

SPORT.FORUM. SCHWEIZ

MARKE & SPORT

INNOVATIONEN

GROSSEVENTS

TOURISMUS

SPORT CITY

FORMEL E



© Fotograf: Sven Martin



FESTIVAL-CITY LUZERN

Die Festival-City Luzern begeistert rund ums Jahr:
Klassik, Blues, Rock, Comics und packende Sportevents.

LUCERNE FESTIVAL | Piano

17. – 25. November 2018
www.lucernefestival.ch

LUCERNE FESTIVAL | Ostern

6. – 14. April 2019
www.lucernefestival.ch

Fumetto Comic-Festival Luzern

6. – 14. April 2019
www.fumetto.ch

**Ruder Europameisterschaft
2019 Luzern**

31. Mai – 2. Juni 2019
www.lucerne2019.com

Spitzen Leichtathletik Luzern

9. Juli 2019
www.spitzenleichtathletik.ch

Blue Balls Festival

19. – 27. Juli 2019
www.blueballs.ch

LUCERNE FESTIVAL | Sommer

16. August – 15. September 2019
www.lucernefestival.ch

World Band Festival Luzern

21. – 29. September 2019
www.worldbandfestival.ch

SwissCityMarathon – Lucerne

27. Oktober 2019
www.swisscitymarathon.ch

Lucerne Blues Festival

9. – 17. November 2019
www.bluesfestival.ch



24. SPORT.FORUM.SCHWEIZ IN LUZERN

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Kongressteilnehmer

Anlässlich des SPORT.FORUM.SCHWEIZ wird die Stadt Luzern erneut für zwei Tage zum Dreh- und Angelpunkt für die Entscheiderinnen und Entscheider der Schweizer Sport- und Marketing-Branche. Wir freuen uns sehr, Sie auch in diesem November erstmals oder sogar erneut in der Leuchtenstadt Luzern zu diesem Kongress zu begrüßen. Es erfüllt uns mit Stolz, Austragungsort oder eben Host City dieses bedeutenden Anlasses zu sein.

Thematisch sind die Parallelen zwischen der Tourismus- und Sportbranche mittlerweile augenfällig. Beide Branchen befinden sich in einem Wachstums-, aber auch aufgrund der Digitalisierung in einem konstanten Änderungsprozess. Neue Geschäftsmodelle lösen bestehende ab und die Kundenansprache wird vielfältiger und anspruchsvoller. Unter anderem mit diesen Themen können Sie sich in diesem Jahr am SPORT.FORUM.SCHWEIZ befassen und untereinander austauschen. Im Weiteren liegen die Schwerpunkte auf den Themen Formel E, Aktivierung sowie neuen Sponsoring-Trends wie auch den Themen Grossevents, Vertrieb und New Sports.

Allen bereits jetzt einen herzlichen Dank und gute Anreise nach Luzern!

Sportliche Grüsse

Marcel Perren

Direktor, Luzern Tourismus AG





BEHIND
POWERFUL
PRODUCTION



Donnerstag 15.11.2018	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	Raum
Hauptbühne												Luzerner Saal
Tourismus												Raum 1
Business Networking												Foyer
Markenliebling Formel E												Luzerner Saal
Sponsoring Digital												Raum 1
Marke & Sport												Raum 2
Grossevents												Raum 3
Innovationen												Luzerner Saal
Fussball												Raum 1
Aktivierung & Erlebnis												Raum 2
Sponsoring & Vertrieb												Luzerner Saal
New Sports												Raum 1
Sport City												Raum 2

HOTEL SCHWEIZERHOF LUZERN

Donnerstag 15.11.2018	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	
Sports Night												

Freitag 16.11.2018	8:00	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00
Frühstück												
Breakfast Session												

BUSINESS NETWORKING

🕒 15. November 2018 // 10.30 – 11.00

📍 KKL Luzern, Foyer

Auch in seiner 24. Ausgabe bietet das SPORT.FORUM.SCHWEIZ den Gästen viel Raum für Networking und Erfahrungsaustausch. Beim «Speednetworking» haben 20 Teilnehmer die Möglichkeit, sich systematisch innerhalb von 30 Minuten zu vernetzen. Die Anmeldung erfolgt im Voraus per Email an Felix Berger | berger@esb-online.com.





**MY
SPORTS**



**WIE KÖNIG
DER LÖWEN.**

NUR OHNE KÖNIG.

Alle Spiele der National League live – exklusiv auf MySports!
Hol dir jetzt das Sport-Komplettpaket «MySports Pro»
bei deinem Kabelanbieter.

mysports.ch

HAUPTBÜHNE

🕒 15. November 2018 // 09.00 – 11.00

📍 KKL Luzern, Luzerner Saal

Moderation | **Steve Schennach**, Leiter Marketing, Ochsner Sport

Begrüssung

Hans-Willy Brockes, Geschäftsführer, ESB Marketing Netzwerk

Marcel Perren, Tourismusdirektor, Luzern Tourismus

Perspektiven von Medien & Sport

Die Digitalisierung beeinflusst auch das Verhältnis von Medien und Sport. Sportler, Rechteinhaber und Sponsoren nutzen eigene Kommunikationskanäle und schaffen Communities sowie neue Formen von Sportrechten. Welche Rolle kommt zukünftig den klassischen Medien zu? Wie will sich das Haus Ringier im Schweizer Sport positionieren?

Marc Walder, CEO, Ringier¹



Ringier

FC St. Gallen – Transformationen beim ältesten Fussballclub der Schweiz? | Interview

Matthias Hüppi ist knapp ein Jahr Präsident des FC St. Gallen. Wie hilfreich oder hinderlich war die journalistische Erfahrung für das neue Amt und bei der Kommunikation nach innen und aussen? Sind die richtigen Entscheidungen getroffen worden? Wo steht die Raiffeisen Super League aus Vereinsperspektive und welche Veränderungen sind notwendig?

Matthias Hüppi, Präsident, FC St. Gallen²



Jolanda Neff – erfolgreiches Sponsoring zwischen Sportlerin und Marke | Interview

Die junge Profisportlerin aus Thal darf sich bereits Weltmeisterin, jüngste Gesamtweltcup-Siegerin und mehrfache Europameisterin nennen. Die Erfolgsgeschichte wird mit Sicherheit auch zukünftig weitergeschrieben. Wie gelingt Jolanda Neff ein abgesichertes Sponsoring? Wie werden Sponsoren in der Mountainbike-Welt eingebunden?

Jolanda Neff, Weltmeisterin im Mountainbike-Cross-Country³



Kein Olympia – Keine Grossevents in der Schweiz? | Diskussion

Auch die Idee «Olympia Sion 2026» ist frühzeitig gescheitert. Was bedeutet das für sportliche Grossveranstaltungen in der Schweiz? Welche Konsequenzen müssen alle Beteiligten tragen? Welche Perspektiven eröffnen sich für die Zukunft?

Roger Schnegg, Direktor, Swiss Olympic⁴

Matthias Remund, Direktor, BASPO⁵

Stefan Klos, Geschäftsführender Gesellschafter, PROPROJEKT⁶

Felix Frei, CEO, Hallenstadion & Präsident VSSA, Zürich⁷



swiss olympic
for the spirit of sport

MySports – Und jetzt?

Die Senderfamilie MySports ist nun ein Jahr auf Sendung. Was sind die Ergebnisse? Kann die Schweiz langfristig mit MySports rechnen? Wie werden das Programmschema, die Abonnementmöglichkeiten und die Sendeformate in der Zukunft aussehen? Wie sieht Steffi Buchli ihre Rolle als Senderchefin?

Steffi Buchli, Programmleiterin, MySports⁸



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Bundesamt für Sport BASPO
Office fédéral du sport OFSP
Ufficio federale dello sport USPSO

PROPROJEKT



HALLENSTADION
ZÜRICH



MY
SPORTS



Ticketcorner Prime.

Live Entertainment für exklusive Gäste

Ticketcorner PRIME. steht für aussergewöhnliche und einzigartige Erlebnisse, die in Erinnerung bleiben. Bieten Sie Ihren Kunden oder Mitarbeitern unvergessliches Live-Entertainment oder Sportveranstaltungen in spezieller Umgebung.

ticketcorner.ch/prime

ticketcorner.ch
PRIME.



🕒 15. November 2018 // 09.30 – 11.00

📍 KKL Luzern, Raum 1

Moderation | Pascal Jenny, Tourismusdirektor, Arosa Tourismus

FISHERMAN'S FRIEND – StrongmanRun – Konzept?

Über 7'000 Läufer waren im Juni beim Hindernislauf durch Engelberg dabei. Erstmals absolvierten rund 70 Teilnehmer die Ultra-Distanz von über 40 km zur Feier von 40 Jahren FISHERMAN'S FRIEND Schweiz. Wie können Partner für die erfolgreiche Umsetzung aktiviert werden? Welche Strategie wird die nächsten Jahre verfolgt?

Manuel Wirz, invents.ch

Carina Schüpbach, Projektkoordination, invents.ch

TRAILLOVE Zermatt – Mountainbike Festival als Tourismusmagnet?

Nicht nur während den fünf Veranstaltungstagen am Matterhorn profitiert die Tourismusregion, sondern ganzjährig. Mit einem neuen Festivalkonzept entstehen nachhaltige Produkte, die von Gästen ganzjährig buchbar sind. Wie gestaltet sich die Zusammenarbeit zwischen Zermatt und den Veranstaltern? Kann ein Festival als Produktgenerator für die Tourismusregion dienen?

Adrian Greiner, CEO, BikePlan

Digitalisierung im Wintersport: Bedrohung oder Chance? | Diskussion

In welche Richtung entwickelt sich die Digitalisierung betreffend Wintersport? Was muss dem Konsumenten von morgen angeboten werden, um eine stärkere Kundenbeziehung zu erzielen?

Markus Wolf, Geschäftsführer, Swiss-Ski

Jürg Capol, Marketing Director, FIS

Norbert Patt, CEO, TITLIS | Bergbahnen, Hotels & Gastronomie

Andreas Angehrn, CEO, Ticketcorner

Forum by:

Ticketcorner ist Schweizer Marktführer und bietet modernste Ticketvertriebslösungen für Veranstaltungen jeder Art. Dazu gehört neben Events im Entertainment-, Kultur- und Sportbereich auch das Skiticketing-Angebot für 70 Skigebiete. Den Ticketverkauf für über 15'000 Veranstaltungen pro Jahr wickelt das Unternehmen über ein hochfrequentiertes Internetportal, ein modernes Call Center und an schweizweit über 1'400 Vorverkaufsstellen ab. Die Ticketcorner AG ist zu je 50% im Besitz der CTS Eventim AG und der Ringier AG.

ticketcorner.ch

ticketcorner.ch/prime

ticketcorner.ch/ski

Mit auf der Bühne

INVENTS!CH

BikePlan
Büro für bikespezifische Destinations-
entwicklung und Raumplanung

SwissSki

FIS

TITLIS
ENGELBERG



MARKENLIEBLING FORMEL E

🕒 15. November 2018 // 11.30 – 13.00

📍 KKL Luzern, Luzerner Saal

Moderation | Britta Lutz, ESB Marketing Netzwerk

Viessmann – Vom Skisport zur Formel E-Strecke

Effizienz und Energiemanagement verbindet den Heiz- und Kühlkonzern mit der Formel E. Zur Saison 2017/18 wird Viessmann Partner des Panasonic Jaguar Racing Teams. Ist Sponsoring im Rennsport die Zukunft? Wie gelingt Markenaktivierung in der Formel E?

Dominik Tomberg, Inhaber, vriendly

ABB – Forerunner in the Formula E

Since 2018, the racing series runs as the ABB FIA Formula E Championship. Throughout this partnership ABB is not only looking at defining the roadmap of electric mobility but also increasing its global recognition. How successful has this strategy been so far? How important was it to have a race in Zurich?

Sébastien de Chaunac, Head of Communication and Brand Activation, ABB Formula E

BMW i startet mit eigenem Werksteam in der Formel E

Pünktlich zur Saison 2018/19 stellt BMW i ein eigenes Team in der E-Rennserie. Die Formel E wird einerseits zur Spielwiese für Innovationstests der Elektrofahrzeuge des Herstellers, andererseits zum prominenten Werbeumfeld für die Marke BMW i. Was sind die Chancen und Potentiale?

Pia Schörner, Head of BMW Motorsport Marketing, BMW Group

Marco Parroni, Head Global Sponsoring & Partnerships, Bank Julius Bär & Co.

Mit auf der Bühne

#vriently

ABB



Julius Bär

SPONSORING DIGITAL

🕒 15. November 2018 // 11.30 – 13.00

📍 KKL Luzern, Raum 1

Moderation | Carsten Roetz, Leiter Newsdesk & Digital Experience, Swisscom

Dabei sein ist nicht alles – die Wahrheiten der Sponsoringlüge

Sportsponsoring wächst stetig und darf sich im Content-Zeitalter als Gewinner fühlen. Doch der echte ROI ist auch 2018 noch für viele Player eine Blackbox. Das Thesenpapier «Sponsoringlüge» diskutiert Best & Worst Cases im Spitzensport und zeigt Handlungsempfehlungen auf.

Robert Zitzmann, Managing Director, Jung von Matt/SPORTS

Der Überdruß der Fans – Chancen für das Sponsoring im Amateursport?

Mit dem Aufkommen neuer, digitaler Medien wird es auch für den Amateursport einfacher, mediale Reichweite zu erzielen – mit Auswirkungen auf alle Akteure. Chancen entstehen gerade aufgrund wachsender Reaktanz der Fans gegenüber dem Sponsoring-Overkill im Spitzensport.

Prof. Dr. Bernd Oliver Schmidt, Dozent für Sportmanagement, Campus M21

Swisscom Asport – Content für den Club, Kontext für den Sponsor

Echter Kampfgeist. Versteckte Talente. Grosse Emotionen. Swisscom Asport macht den Lokalsport live bei den Fans zuhause erlebbar. Das vollautomatisierte Kamerasystem samt Videoplattform eröffnet den Verbänden, Vereinen und Sponsoren neue Vermarktungspotentiale.

Stefan Schneider, Product Owner Asport, Swisscom Event & Media Solutions

Verein trifft Marke 2.0 | Diskussion

Dank des technologischen Fortschritts ist es für Vereine heute einfacher, spannenden Content zu generieren und Geschichten zu erzählen. Sponsoren wiederum suchen nach neuen Formen der Aufmerksamkeit. Doch wie finden die beiden Akteure zusammen?

Robert Zitzmann, Managing Director, Jung von Matt/SPORTS

Prof. Dr. Bernd Oliver Schmidt, Dozent für Sportmanagement, Campus M21

Stefan Schneider, Product Owner Asport, Swisscom Event & Media Solutions



Forum by:

Swisscom Event & Media Solutions ist eine Tochterfirma der Swisscom. Als technische Agentur bietet sie End2End-Lösungen für die Digitalisierung der Live-Kommunikation. Sie berät Grossfirmen, Agenturen und Veranstalter bezüglich Telekom-, IT-, Media- und Entertainment-Lösungen für temporäre Bedürfnisse und verbindet Events mit der digitalen Welt. Zudem bringt das Team aus rund 50 Mitarbeitenden immer wieder technologische Innovationen wie zum Beispiel Swisscom Asport hervor.

www.swisscom.ch/sem

Mit auf der Bühne

JUNGvMATT

Campus M21

MARKE & SPORT

🕒 15. November 2018 // 11.30 – 13.00

📍 KKL Luzern, Raum 2

Moderation | Hans-Willy Brockes, Geschäftsführer, ESB Marketing Netzwerk

Der Sponsoring-Marken-Fit – Wie findet man den richtigen Partner?

Die Neuroökonomie ermittelt welche Wege zum optimalen Sponsoring-Marken-Fit führen. Wie werden Sponsoring-Engagements transparent für Unternehmen? Wie wichtig sind Emotionen? Wie schliessen Brands den GAP zwischen SOLL & IST der Markenwahrnehmung mit Partnern?

Jan-Oliver Hess, Geschäftsleitung, Nordjungs

Severin Lüthi & AdeZ: Wie gestaltet sich die Rolle als Markenambassador? | Live

Federer-Coach Severin Lüthi ist seit Mai 2018 als Markenbotschafter für das neue Getränk AdeZ im Einsatz. Wie gestaltet sich die Marketing- und Kommunikationsstrategie im Schweizer Markt? Nach welchen Kriterien werden Markenambassadoren ausgewählt?

Severin Lüthi, Markenbotschafter AdeZ & Trainer von Roger Federer

Western Union & FC Liverpool – Weltweiter Markenboost

Als Geld-Transfer-Dienstleister verknüpft Western Union die ganze Welt. Mit dem Sponsorship beim FC Liverpool belebt das Institut seine Präsenz. Wie positioniert sich Western Union regional und global als Marke? Wie hilft der Sport als Plattform? +30 Mio. Liverpool Fans als Botschafter?

Beat Merkli, Country Director Switzerland, Western Union

Branding. Networking oder Business-Case? | Diskussion

Sponsoren wollen Mehrwert. Doch welche Innovationen lassen sich die Anbieter im Bereich Werbeformen, Hospitality-Angebote und Absatzunterstützung dazu einfallen? Wird das klassische Sponsoring zunehmend durch «Business-Cases» abgelöst? Wird die LED-Bande zur Kampagnen-Werbeform?

Reto Bürki, Leiter Marketing & Sponsoring, Swiss Ice Hockey

Claudia Lässer, Leitung Teleclub Sport, Teleclub

Daniel Kasser, Leiter Marketing & Events, Swiss Unihockey

Giuseppe Napoletano, Leiter Marketing, Vertrieb & Sponsoring, Swiss Volley

Mit auf der Bühne

NORDJUNGS

WESTERN UNION
BUSINESS



TELECLUB

swiss unihockey

SwissVolley

GROSSEVENTS

🕒 15. November 2018 // 11.30 – 13.00

📍 KKL Luzern, Raum 3

Moderation | Patrick Cotting, CEO, CCI Cotting Consulting

Sport-Grossevents: Welche Potentiale? Welche Chancen für die Schweiz?

Nina Behling, Content Manager, ESB Marketing Netzwerk

Bewerbung zur Handball EM 2022/24 - Erfahrungsbericht

Die mit Dänemark geplante Austragung der Handball EM 2022/24 ist gescheitert und ging an Deutschland/Ungarn/Slowakei. Wie alleingestellt war das Bewerbungskomitee im Bidding-Prozess? Was bedeutet das für den Handballsport und zukünftige Grossevents?

Jürgen Krucker, Geschäftsführer, Schweizerischer Handball-Verband (SHV)

Eishockey WM 2020 als Grossevent in der Schweiz

Den Zuschlag vom IIHF hat Swiss Ice Hockey bereits 2015 erhalten. Was bedeutet das Grossevent für die Schweiz? Wie unterschiedlich sind die Arbeitsbedingungen für die WM in verschiedenen Kantonen? Was muss bei der Umsetzung beachtet werden?

Gian Gilli, CEO, Eishockey WM 2020

Sport Event Denmark – how to get world class sport events

The national Danish sports event organization Sport Event Denmark is established and supported by the Danish Government. Its objective is bidding and hosting world class sport events, yet with a 80 percent success rate. What are the key factors for these results? How does Denmark unite politics, the people and world class events?

Lars Lundov, CEO, Sport Event Denmark

Eine oder mehrere Initiativen für Grossevents? | Diskussion

Felix Frei, CEO Hallenstadion & Präsident VSSA, Zürich

Jürgen Krucker, Geschäftsführer, Schweizerischer Handball-Verband (SHV)

Gian Gilli, CEO, Eishockey WM 2020

Lars Lundov, CEO, Sport Event Denmark



SWISS STADIA & ARENA
VSSA.CH

Forum by:

Der VSSA ist die führende Kompetenzstelle für das Arena- und Stadionbusiness in der Schweiz. Er steht für bestes Entertainment in Qualität, Vielfalt und Sicherheit. Die Schweiz verfügt über ein professionelles Netzwerk von bedeutenden Stadion- und Arenabetreibern. Der VSSA stellt dieses Netzwerk sicher und ist kompetenter Ansprechpartner in allen Fragen des Stadion- und Arenabetriebs. Den Mitgliedern ermöglicht der VSSA den Zugang zu relevanten Informationen und Plattformen.

www.vssa.ch

Mit auf der Bühne

HAND BALL
SCHWEIZ
2022/24



HALLENSTADION
Zürich

SPORT EVENT DENMARK

CLUB PRICE

Exklusiv für CLUB Mitglieder und Neu-Mitglieder. Nicht kumulierbar mit anderen Aktionen und Top Price. Nicht gültig auf bereits reduzierte Artikel.

20%

auf Ski & Snowboards,
Ski- & Snowboardschuhe.

Mauro
Caviezel

Charlotte
Chable

Carlo
Janka

Noch nicht OCHSNER SPORT CLUB Mitglied?

Jetzt kostenlos in der Filiale oder
unter ochsnersport.ch/club anmelden.

**OCHSNER
SPORT**

Dein Ziel ist unser Ziel.

INNOVATIONEN

🕒 15. November 2018 // 14.30 - 16.00

📍 KKL Luzern, Luzerner Saal

Moderation | David Jäger, Managing Director, Reflection Marketing

Julius Bär: Herausforderungen eines Global Players im Sportmarketing

Welches sind die grössten Challenges und mögliche Lösungsansätze von morgen?

Marco Parroni, Head Global Sponsoring & Partnerships, Bank Julius Bär & Co.

Harry Hofstetter, New Business Development, Reflection Marketing

Plattformen im Wandel – Das Lifecycle-Modell für Topevents

Wie sieht das erfolgreiche Event der Zukunft aus? Wie sichern sich Veranstalter die Gunst der nächsten Besucher-Generation?

Reto Caviezel, Inhaber, Carré Event / Art on Ice Production

Pascal Kreder, Delegierter des Verwaltungsrates, Reflection Marketing

Klassische Sponsorings haben ausgedient – Partner-Modell 3.0

Was zeichnet künftig eine erfolgreiche Partnerschaft aus?

Florian Kohler, CEO, Swiss Ice Hockey

David Jäger, Managing Director, Reflection Marketing

Visitor Journey Design – Wie sieht das Live-Erlebnis der Zukunft aus?

Die systematische Entwicklung des gesamtheitlichen Besuchererlebnisses.

Raphaël Brunshawig, Chief Operating Officer, Locarno Festival

Harry Hofstetter, New Business Development, Reflection Marketing

Challenges & solutions for tomorrow | Diskussion

Moderation | Pascal Kreder, Delegierter des Verwaltungsrates, Reflection Marketing

Marco Parroni, Head Global Sponsoring & Partnerships, Bank Julius Bär & Co.

Reto Caviezel, Inhaber, Carré Event / Art on Ice Production

Raphaël Brunshawig, Chief Operating Officer, Locarno Festival

Florian Kohler, CEO, Swiss Ice Hockey

Forum by:

Reflection Marketing ist die führende Agentur für zukunftsweisende strategische Lösungen im Bereich Marketing und Experience Marketing. Als Herausgeber des «Live Marketing Trend Reports» setzt sich die Agentur mit den aktuellsten Entwicklungen in den Bereichen Sponsoring, Events und Messen auseinander. Mit eigens entwickelten strategischen Instrumenten begleitet Reflection Marketing führende Unternehmen, Sponsoren, Verbände und Veranstalter dabei, ihr Marketing auf die veränderten Bedürfnissen ihrer Kunden und Zielgruppen auszurichten.

www.reflection-marketing.com

Mit auf der Bühne

Julius Bär

Art on Ice



FUSSBALL

🕒 15. November 2018 // 14.30 – 16.00

📍 KKL Luzern, Raum 1

Moderation | Steve Schennach, Leiter Marketing, Ochsner Sport

Der Einfluss von Fans, Medien und Spielern auf das Fussballbusiness & die Gesellschaft

Welche Rolle spielen Fussballstars als Content-Distributoren? Über welche Kanäle werden die Fans der Zukunft erreicht? Welche gesellschaftlichen Chancen und Pflichten liegen beim Fussball?

Lars Stegelmann, Executive Vice President Commercial, Nielsen Sports

FC Luzern 2021 – Mehr Erfolg durch aktivierte Fan-Experience

Fussballvereine stehen vor der Herausforderung, das Gesamt-Fanerlebnis einzigartig zu gestalten und Fanpotentiale zu nutzen. Wie nutzt der FC Luzern Fans als Ambassadoren und generiert damit Reichweite? Wie entsteht ein Fanerlebnis-Bauplan? Wie gelingt die digitale Aktivierung?

Markus Krienbühl, Leiter Marketing und Kommunikation, FC Luzern

Markus Koch, CCO und Co-Founder, yawave

BVB – personalisiertes Merchandise als Umsatz- & Fan-Turbo?

Die Lebenszyklen von Spielen und Produkten werden kürzer. Für das Merchandising bedeutet das mehr Flexibilität und Innovation. Ein Trend im Merchandising geht hier zu personalisierten Produkten. Wie führt Personalisierung zur erfolgreichen Kundenbindung und zu mehr Umsatz?

Daniel Rüben, CEO Europe, Custom Gateway

Zahlende Ausrüster: Ein Auslaufmodell? | Diskussion

Im Fussball konzentrieren sich die grossen Sportmarken wie adidas, Nike und Puma auf einige wenige internationale Clubs und zeigen dem klassischen Handel den Rücken. Für Schweizer Clubs wird es schwieriger, lukrative Ausrüsterverträge zu finden. Welche Einnahmen aus Ausrüster- und Merchandising-Ertrag sind in der Zukunft realistisch?

Martin Blaser, Managing Director, InfrontRingier Sports & Entertainment Switzerland

Sascha Heyer, Leiter Teamsport, OCHSNER SPORT

Beat Lerch, Leiter Marketing, adidas Schweiz

Mit auf der Bühne

nielsen



CUSTOM GATEWAY
Create · Sell · Print

infront | Ringier
SPORTS & ENTERTAINMENT SWITZERLAND

CHSNER
SPORT

KEINE INSIGHTS MEHR VERPASSEN – JETZT NEWSLETTER ABONNIEREN:
[NIELSENSPORTS.COM/DE](https://nielsenports.com/de)



WIR UNTERSTÜTZEN SIE BESTMÖGLICHE ENTSCHEIDUNGEN ZU TREFFEN:



MARKET RESEARCH

Verständnis für die Zielmärkte und Zielgruppen



MEDIA EVALUATION

Analyse der Markenpräsenz in weltweiten Medien



CONSULTING

Beratung bei strategischen und kommerziellen Entscheidungen



MARKET INTELLIGENCE

Markt-, Wettbewerbs- und Trendanalysen



DIGITAL SERVICES

Bewertung & Optimierung von digitalem Content



MEDIA AUDIT

Schutz Ihrer globalen Marken- und Produktrechte

NIELSEN SPORTS

BEI UNS DREHT SICH ALLES UM IHRE ENTSCHEIDUNGEN IM SPORT- UND ENTERTAINMENT-BUSINESS

Als weltweit führendes Forschungs- und Beratungsunternehmen der Sport- und Entertainmentbranche analysieren wir seit mehr als 30 Jahren Markt- und Mediadaten und verknüpfen sie mit Nielsen-Insights zu regionalen und globalen Konsumententrends. Zur optimalen Nutzung dieser einzigartigen Datenvielfalt investiert Nielsen Sports kontinuierlich in neue Methoden und Technologien.

Auf dieser Basis bieten wir weltweit bereits mehr als 1.700 führenden Marken, Rechteinhaltern und Medienunternehmen eine verlässliche Entscheidungshilfe und konkrete Handlungsempfehlungen für komplexe Fragestellungen.

🕒 15. November 2018 // 14.30 – 16.00

📍 KKL Luzern, Raum 2

Moderation | Nico Decurtins, Head of Business Development, iRewind

(Re)live the moment – It's a personal thing

Momente bestimmen unseren Alltag und unser Leben. iRewind gibt Marken die Möglichkeit, durch personalisierte Videos Teil ausgewählter Momente ihrer (potentiellen) Kunden zu werden. An aktuellen Beispielen wird gezeigt, wie dies aussehen kann.

Nico Decurtins, Head of Business Development, iRewind

Der UBS Kids Cup und die Wichtigkeit der Finisher Clips

Über 140'000 Kinder haben in diesem Sommer schweizweit am UBS Kids Cup teilgenommen. Personalisierte Finisher Clips für die Teilnehmer der kantonalen Finals und des nationalen Finals sorgen für eine nachhaltige digitale Aktivierung des Engagements.

Sébastien Rouiller, Projektleiter Sponsoring, UBS

Digitale On-Site Aktivierung des Bärenlands Arosa

Das Bärenland Arosa öffnete Anfang August seine Tore. Ein wichtiger Teil der Bewerbung dieses neuen Besuchermagnets sind digitale Aktivierungsmöglichkeiten vor Ort. Die Umsetzung ist eine attraktive Mischung aus Fundraising und Kundenbindung.

Pascal Jenny, Tourismusdirektor, Arosa Tourismus

SwissSkills 2018 - Emotionalisierung und Wertschätzung mit personalisierten Videos

Die zentralen Berufsmeisterschaften «SwissSkills 2018» zeichnen in 75 Lehrberufen die besten Lernenden aus. Wie wurden personalisierte Videos als Teil der Kommunikationsstrategie eingesetzt? Welchen Mehrwert bietet Video-Content in der Kommunikation rund um das Event? Was sind die Learnings?

Roland Hirsbrunner, Head of Media and Communications, SwissSkills 2018

Markenerlebnis im digitalen Zeitalter | Diskussion

Die Referenten diskutieren zusammen mit Pascal Jenny, Tourismusdirektor Arosa über die Wichtigkeit der Personalisierung im Bereich der Markenaktivierung und welche Rolle «Mass Customization» durch Video dabei spielen kann.

Nico Decurtins, Head of Business Development, iRewind

Sébastien Rouiller, Projektleiter Sponsoring, UBS

Pascal Jenny, Tourismusdirektor, Arosa Tourismus

Roland Hirsbrunner, Head of Media and Communications, SwissSkills 2018

David Dellea, Director Sports Business Advisory, PwC

Forum by:

iRewind gehört weltweit zu den Vorreitern im stark wachsenden Segment von personalisierten Videos. Das Schweizer Software-Unternehmen fängt einmalige Live-Momente ein und kreiert aus ihnen innert kürzester Frist hochwertige, teilbare Videos. Einsatz findet die Technologie in verschiedenen Industrien. Dabei begleitet iRewind die Kunden bei der Konzipierung, der Umsetzung und der Auswertung der Performance-Daten. Heute setzen zahlreiche internationale Brands und Events auf die Lösung von iRewind.

www.irewind.com

Mit auf der Bühne





50%
auf
Sonntags-
Spiele



**Sparen Sie sich
das Nachspiel zu Hause.**
Das volle Fussballspektakel
im Stadion zum halben Preis.

Bestellen Sie jetzt als Raiffeisen-Mitglied
bis zu 6 Tickets auf:

welovefootball.ch



RAIFFEISEN

SPONSORING & VERTRIEB

🕒 15. November 2018 // 16.30 – 18.00

📍 KKL Luzern, Luzerner Saal

Moderation | Hans-Willy Brockes, Geschäftsführer, ESB Marketing Netzwerk

Die Wirkung des Sportsponsorings in der Purchase Journey

Welche Faktoren bestimmen den Wertbeitrag von Sport-Partnerships versus anderer Werbe-Touchpoints? Welche Sportartenumfelder sind gegenwärtig attraktive Werbeplattformen? Die Mediaagentur WAVEMAKER stellt ihre neuesten «Sonar Forschungsergebnisse» vor.

Markus Mayer, Director Strategy & Business Development, WAVEMAKER Deutschland

SAP – Mit Technik den Sport verbessern

Die Reihe von Sportpartnerschaften bei SAP ist lang. Internationale Top-Clubs wie die New York Yankees oder der FC Bayern München, aber auch Ligen und Verbände wie der DFB, die NBA oder die NHL gehören zum Sponsoring-Auftritt. Welchen Ansatz verfolgt SAP? Wie differenziert SAP zwischen den verschiedenen Sportarten? Was steckt hinter dem Konzept?

Milan Černý, Innovation Lead / Global Sponsorships, SAP

LEADS: Das Filetstück einer modernen Sponsoring-Beziehung?! | Diskussion

Performancemarketing ist auch beim Sportsponsoring zum Thema geworden. Unternehmen setzen immer mehr auf Lead-Generierung und messen bis hin zur Kundenumwandlungsquote den Erfolg eines Sponsorings.

André Stöckli, Leiter Sponsoring & Events, Raiffeisen

Silvan Poltera, Projektleiter Sponsoring, Swiss Tennis

RAIFFEISEN

Forum by:

Die Raiffeisen Gruppe ist die führende Schweizer Retailbank und besitzt eine hervorragende regionale und lokale Verankerung. Raiffeisen ist national seit 2005 im Schneesport als Sponsor von Swiss-Ski und allen Ski-Regionalverbänden aktiv und im Fussball seit der Saison 2012/13 als Titelsponsor der Raiffeisen Super League sowie als direkter Partner aller Clubs der Raiffeisen Super League. 2016 hat Raiffeisen für die lokalen Projekte erfolgreich die Crowdfunding Plattform lokalhelden.ch lanciert. Das gesamte Engagement verstärkt die Wahrnehmung von Raiffeisen als dynamische, moderne und leistungsorientierte Bank.

www.raiffeisen.ch, www.welovesnow.ch,
www.welovefootball.ch, www.lokalhelden.ch

Mit auf der Bühne


WAVEMAKER



swisstennis 

NEW SPORTS

🕒 15. November 2018 // 16.30 – 18.00

📍 KKL Luzern, Raum 1

Moderation | Christian Gartmann, gartmann.biz

TV24 lanciert Ninja Warrior Switzerland: Sportformat der Zukunft? | Interview

Die erfolgreiche Action-Spielshow aus Japan kommt im Herbst 2018 in die Schweiz. 160 Athletinnen und Athleten aus dem ganzen Land treten gegen den härtesten Hindernisparcours der Welt an. Was können Sportformate von der erfolgreichen Show lernen?

Roger Elsener, Geschäftsführer, AZ Medien TV & Radio

HADO – Völkerball 2.0

Die Digitalisierung bringt viele neue Möglichkeiten und Chancen mit sich, sogar für das klassische Völkerball aus der Kindheit. HADO ist Völkerball 2.0. Wie funktioniert jedoch HADO? Was steckt dahinter und welche Einsatzmöglichkeiten bietet diese neue Entwicklung aus Japan?

Remo Bügler, Geschäftsführer, epikk

Hidden Champion «Ice Cricket» St. Moritz

Fast unbemerkt von der Schweizer Öffentlichkeit waren im Februar 2018 rund 18 Mio. Inder live und 40 Mio. TV-Zuschauer weltweit zu Gast in St. Moritz. Welche Vision steckt hinter dem Event? Was sind die Auswirkungen auf den lokalen sowie nationalen Tourismus?

Vijay Singh, CEO, St. Moritz Ice Cricket / VJ Sports AG

gartmann.biz

business in media – media in business

Forum by:

gartmann.biz – Christian Gartmann berät seit 2010 Unternehmen zu Strategien, Geschäftsmodellen und Führungsfragen und unterstützt sie im Umgang mit Kommunikation und Medien. Zuvor war er mehr als 25 Jahre bei nationalen und internationalen Medienunternehmen – zuletzt in der Konzernleitung eines weltweit tätigen Vermarkters. Seine Kampagne für die Olympiakandidatur Graubünden 2022 machte ihn über die Kommunikationsbranche hinaus bekannt. In letzter Zeit betreute er die Krisenkommunikation zweier Ereignisse mit grosser Medienwirkung. Das SPORT.FORUM.SCHWEIZ kennt Christian Gartmann als Moderator, Podiumsgast und Referent zu Medienthemen.

www.gartmann.biz

Mit auf der Bühne


epikk
A BRAND BY FORMIS AG


VJ SPORTS



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
CH-9400 Rorschach

T +41 71 511 20 20
F +41 71 511 20 21

info@sportsevision.com
www.sportsevision.com

SPORT CITY

15. November 2018 // 16.30 – 18.00

KKL Luzern, Raum 2

Moderation | Patrick Seitter, Projektleiter, ESB Marketing Netzwerk

Sportinteresse in Städten und Kantonen – Eine Potentialanalyse

Auf Basis der MA Sponsoring (in Zusammenarbeit mit WEMF) lässt sich das Interesse der Bevölkerung für Sportarten und -events lokalisieren. Die Analyse zeigt Potentiale auf und gibt damit eine neue Sichtweise auf die Sportförderung.

Jean-Baptiste Felten, Geschäftsführer, Felten & Cie.

Sport City – Aber wie?

Die Theorie ist einfach: Sport und sportliche Grossevents verbessern die Attraktivität von Städten und Regionen. Aber welche Prozesse und Strukturen sind notwendig, um diese erfolgreich umzusetzen? Welche Kosten entstehen und führen zu welcher «Bilanz»?

David Dellea, Director Sports Business Advisory, PwC

Eidgenössisches Schwingfest Zug

Rund 300'000 Besucher werden am Eidgenössischen Schwing- und Älplerfest 2019 in Zug erwartet. Das Event ist einmalig und mit zahlreichen temporären Bauten ausgestattet. Wie werden die steigenden Komplexitäten für Sicherheit, Logistik und Kommunikation bewältigt? Ist eine solche Veranstaltung im Milizsystem überhaupt noch organisierbar?

Heinz Tännler, OK-Präsident, Eidgenössisches Schwing- und Älplerfest 2019

Sport in der City – Politischer Wille, Auflagen und Rahmenbedingungen | Diskussion

Ist der «ePrix Zürich 2018» Vorreiter für neue Möglichkeiten, sportliche Grossereignisse auch in Innenstädten durchzuführen? Wie sieht die Meinungsbildung bei der Bevölkerung, der Politik und den Sportveranstaltern aus? Welche Kosten und Auflagen belasten die Veranstalter? Wie können gesetzliche und politische Rahmenbedingungen verbessert werden?

Roger Tognella, FDP Stadtrat, Zürich

Mario Lütolf, Leiter Stadtraum und Veranstaltungen, Stadhaus Luzern

Kurt Betschart, Technischer Direktor, Tour de Suisse

LUZERN
ERLEBNIS
DIE STADT. DER SEE. DIE BERGE.

Forum by:

Die Stadt. Der See. Die Berge. – Die Einmaligkeit der Marke Luzern besteht aus der Kombination der historischen Altstadt mit dem See- und Bergerlebnis sowie der qualitativ hochstehenden Angebotsvielfalt. Die Luzern Tourismus AG (LTAG) ist das Kompetenzzentrum für Positionierung, Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Gästebetreuung im Dienst von rund 100 Partnern, die für die Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee qualitativ hochstehende Dienstleistungen erbringen und verkaufen. Die Aufgaben der LTAG gelten der Erstklassigkeit, der «Premium»-Qualität und der Authentizität des touristischen Angebotes der Region.

www.luzern.com

Mit auf der Bühne



LAUFTREFF

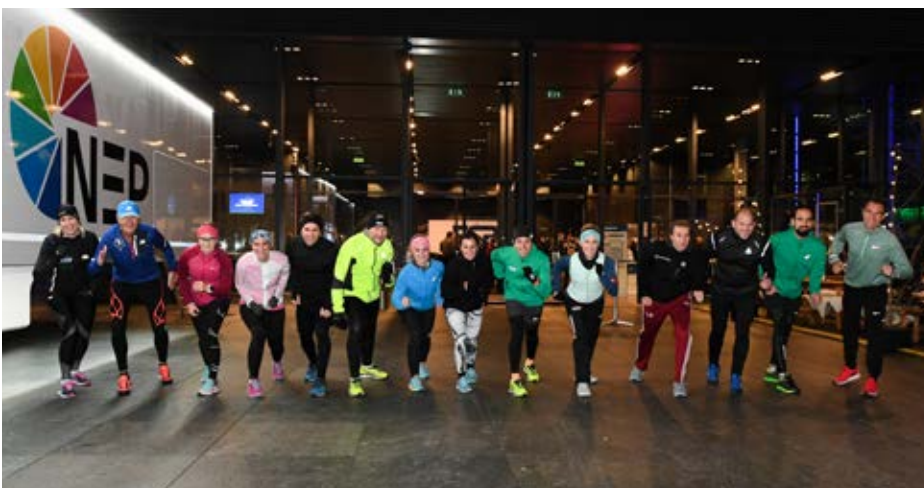
15. November 2018 // 18.30

KKL Luzern, Haupteingang

Lauftreff mit Ochsner Sport / Viktor Röthlin

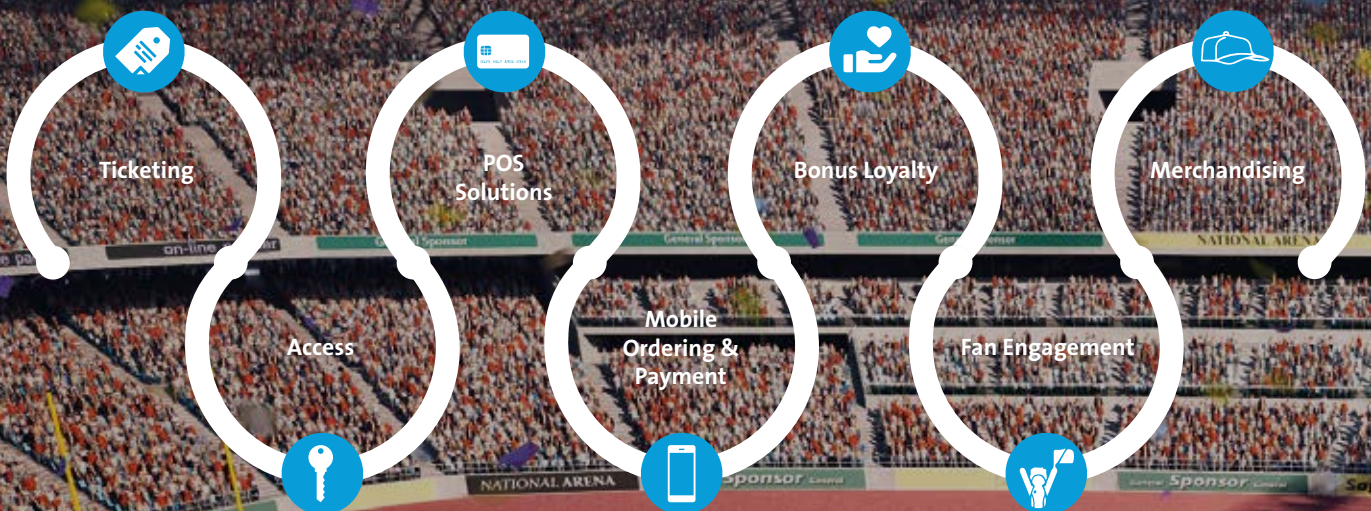
Als sportlicher Ausklang zum ersten Kongresstag findet auch dieses Jahr der «Lauftreff by OCHSNER SPORT» statt. Laufen Sie lockere 30 Minuten in Gesellschaft von OCHSNER-Mitarbeiter und Lauf-Experte Viktor Röthlin mit und tanken Sie Energie für die Sports Night.

UCHSNER
SPORT



Digital Venue Management

Customer Journey



✓ Evention ✓ ERP ✓ CRM ✓ Analytics ✓ Reporting

Passion drives Perfection.

 **Adon Systems**

Adon Production AG
Industriestrasse 15
CH-5432 Neuenhof
Schweiz
+41 56 416 46 46
+41 56 416 46 47
production@adon.ch

Adon Germany GmbH
Konrad-Zuse-Ring 6
41179 Mönchengladbach
Deutschland
+49 2161-990979-0
+49 2161-990979-9
info@adon-germany.de

Adon Germany GmbH
Gervinusstr. 12
10629 Berlin
Deutschland
+49 30-1208308-1
+49 30-1208308-3
info@adon-germany.de

Adon Development GmbH
Konrad-Zuse-Ring 6
41179 Mönchengladbach
Deutschland
+49 2161-990979-0
+49 2161-990979-9
info@adon-germany.de

SPORTS NIGHT



15. November 2018 // 19.00



Hotel Schweizerhof



SPORTS NIGHT MIT DER ADON SPEED-KICKING-ARENA

Die Sports Night im Hotel Schweizerhof ist legendär. In angenehmer und entspannter Umgebung werden hier Kontakte geknüpft und Freundschaften geschlossen. Besuchen Sie die Sports Night nach dem Forum, treffen Sie Ihre Geschäftspartner und Freunde aus der Branche und geniessen Sie die herrliche Atmosphäre und die kulinarischen Highlights des Schweizerhofs.



Das Highlight der Sports Night 2018 ist ganz klar die Adon Speed-Kicking-Arena. In packender Stadion-Atmosphäre begrüsst Sie der Luzerner Moderator Andrej Voina zu einer Partie Speed-Kicking, wo Sie mit einem eigens dafür umgebauten Tischfussball-Kicker versuchen, den Ball so schnell wie möglich ins Tor zu jagen. Alle Teilnehmer erhalten als Dankeschön ein Feldschlösschen-Bier. Den Siegern winken Sixpacks und als Hauptgewinn Business Seats für ein Spiel der Super League oder der Bundesliga.

Presented by:

Adon Systems, eine Division der Adon Production AG, hat sich in kürzester Zeit als führender Anbieter im Digital Venue Management etabliert und bietet ihren Kunden eine umfassende und integrierte Software- und Hardware-Gesamtlösung für Stadien, Festivals und andere Einrichtungen der Bereiche Sport und Entertainment. Mit Hilfe der logisch aufeinanderfolgenden Adon-Lösungsmodulen (vom Ticketing über das bargeldlose Bezahlen bis hin zum CRM & Merchandising) können jegliche Bereiche einer Customer Journey sukzessive angeboten und umgesetzt werden. Im Zentrum steht dabei die stetige Optimierung der Kunden-Kontaktpunkte sowie die entsprechende ökonomische Gewinnsteigerung der Veranstalter. Namhafte Clubs in Deutschland und in der Schweiz wie Red Bull Leipzig, VFL Wolfsburg, HC Lugano, FC St. Gallen und viele mehr arbeiten mit den 360-Grad-Systemen von Adon.

www.adon.ch

Partner der Sports Night

ACMEIRA



JMT[®]
Mietmobiliar

Empathy & Excellence
HOTEL ***** LUZERN
SCHWEIZERHOF

SECURITAS



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

🕒 16. November 2018 // 09.00 - 12.00

📍 Hotel Schweizerhof

Moderation | **Christian Gartmann**, gartmann.biz

Studenten, Spitzensport und Sponsoren – Winteruniversiade 2021

Rund 1'600 Studierende aus 50 Nationen nehmen vom 21. bis 31. Januar 2021 an der Winteruniversiade 2021 in der Zentralschweiz teil. Der grösste Multisport-Anlass im Winter nach den Olympischen Spielen überzeugt durch die besondere Mischung aus Sport, Bildung und Internationalität. Welche Potentiale bietet die Winteruniversiade für den Bildungsstandort Zentralschweiz und die Sponsoren?

Urs Hunkeler, Geschäftsführer, Winteruniversiade 2021

Sport & Kultur: Gemeinsam statt gegeneinander? | Diskussion

Konkurrenz zwischen Kultur, Entertainment und Sport? Wo gibt es ein miteinander bei gemeinsamen Themen wie neue Stadien und Arenen? Was ist aus der Kundensicht gewünscht? Mehr Eigeninteresse als Kundenkomfort und Sicherheit?

André Béchir, CEO, abc Production AG

Brian Kabatznick, Vice President Business Development, AEG Facilities Europe

Smart Sponsors überzeugen auch den CFO

Für Sponsoren werden der effiziente Einsatz von Marketingmitteln und die Erfolgskontrolle immer essentieller. Budgets werden zunehmend kritischer von den Finanzleitern freigegeben. Welche Massnahmen führen zum Erfolg eines Engagements und welche Kennzahlen sollten Marken für einen optimalen «Return on Sponsoring Investment» (ROSI) messen lassen?

Lars Stegelmann, Executive Vice President Commercial, Nielsen Sports

LGT Bank: Sponsoring zwischen Tradition und Innovation

Formel E, Wintersport und Reitsport gehören zum Sponsoring-Portfolio der LGT. Zukünftig will sich die Bank nach 14 Jahren aus dem Reitsport zurückziehen. Welche Engagements werden zukünftig im Sport- und Kultursponsoring verfolgt? Rückzug aus dem Reitsport und Konzentration auf die Formel E? Wie gelingt die Positionierung gegenüber anderen Schweizer Banken?

Christof Buri, Head Marketing & Communications, LGT Gruppe Holding

SAMSUNG: Die Zukunft mitgestalten!

Die Digitalisierung im Sport ist rasant. Als führender Technologieanbieter will SAMSUNG davon berechtigterweise profitieren. Welche Themen und Schwerpunkte nutzt die Marke dazu? Wie wichtig sind Sponsoring-Partnerschaften? Welche Engagements pflegt SAMSUNG in der Schweiz und wo besteht Potential für die Zukunft?

Dario Casari, Vizepräsident, SAMSUNG Schweiz

Co-Marketing im Sport

Verschiedene Brands stemmen die Aktivierung und Finanzierung von Marketing-Projekten nicht alleine. Gezielt werden Partnerschaften mit anderen Marken initiiert. Welche Kriterien machen eine Kollaboration für beide Parteien erfolgreich?

Pius Schöpfer, Head of Marketing, Red Bull Schweiz

David Biernath, Director Advertising, Aldi Suisse

Mit auf der Bühne



HOST PARTNER



Luzern Tourismus
Luzern, luzern.com

PREMIUM PARTNER



MySports
Zürich, mysports.ch



NEP Switzerland
Volketswil, nepswitzerland.ch



Nielsen Sports
Root, niensensports.com



DOSENBACH-OCHSNER
Dietikon, ochsnersport.ch

sportsevision

sportsevision
Rorschach, sportsevision.com



Ticketcorner
Rümlang, ticketcorner.ch

FORUM PARTNER



gartmann.biz
St. Moritz, gartmann.biz



iRewind
Zürich, irewind.com



Raiffeisen Schweiz Genossenschaft
St. Gallen, raiffeisen.ch



Reflection Marketing
Wallisellen, reflection-marketing.com



Verein Schweizer Stadion- und Arenabetreiber | Zürich, vssa.ch



Swisscom Event & Media Solutions
Zürich, swisscom.com/asport

PARTNER SPORTS NIGHT



SUPPORTER & AUSSTELLER



MEDIEN PARTNER



TICKET

SPORTFORUMSCHWEIZ.CH



Zweitagesticket CHF 1'490 zzgl. MwSt.
Kongress inkl. aller Foren und Verpflegung



650 Teilnehmer
60 Experten auf der Bühne



15./16. November 2018
in Luzern