategie verfolgt Nino Schurter damit? Welche positiven und negativen Erfahrungen konnte er sammeln? Wie werden Sponsoren wie Cornèrcard, Scott und Honda in die Social Media-Aktivitäten einbezogen?

Nino Schurter, Schweizer Mountainbiker/sechsfacher Weltmeister (4xElite, 2xU23, 1xU19)

Internationale Sport-Events in der Schweiz: Risiken & Chancen | Diskussion

Die Dichte der internationalen Top-Events in der Schweiz ist gross. Wie sehen die Zukunftsperspektiven aus? Was ist durch (einheimische) Sponsoren finanzierbar? Wie viel Show und wie viel „seriösen“ Sport benötigen Zuschauer und Sponsoren? Wird durch „Compliance-Vorbehalte“ die Vermarktung von Hospitality-Angeboten schwerer?

Hugo Wetzel, Präsident & Vorsitzender der Geschäftsleitung, FIS Alpine World Ski Championships St. Moritz 2017

Joris Zahnd, Sales Director, Swiss Indoors Basel

Lukas Troxler, Managing Director a.i., InfrontRingier Sports & Entertainment Switzerland

Markus Pfisterer, Geschäftsführer, Swiss Cycling

13:15 Mittagspause

HAUPTBÜHNE

■ 18. November 2015 // KKL, Luzerner Saal

HAUPTBÜHNE

14:30 Das Investment VOLERO – Weltklasse Volleyball aus Zürich | Interview

Der Unternehmer Dr. Stav Jacobi steht der Volero Zürich AG als Präsident des Verwaltungsrates vor. Wie funktioniert das wirtschaftliche Konzept von Volero Zürich? Kann Volero Zürich auch Vorbild für andere Vereine und Sportarten sein?

Dr. Stav Jacobi, Präsident, Volero Zürich

Schwingen zwischen Sporttradition und modernen Medien | Diskussion

Vom 109. Innerschweizerischen Schwing- und Äplerfest in Seedorf berichtete Tele1 über 12 Stunden live. Weitere Anlässe sind bereits in Planung. Wie wird die umfassende TV-Präsenz geschaffen, ohne dem Schwingfest seinen Charakter zu nehmen? Wie ist die Akzeptanz in der Schwinger-Familie? Wie wird mit Sponsoren und Werbepartnern umgegangen?

Paul Vogel, Obmann, Eidgenössischer Schwingerverband ESV

Andreas Bilger, OK-Präsident, ISAF 2015 Seedorf

Michel Reber, Leiter Marketing Kommunikation, Genossenschaft Migros Luzern

Bruno Hollenweger, Geschäftsführer, Tele1

Adriano Gerussi, Chefredaktor, Tele1

Attraktivitätscheck: Eishockey Schweiz | Diskussion

Wie ist es um die Zukunft im Schweizer Eishockey bestellt? Wie finanzierbar ist der Sportbetrieb? Welche Bedeutung haben Neubauten wie die TISSOT ARENA, TV-Präsenz im Teleclub und neue Investoren- und Sponsoren-Engagements?

Claudia Lässer, Geschäftsleitung, Teleclub Programm

Pascale Berclaz, Marketing Direktorin, EHC Biel Marketing

Marc Lüthi, CEO, SC Bern

Claude Blatter, Senior Sponsoring Manager, Brauerei Feldschlösschen

Bernhard Christen, Head of Marketing, Swiss International Air Lines

16:00 Kaffeepause

16:30 Parallele Foren

TOURISMUS.FORUM

S. 15

SPORTMEDIEN.FORUM

S. 17

BUSINESS NETWORKING

■ 18. November 2015 // KKL, Foyer C

BUSINESS NETWORKING

10:00 Auch in seiner 21. Ausgabe bietet das SPORT.FORUM.SCHWEIZ den Gästen viel Raum für Networking und Erfahrungsaustausch. Erstmals wird es ein „Speednetworking“ geben. 20 Teilnehmer vernetzen sich systematisch innert 30 Minuten.





Immer da, wo Zahlen sind.

50%
auf
Sonntags-
Spiele



Engagiert
für den Schweizer Fussball
und für alle, die Fussball lieben.

Im Breitensport, in der Nachwuchsförderung,
im Behindertensport und als Hauptsponsor der
Raiffeisen Super League. Exklusive Berichte, tolle
Gewinnspiele, Tickets und vieles mehr unter:

welovefootball.ch

RAIFFEISEN

Wir machen den Weg frei

FANMARKETING

18. November 2015 // KKL, Clubraum 3+4

FANMARKETING.FORUM

RAIFFEISEN

Der Fussball ist die beliebteste Sportart der Schweiz. Die Raiffeisen Gruppe ist die führende Schweizer Retailbank und besitzt eine hervorragende regionale und lokale Verankerung. Raiffeisen ist seit der Saison 2012/13 Titelsponsor der Raiffeisen Super League und hat gleichzeitig mit allen Clubs der Liga eine Partnerschaft abgeschlossen. Das Engagement verstärkt die Wahrnehmung von Raiffeisen als dynamische, moderne und leistungsorientierte Bank. Vom Engagement profitieren sollen insbesondere aber auch die Clubs und der Schweizer Fussball. Eines der erklärten Ziele ist es, durch «vollere Stadien» die Attraktivität und Wertigkeit des Fussballs weiter zu steigern.
www.raiffeisen.ch | www.sfl.ch

Moderation

Christian Gartmann, Inhaber, gartmann.biz

11:30 Welche Rechte? Welcher Schutz? Welche Verteidigung?

Sportcontent wird (klassischerweise) entweder eigengenutzt oder lizenziert an Dritte. Welche Konzepte funktionieren wie? Durch Games, Social Media und andere neue Kanäle entsteht aber auch „neuer Content“. Wie lassen sich Rechte bestmöglich schützen und gegen unberechtigte Nutzung Dritter verteidigen? Beispiele aus internationalem Fußball, Handball, Wintersport und Leichtathletik.

Dr. Thomas C. Körber, Partner der Anwaltssozietät Arnecke Sibeth und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz

(Digitale) Rechte für Sponsoren am Beispiel UEFA Champions League und UEFA Europa League

Die beiden führenden europäischen Teamwettbewerbe sind in ihrer Vermarktung häufig Vorreiter. Sponsoren wie Sony, adidas oder Nissan erhalten spezielle Spieltags-Rechte sowie eine klar geregelte Nutzung digitaler Rechte. Des Weiteren sind saisonbezogene Archivmaterialien (Footage) nutzbar. Was ist Status quo und welche Perspektiven ergeben sich in der Zukunft?

Kerstin Lutz, Managing Director Sponsorship, T.E.A.M. MARKETING

Wer hat welche Rechte an welchem Content? – Das Beispiel Raiffeisen Super League

Klassische Medien wie Print, TV und Radio, Internetplattformen der Medien, der Clubs und auch der Sponsoren, sowie zunehmend auch Social Media Kanäle ringen um „Fussball-Content“. Welche Trends sind im Markt zu erkennen und welche Strategie verfolgt die Swiss Football League heute und in der Zukunft?

Roger Müller, Head of Media and Marketing, Swiss Football League (SFL)

Welche Rolle spielt Content in der Sponsoring-Aktivierung – am Beispiel von welovefootball.ch?

Im August 2015 lancierte Raiffeisen eine Plattform, die Entertainment und Information zusammen bringt. Stars der Raiffeisen Super League werden ins Startaxi gesetzt, Comics über Fussball sowie Kinderinterviews zu Fussball-Themen sind gleichberechtigter Content neben dem digitalen Jahrbuch der Raiffeisen Super League. Hat welovefootball.ch eine spannende Nische entdeckt oder erwächst anderen Medien/Rechteinhabern Konkurrenz?

André Stöckli, Leiter Sponsoring, Raiffeisen Schweiz

13:30 Mittagspause

14:30 Parallele Foren

HAUPTBÜHNE

S. 7

MEDIENDIALOG.FORUM

S. 13

TOURISMUS.FORUM

S. 15



CONNECTED
TO FANS

CONNECTED
TO CLIENTS

CONNECTED SOLUTIONS IM SPORT- UND ENTERTAINMENTBUSINESS

Seit mehr als drei Jahrzehnten erheben, analysieren und interpretieren wir Daten über das Sport- und Entertainment-business, die Fans und ihr Verhalten. Unsere individuellen Lösungen basieren auf einem umfassenden Leistungsangebot in den Bereichen Marktforschung, Media-Evaluation und im digitalen Umfeld.

Wir verknüpfen dieses Know-how mit unserer modernsten Technik und agieren weltweit als erster Full-Service-Anbieter für Sponsoringforschung und -beratung.

Auf Basis unserer globalen Datenbank bieten wir Ihnen eine einzigartige Datenvielfalt und strategische Unterstützung – in allen Phasen Ihres individuellen Engagements. Durch vernetzte Lösungen unterstützen wir Sie darin, Ihren Geschäftserfolg nachhaltig zu steigern.

Darum vertrauen uns seit vielen Jahren führende Marken, Rechthehalter, Vermarkter und Medien bei der Beratung ihrer täglichen Herausforderungen. Nutzen Sie uns als externe, unabhängige Referenz.

REPUCOM

WE WATCH
WE LISTEN
WE ADVISE

INNOVATIONEN

18. November 2015 // KKL, Clubraum 5+6

INNOVATIONEN.FORUM



Reflection Marketing ist die führende Agentur für strategische Lösungen und Measurement im Bereich Sponsoring, Events & Messen. Seit 2002 begleitet die Agentur viele wichtige Schweizer Sponsoren sowie Sportverbände und -Veranstalter. Im Bereich «Strategy» überprüft und entwickelt Reflection Marketing Strategien und begleitet Unternehmen bei deren erfolgreichen Implementierung. Im Bereich «Measurement» werden Wertschöpfungsanalysen und massgeschneiderte Controlling-Lösungen zur Prüfung und Stärkung der Umsetzungs- und Wirkungsqualität entwickelt.
www.reflection-marketing.com

Moderation

Pascal Kreder, Managing Director, Reflection Marketing

11:30 Wertschöpfung im Sportsponsoring: der Weg zu objektiven Kennzahlen

Der Erfolg von Sportveranstaltungen wird meist mittels Medienwerten, Befragungen und Eigeneinschätzung bewertet. Mehr Objektivität bietet eine gesamtheitliche Wertschöpfungsanalyse, welche alle Wirkungs- und Erfolgsebenen von Sponsoring-Aktivitäten mitberücksichtigt und in einem Marketing-Gesamtwert umrechnet – inklusive den fürs Sportsponsoring typischen Soft-Faktoren. Wie können Sportveranstalter und Sponsoren die gesamtheitliche Event-Wertschöpfung messen?

David Jäger, Director, Reflection Marketing

Swiss Ice Hockey Federation: Innovatives Verbands-Marketing

Teil 1 | Dank der Software-Technologie von SAP können Eishockeyfans ab dieser Saison alle wichtigen Eishockeystatistiken verfolgen. Davon profitieren auch die Clubs, welche individuelle Auswertungen vornehmen und die Leistungen ihrer Teams damit verbessern können. Und dies ist erst der Anfang der Datenintelligenz im Sportumfeld.

Teil 2 | Nach dem Olympia-Erfolg traten die Eishockeydamen erstmals aus dem Schatten der Männer. Den Boom nutzt Swiss Ice Hockey zur Lancierung eines innovativen Gender-Marketing-Konzeptes. Ein Weg mit Potenzial – auch für andere Sportarten?

Florian Kohler, CEO, Swiss Ice Hockey Federation

Mobilier INDOOR SPORTS: Die intelligente Marketing- und Kommunikationsplattform der Zukunft

Unter dem Label INDOOR SPORTS wird das Beste aus dem Hallensport (Basketball, Handball, Unihockey, Volleyball) unter einem gemeinsamen Marketingdach vereint. Wichtigster Erfolgsfaktor ist ein intelligentes zentrales Kommunikationsmanagement: Diverse Zielgruppen werden permanent 360° über die unterschiedlichsten klassischen und digitalen Kommunikationskanäle mit hochattraktivem Content bedient und mobilisiert. Wie wird so ein System schrittweise aufgebaut? Was können Sportverbände, Veranstalter und Unternehmen aus diesem Case lernen?

Beat Ackermann, Initiator und heutiger Geschäftsführer, Indoor Sports

13:30 Mittagspause

14:30 Parallele Foren

HAUPTBÜHNE	S. 7
MEDIENDIALOG.FORUM	S. 13
TOURISMUS.FORUM	S. 15



TICKETCORNER PRIME.

Live-Entertainment für exklusive Gäste

Ob Kundenevent, Jubiläumsfest oder Mitarbeiteranlass. Mit Ticketcorner PRIME erhalten Sie Zugang zu den besten VIP Packages und Tickets für Shows, Konzerte, Sportanlässe und Openairs in der ganzen Schweiz. Suchen Sie nach einem massgeschneiderten Event mit Live-Entertainment? Dann sind wir Ihr richtiger Ansprechpartner!

Ticketcorner PRIME.
E-Mail: prime@ticketcorner.ch
Tel. +41 (0) 44 818 33 33

ticketcorner.ch
PRIME.

TOURISMUS

18. November 2015 // KKL, Clubraum 3+4



TOURISMUS.FORUM

Ticketcorner ist Schweizer Marktführer und bietet modernste Ticketvertriebslösungen für Veranstaltungen jeder Art. Dazu gehört neben Events im Entertainment, Kultur- und Sport-Bereich auch das Skiticketing-Angebot für 70 Skigebiete. Den Ticketverkauf für über 15'000 Veranstaltungen pro Jahr wickelt das Unternehmen über ein modernes Call Center, ein hochfrequentiertes Internet-Portal und an schweizweit über 1'400 Vorverkaufsstellen ab. Die Ticketcorner AG ist zu 100 Prozent Tochter der Ticketcorner Holding AG, welche zu je 50 Prozent der CTS Eventim AG und der Ringier AG gehört.
www.ticketcorner.ch

Moderation

Pascal Jenny, Kurdirektor, Arosa Tourismus

14:30 Tourismus-Turbo Bundesliga: Heidiland Tourismus und VfL Wolfsburg

Seit 2013 ist das „Heidiland“ offizielle Partnerregion der „Wölfe“. Das „Heidiland“ war damit die erste Schweizer Tourismusdestination, die mit einem deutschen Fussball-Bundesliga-Verein eine Partnerschaft eingegangen ist. Welche Möglichkeiten ergeben sich aus der Kooperation mit dem erfolgreichen Bundesligisten aus Niedersachsen für Heidiland Tourismus? Gibt es auch abseits des Fussballplatzes partnerschaftliche Aktionen?

Björn Caviezel, CEO, Heidiland Tourismus

Swissness als Erlebnis für Laufbegeisterte: Marathon als Tourismusmagnet?

Einmal im Jahr rollt die Tourismusstadt Luzern den roten Teppich mit weissen Kreuzen aus. Viel Swissness macht den „SwissCityMarathon“ zum Erlebnis für Laufbegeisterte aus dem In- und Ausland und rund 50'000 Zuschauer. Welchen Einfluss hatte der Namenswechsel auf den Anteil der ausländischen Läuferinnen und Läufer? Welche Rolle spielt der Erlebnisfaktor?

Reto Schorno, Geschäftsführer, SwissCityMarathon – Lucerne

Sportevents in Tourismusdestinationen am Beispiel PERSKINDOL SWISS EPIC | Talk

Die Schweiz hat seit September 2014 ein neues Mountainbike-Aushängeschild „Perskindol Swiss Epic“ mit rund 400 km Strecke und 15'000 vertikalen Höhenmeter auf Singletrails. Es zieht Profis und ambitionierte Freizeit-Athleten aus aller Welt ins Wallis. Was macht das UCI klassifizierte Bike-Rennen so einzigartig? Wie positioniert sich das Wallis als Bike-Destination? Welche Einbindung findet PERSKINDOL?

Joko Vogel, Mitgründer / Veranstalter, PERSKINDOL SWISS EPIC

Steve Borloz, Marketing Manager Perskindol & Anti-Brumm, Vifor Pharma

Berno Stoffel, CEO, Grächen Tourismus

16:00 Kaffeepause

16:30 Einführung des SwissPass – Vernetzung mit Erlebnisgarantie? | Diskussion

Das neue GA/Halbtaxabo soll Mehrwerte (auch) in die Bergregionen bringen. Führt die volle Reisefreiheit zu einem Aufschwung in den alpinen Ferienregionen der Schweiz?

Jeannine Pilloud, Leiterin Personenverkehr, SBB

Fritz Jost, Vizedirektor, Seilbahnen Schweiz

Bea Heim, IGÖV-Präsidentin und Nationalrätin

Kona MTB-Festival Serfaus-Fiss-Ladis.ROOKIES

Mit dem Bau des grössten Bikeparks in Tirol und dem MTB-Festival fokussiert sich Serfaus-Fiss-Ladis auf den Bike-Nachwuchs und kreierte auf Anhieb das größte Bikesport-Nachwuchsevent Europas. Das Besondere: Leser des Szenemagazins Freeride durften über die Machart eines Trails online abstimmen. Das Rahmenprogramm und eine Eltern-Kind-Wertung ziehen zudem viele Familien an. Ein einzigartiger Versuch, dessen Ergebnis sich sehen lassen kann.

Josef Schirgi, CEO, TVB Serfaus-Fiss-Ladis

Glanz & Gloria am FIS Sommer Grand Prix Einsiedeln

Im August 2015 wurde das Sommerskispringen mit langfristiger Strategie neu lanciert: Erfahrungen im Jahr 1! Perspektiven für „Einsiedeln“!

René Pfister, Leiter Marketing & Kommunikation, FIS Sommer Grand Prix Einsiedeln

Reto Hännlein, Marketing & Kommunikation, FIS Sommer Grand Prix Einsiedeln

18:00 Ende TOURISMUS.FORUM

19:00 Türöffnung

OCTAGON SPORTS NIGHT

S. 19

Für Events die in Erinnerung bleiben...



Broadcast
Display
Event
Installation
Media



Mediatec

Lindenstrasse 2-4 | CH-8604 Volketswil | +41 71 388 00 55
info@mediatecgroup.ch | www.mediatecgroup.ch

SPORTMEDIEN

18. November 2015 // KKL, Luzerner Saal

SPORTMEDIEN.FORUM

gartmann.biz
business in media – media in business

gartmann.biz - Christian Gartmann berät Unternehmen zu Strategien, Geschäftsmodellen und Führungsfragen und unterstützt sie im Umgang mit Kommunikation und Medien. Über 25 Jahre arbeitete er in Radio, TV, Online, Mobile und Print – vom Journalismus über die Vermarktung bis in die Konzernleitung eines börsenkotierten Medienunternehmens. Seit 2010 ist er selbständiger Unternehmensberater, seine Kampagne für die Olympiakandidatur Graubünden 2022 machte ihn über die Kommunikationsbranche hinaus bekannt. Das SPORT.FORUM.SCHWEIZ kennt Christian Gartmann als Moderator, Podiumsgast und Referent zu Medienthemen. Seit 6 Jahren leitet er das SPORTMEDIEN.FORUM.
www.gartmann.biz

Moderation

Christian Gartmann, Inhaber, gartmann.biz

16:30 Social Media zur Markenkommunikation – Rivella #POOLHERO mit Bendrit Bajra

Welche Rolle spielt Social Media in der Kommunikation von Rivella und wie ist die Online-Kampagne zu #POOLHERO aufgebaut? Wie funktioniert integrative Kommunikation bei Rivella? Seit langem nutzt Rivella wieder Botschafter. Welche Werte verkörpert Bendrit? Was macht ihn zum idealen Partner?

Adrian Ehrbar, Leiter Sport/Events, Rivella

Bendrit Bajra, Social-Media-Star

Professionelle Arbeit „neben dem Platz“ | 1:1 Talk

Jogi Löw und Jürgen Klinsmann vertrauen Roland Eitel in allen Medienfragen. Insbesondere durch Social Media hat sich auch für Profisportler die Medien- und Fanarbeit grundlegend verändert. Was sind die Bausteine erfolgreicher Kommunikation?

Roland Eitel, selbstständiger Medienberater

Passion Shift 2015 – wie Fans ihre Leidenschaft ausleben

Technologie verändert unser Konsumverhalten – auch im Sport. Die Ergebnisse aus Octagon's neuer Passion Shift Studie zeigen auf, über welche Kanäle sich Sport-Fans mit ihrer Leidenschaft auseinandersetzen und für welche Themen sie sich interessieren. Spannende Insights für Entscheider, die einen effektiveren Dialog mit Fans über ihre Leidenschaft führen möchten.

Dennis Trautwein, Group Director Strategy Insights, Octagon Germany

Fans vor Ort: Second Screen involviert Millionen

Auch im Skisport werden die Fans vor Ort zu „Second Medien“, die sowohl das Sporterlebnis wie auch Sponsoring-Partner über ihre Social Media Kanäle multiplizieren. Welche Bedeutung hat das Fanverhalten für die FIS und ihre Werbepartner?

Jürg Capol, Nordisch-Direktor, FIS Marketing

18:30 Ende SPORTMEDIEN.FORUM

19:00 Türöffnung

OCTAGON SPORTS NIGHT

S. 19



TURN FAN PASSION INTO
BRAND PASSION.

octagon
Passion. Engagement. Results.

Octagon Germany
Kasernenstr. 1
t +49 (0) 211 38 54 60 26
info.germany@octagon.com
www.octagongermany.com

OCTAGON SPORTS NIGHT

18. November 2015 // Hotel Schweizerhof Luzern

OCTAGON SPORTS NIGHT

octagon

Passion. Engagement. Results – mehr als 800 Experten, 68 Büros in 22 Ländern, machen Octagon zur weltweit führenden Beratungsagentur im Sponsoring. Für die Bereiche Sport, Entertainment und Lifestyle deckt Octagon das gesamte Dienstleistungsspektrum im Bereich Consulting und Support ab. Dazu zählen u.a. Strategieberatung, Marketingkonzeption sowie Sponsoringaktivierung. Mit Passion Drivers® und Passion Shift® untersucht Octagon das Fanverhalten und kann so die emotionale Verbindung zum Fan besser aufgreifen und in den Fokus von Kommunikations-Programmen rücken. In Deutschland ist Octagon an den Standorten Düsseldorf und Frankfurt vertreten.
www.octagongermany.com

19:00 Octagon Sports Night

Nach einem Tag voller Inputs und News aus dem Sportbusiness ist die Zeit zum Geniessen gekommen. Das Get-together im Hotel Schweizerhof hat längst Kult-Status – in der Vergangenheit wurde in lockerer Atmosphäre schon die eine oder andere Partnerschaft eingeleitet. Die grösste Sportbusiness-Party der Schweiz wird bereits zum siebten Mal im Hotel Schweizerhof ausgetragen. Ein Muss für alle Entscheider der Schweizer Sportszene. Lassen Sie es sich nicht entgehen, Ihre Geschäftspartner und Freunde aus der Branche zu treffen und neue Kontakte zu knüpfen. Geniessen Sie das herrliche Ambiente sowie die Köstlichkeiten der Schweizerhof-Küche.



Hotel Schweizerhof Luzern – Wo Luzern Geschichte(n) schreibt

An prominentester Lage der Leuchtenstadt Luzern treffen Sie bei uns auf einen zentralen Ausgangspunkt für Festivals, exklusive Shopping-Angebote in nächster Umgebung und erreichen sämtliche Sehenswürdigkeiten der Stadt in wenigen Gehminuten.

Seit kurzem begrüßen wir Sie in neu renovierten Zimmern und Suiten, wo die Schweizerhof-Geschichte lebendig wird.

Vorweihnachts-Special: Ab CHF 149.00 pro Person/Nacht im Doppelzimmer. Jetzt buchen!

BREAKFAST SESSION



BREAKFAST SESSION

■ 19. November 2015 // KKL, Luzerner Saal

BREAKFAST SESSION

Moderation

Christian Gartmann, Inhaber, gartmann.biz

08:00 Breakfast Session

Der zweite Kongresstag bietet spannende und attraktive Themen aus dem Sport-Business gepaart mit einem reichhaltigen Frühstücksbuffet. Erstmals wird die Breakfast Session im KKL stattfinden und verschiedene Sponsoring-Strategien von Schweizer Unternehmen beleuchten.

09:00 Sponsoring-Trends 2015

Exklusive Einblicke & Mehrwerte für den Schweizer Markt aus der aktuellen DACH-Trendstudie.

Pascal Schulte, Director Sales Germany & Switzerland, Repucom

BKW - Ski-Sponsoring, das zentrale Element der neuen 360° Markenkommunikation

Der Energieversorger BKW will sich rasch als die nationale Kompetenzmarke zur „Energie von morgen“ positionieren. Die Swiss-Ski-Partnerschaft ist viel mehr als ein Sponsoring, nämlich das zentrale Element der gesamten BKW-Kommunikation. Wie wird ein Sponsoring so integral über 15 Kommunikationskanäle gespielt? Wie vermittelt die BKW dort komplexe Botschaften, wo andere einfach nur ihre Brand-Awareness stärken?

David von Büren, Leiter Sponsoring, Events und Messen, BKW

Pascal Kreder, Managing Director, Reflection Marketing

Michael Zeitler, Geschäftsführer WWP Creative, WWP

Helvetia: „Höchstes Engagement für Spitzenleistungen“

Im Fokus des Helvetia-Sponsoring steht das Engagement beim Schweizerischen Skiverband „Swiss-Ski“ und geht damit weit über die Unterstützung von rund 250 Athletinnen und Athleten hinaus. Wie wirkt das Helvetia-Sponsoring nach innen und nach aussen?

Cyril Grin, Mitglied der Direktion / Leiter Sportsponsoring / Branding Schweiz, Helvetia

Sponsoring aus der Marke heraus: Wie Borussia Dortmund echte Partnerschaften aktiviert

Die Ansprüche der Sponsoren - und auch der Vereine selbst - an intelligenten Marketing- und Sponsoring-Umsetzungen steigen kontinuierlich. Es bedarf neuen und noch effektiveren Wegen, um authentische und innovative Partnerschaften zu entwickeln, die langfristig erfolgreich sind. Die markenbasierten Beispiele des BVB zeigen wie Sponsorships zu echtem schwarzgelben Storytelling werden können und welche Rolle die „Echte Liebe“ dabei spielt.

Dennis C. Thom, Leiter Marketing, Borussia Dortmund

11:00 Kaffeepause

11:30 Die DTM-Bewegtbildstrategie: Junge Zielgruppen, neue Vertriebskanäle, mehr Sponsoren-Präsenz

Die DTM erobert mit einem eigenem Youtube-Channel und innovativer New Media-Strategie neue Märkte. Welche Inhalte erreichen die zumeist jungen Zielgruppen? Wie werden Sponsoren ins Bewegtbild gerückt? Funktioniert Youtube für den Ticketabsatz? Was können andere Sportarten und Sponsoren von der DTM lernen?

Lukas Klumpe, Managing Director, Athletia Sports

Roland Hörmann, New Media Manager, DTM

Emmi: Ski Alpin als globale Marketing- und Produkt-Plattform

Seit 2009 engagiert sich Emmi im alpinen Skisport und hat diese Plattform seither kontinuierlich ausgebaut. Rund 2 Milliarden Zuschauer weltweit verfolgen die FIS Weltcuprennen während über 1'000 Stunden Übertragungen am TV. Wie inszeniert der führende Schweizer Milchverarbeiter seine Markenwerte und Produkte an Skirennern? Wie nutzt Emmi das Ski-Sponsoring zur Stärkung der internationalen Wachstumsstrategie?

Robin Barraclough, Chief Marketing Officer, Emmi

Cornèrcard Win-Win: Die Schweizer Sporthilfe Karte für Gönner, Athletinnen und Athleten!

Neben dem traditionellen Sponsoring lanciert Cornèrcard für die Gönner, Athletinnen und Athleten der Schweizer Sporthilfe ein eigenes Kartenprogramm. Mit dem Win-Win Partnerprogramm von Cornèrcard können Vereine, Sportler oder sonstige Institutionen neu ihr eigenes Kredit- und Prepaidkarten-Programm gestalten. Mit den Bezahlkarten in individuellem Design, Logo und mit speziellen Leistungen lassen sich zusätzliche Einnahmen generieren. Wie verhilft das innovative Konzept zu einer Win-Win-Situation für alle Beteiligten?

Beat Weidmann, Head of Marketing, Cornèrcard

Doris Rechsteiner, Geschäftsführerin, Stiftung Schweizer Sporthilfe

13:00 Ende der Veranstaltung

ESB MARKETING NETZWERK

SIE SUCHEN MARKTPLÄTZE FÜR ENTSCHEIDER AUS
SPORT, ENTERTAINMENT & MARKETING?

**DIGITAL SPORTS &
ENTERTAINMENT**

05. OKTOBER 2015, BERLIN

**SPORT.FORUM.
SCHWEIZ**

18./19. NOV. 2015, LUZERN

**KIDS &
MARKE**

14. MÄRZ 2016, KÖLN

**SPORT &
MARKE**

04./05. APRIL 2016, WIEN

**360°
ENTERTAINMENT**

14./15. APRIL 2016, INTERLAKEN

**FRAU &
MARKE**

APRIL 2016, STUTTART

**SCHWEIZER
MARKENKONGRESS**

23. JUNI 2016, ZÜRICH

**NAMINGRIGHT
SUMMIT**

JUNI 2016, FRANKFURT

**SWISS
MANAGEMENT RUN**

09. SEPTEMBER 2016, AROSA

PARTNER

PREMIUM PARTNER



FORUM PARTNER



PRESENTER SPORTS NIGHT



LEISTUNGSPARTNER



MEDIEN PARTNER



Die ESB öffnet Türen und schafft Mehrwerte für Ihr Business. Mit der ESB planen und Know-how tanken!
Kontakt: Fabian Weber | weber@esb-online.com | Tel. +41 71 223 78 82 | www.esb-online.com



ANMELDUNG



ONLINE-ANMELDUNG UNTER

WWW.SPORTFORUMSCHWEIZ.CH

ODER PER FAX AN: +41 71 223 78 87

Das SPORT.FORUM.SCHWEIZ findet am 18./19. November 2015 in Luzern statt.

Option 1 | Standard

2 Tage | 18./19.11.15
CHF 1'490,- zzgl. MwSt.

beinhaltet:
SPORT.FORUM.SCHWEIZ
inkl. aller Foren und Verpflegung
Octagon Sports Night
1 Übernachtung
Breakfast Session

Option 2 | Standard

1 Tag | 18.11.15
CHF 1'190,- zzgl. MwSt.

beinhaltet:
SPORT.FORUM.SCHWEIZ
inkl. aller Foren und Verpflegung
Octagon Sports Night

Option 3 | Standard

1 Tag | 19.11.15
CHF 690,- zzgl. MwSt.

beinhaltet:
Octagon Sports Night
1 Übernachtung
Breakfast Session

Ich bin offizieller Vertreter eines Swiss Olympic organisierten Vereins und dokumentiere dies mit beiliegendem Funktionärsausweis.

Option 1 | Swiss Olympic

2 Tage | 18./19.11.15
CHF 990,- zzgl. MwSt.

Option 2 | Swiss Olympic

1 Tag | 18.11.15
CHF 890,- zzgl. MwSt.

Option 3 | Swiss Olympic

1 Tag | 19.11.15
CHF 590,- zzgl. MwSt.

Ich melde mich verbindlich zur Teilnahme beim SPORT.FORUM.SCHWEIZ an.

Vor-/Name

Funktion

Firma

Strasse, Nr. / Postfach

PLZ, Ort, Land

Telefon

Email

Weitere Personen

Kontakt

ESB Marketing Netzwerk AG
Postfach 519
CH-9001 St. Gallen
Tel. +41 71 223 78 82
www.esb-online.com

Ansprechpartner: Bianca Grünwedel
Email: gruenwedel@esb-online.com

Mit dem Eingang der Anmeldung entsteht ein rechtsgültiger Vertrag. Die Anmeldebestätigung geht Ihnen in Form einer Rechnung zu und ist innerhalb von 14 Tagen zahlbar. Bei Stornierung (nur schriftlich) bis eine Kalenderwoche vor Kongressbeginn wird eine Stornogebühr von 50% der Teilnahmegebühr fällig. Danach wird der gesamte Teilnehmerbetrag erhoben. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers, auch im Falle von höherer Gewalt, bei Verhinderung durch Krankheit, Unfall oder ähnlichen Verhinderungsgründen ist die volle Teilnahmegebühr fällig. Ein Ersatzteilnehmer kann jederzeit gestellt werden. Für allfällige Programmänderungen, Druckfehler und Referenten-Ausfälle übernimmt der Veranstalter keine Haftung. Fotos: ESB Marketing Netzwerk AG

Kongressorte

Kultur- und Kongresszentrum KKL Luzern
Europaplatz 1 | CH-6005 Luzern

Hotel Schweizerhof Luzern
Schweizerhofquai | CH-6002 Luzern

