

SPORT.FORUM. SCHWEIZ

FANMARKETING

INNOVATIONEN

SPORTMEDIEN

TOURISMUS

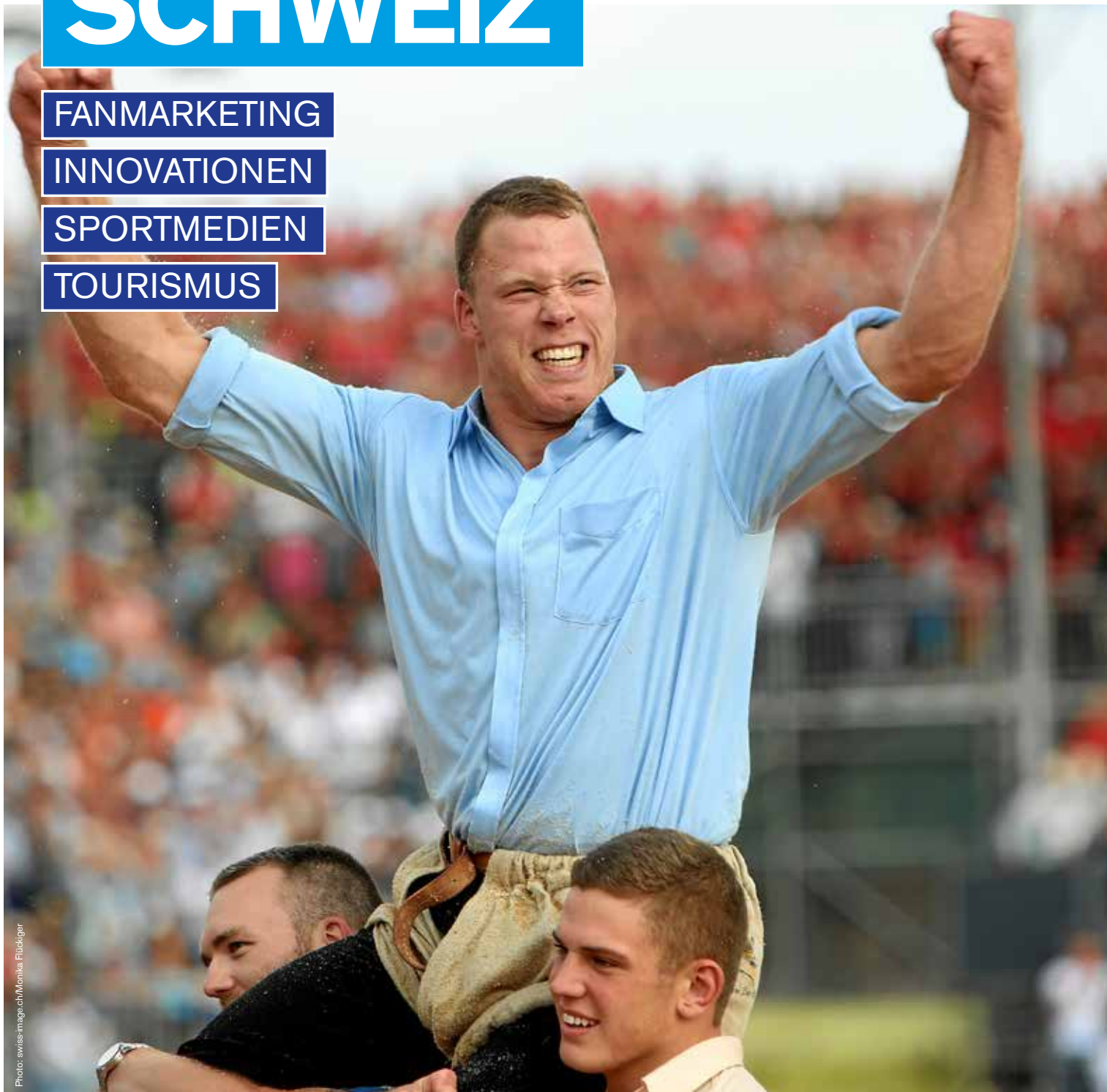


Photo: swiss-image.ch/Monika Flückiger

MEHR POWER FÜR IHR BUSINESS.



Carlo Janka
Olympiasieger
Riesenslalom,
Ski Alpin

Fördern Sie die sportlichen 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.**



SPORT.FORUM.SCHWEIZ



20. SPORT.FORUM.SCHWEIZ JUBILÄUMSPROGRAMM

Das 20. sport.forum.schweiz steht an – kein Grund für ausschweifende Rückblicke findet Veranstalter ESB Marketing Netzwerk. Die Zukunft des Sport-Business in der Schweiz steht wie immer im Fokus. Das Wachstum von 120 Teilnehmern und Referenten im Jahr 1995 zu heute über 550 Teilnehmern und 60 Referenten zeigt exemplarisch die Entwicklung im professionellen Sport-Business. Am Anfang kreisten quasi alle Themen rund um Sponsoring. Heute ist die Themenvielfalt extrem gross. Das sport.forum.schweiz sortiert die Aspekte des professionellen Sportmarketings in eigenständige Foren. In diesem Jahr sind dies „Innovationen“, „Sportmedien“, „Fanmarketing“ und neu „Tourismus“.

Während in den Anfängen des sport.forum.schweiz nur Funktionäre und Marketingfachleute zusammen kamen ist es inzwischen Tradition, dass auch aktive und ehemalige Spitzensportler das Kongressprogramm bereichern. In diesem Jahr werden der amtierende Schwingerkönig Sem-pach Matthias, die U23-Weltmeisterin Jolanda Neff aber auch Olympiasieger Hippolyt Kempf und Rekordtorschütze Alex Frei Einblicke in ihr (Sportler-)Leben geben. Ebenfalls ist es Tradition, dass das sport.forum.schweiz über die Grenzen schaut. Schon 1999 berichtete Aufsichtsrat Jürgen W. Möllemann über die Perspektiven von Schalke 04. In diesem Jahr wird Marketing-Vorstand Alexander Jobst über die Marke Schalke 04 auf ihrem Weg zwischen Tradition und Moderne berichten.

Wir danken allen Partnern, Referenten und Teilnehmern, die in den letzten 20 Jahren dem sport.forum.schweiz die Treue gehalten haben.

Herzlich willkommen zur Jubiläumsausgabe 2014!

Ihr ESB-Team

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: www.esb-online.com | info@esb-online.com | Tel. +41 71 223 78 82

UEFA EURO 2016™

Erleben Sie die UEFA EURO 2016™ von den besten Plätzen.
Bieten Sie Ihren Gästen eine exklusive und einzigartige Erfahrung,
die sie niemals vergessen werden.



Für weitere Informationen kontaktieren Sie bitte:

SPORTFIVE GmbH & Co. KG

Die offizielle exklusive Verkaufsagentur des Corporate Hospitality-
Programms der UEFA EURO 2016™ in Deutschland, Österreich
und der Schweiz.

E euro2016@sportfive.com | T (0) 40 376 77-777

www.sportfive-euro2016.com



ÜBERSICHT

KKL LUZERN

Check-In ab 08:30

Mittwoch, 19.11.2014	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
Tourismus.Forum													S. 9
Innovationen.Forum													S. 11
Sportmedien.Forum													S. 13
Fanmarketing.Forum													S. 15

HOTEL SCHWEIZERHOF LUZERN

Mittwoch, 19.11.2014	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. 17
Donnerstag, 20.11.2014	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													S. 19

AUF DER BÜHNE



graubünden



ticketcorner.ch



FC Basel 1893



ZURICH

BRACK.CH



BUILDING TRUST



FC Schalke 04

CREDIT SUISSE



Gigathlon



BEAactive

swisstennis



rePUcom



TOASTED.
CHALLENGE



swissmilk



RAIFFEISEN



HAUPTBÜHNE

■ 19. November 2014 // KKL, Luzerner Saal

HAUPTBÜHNE

Moderation

Steve Schennach, CMO, Dosenbach Ochsner

09:00 Begrüssung

Hans-Willy Brockes, CEO, ESB Marketing Netzwerk

Sneak Preview „Sponsoring Trends 2014“

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

Pascal Schulte, Director Sales Germany & Switzerland, REPUCOM

SIKA: Die B-to-B-Marke als Hauptsponsor des EV Zug

Das im Bereich Bau- und Klebstoffchemie weltweit führende Schweizer Unternehmen SIKA hat sein Engagement beim EVZ weiter ausgebaut. Dies insbesondere im werblichen Bereich. Was sind die Beweggründe? Zeigt die Partnerschaft neue Sponsoringpotentiale für Industriefirmen? Welche Ziele und Konzepte verfolgt SIKA?

Dominik Slappnig, Head Communications & Investor Relations, SIKA

Marco Baumann, Leiter Marketing & Verkauf, EVZ Sport

„Wir alle sind das Team“ – Rückblick und Ausblick Fussball-Sponsoring der Credit Suisse

Seit 1993 ist die Credit Suisse Hauptsponsor des Schweizerischen Fussballverbands und Partner aller U- und A-Nationalteams sowohl der Frauen als auch der Männer. 50 Prozent des Sponsoringbetrags wird in die Ausbildung und Förderung junger Talente investiert. Wie langfristig plant die Credit Suisse ihr Engagement? Was sind die Ergebnisse der FIFA-WM 2014? Wo liegen die Schwerpunkte der Sponsoring-Aktivierung in der Zukunft? Welche Bedeutung hat Hospitality weiterhin?

Sandra Caviezel, Leiterin Sponsoring Private Banking & Wealth Management, CREDIT SUISSE

UEFA EURO 2016™ - Eine neue Ära bricht an.

Stand der Vorbereitungen im Gastgeberland Frankreich und Einblick in das Offizielle Corporate Hospitality-Programm.

Philippe Margraff, Head of Revenue Operations, UEFA

Philipp Hasenbein, Managing Director, SPORTFIVE

11:30 Kaffeepause

12:00 FC Schalke 04: Markenführung aus der Tradition in die Moderne

Der FC Schalke 04 als eingetragener Verein im europäischen Wettbewerb.

Alexander Jobst, Vorstand/Marketing, FC Gelsenkirchen-Schalke 04

Fussball und Ökonomie - die volkswirtschaftliche Bedeutung der Raiffeisen Super League

Viele Fussball-Ligen in Europa sind in ihren Ländern ein wichtiger Wirtschaftsfaktor bezüglich Wertschöpfung und Arbeitsplätze. Dies ist in der Schweiz nicht anders. Rütter Soceco und das Institut für Tourismuswirtschaft der Hochschule Luzern haben im Auftrag der Swiss Football League eine Analyse durchgeführt, in der die wirtschaftliche Bedeutung der zehn Klubs der Raiffeisen Super League berechnet wurde.

Oliver Hoff, Bereichsleiter Event analytics, Rütter Soceco

Podiumsdiskussion

Claudius Schäfer, CEO, Swiss Football League

Pascal Kesseli, CEO, FC St.Gallen

Dr. Hippolyt Kempf, Sportökonomie und Sportmanagement, Bundesamt für Sport BASPO

Oliver Hoff, Bereichsleiter Event analytics, Rütter Soceco

13:15 Mittagspause

HAUPTBÜHNE

■ 19. November 2014 // KKL, Luzerner Saal

HAUPTBÜHNE

14:15 Matthias Sempach: Schwingerkönig & Markenbotschafter

Die grösste Sportzeitung des Landes schreibt über Sempach: „Bester Botschafter seines Sports“. Emmentaler Switzerland, Toyota und Avesco CAT sind u.a. Partner des amtierenden Königs. Wie sehen Aktivierungsmassnahmen aus? Welche Leistungen erbringt Sempach und was ist für ihn wichtig? Welche kommerzielle Zukunft hat der Schwingsport?

Matthias Sempach, Schwingerkönig 2013/Kilchberger Sieger 2014

Roger Fuchs, Inhaber, Fox Sports Management

Die Förderung von leistungsorientierten Athleten/-innen in der Schweiz

Die Stiftung Schweizer Sporthilfe hat im April ihre neue Strategie verabschiedet. Die finanzielle Unterstützung von Athleten mit nachgewiesenem Potenzial wird neu vollumfänglich von der Stiftung übernommen. Der Mittelbedarf der Athleten/-innen steht in der Zukunft als wichtigstes Vergabekriterium.

Der Leistungssport in der Schweiz: Ausgewählte Resultate zu Karriere und Einkommen der Athleten aus der SPLISS-CH 2011 Studie | Impulsvortrag

Dr. Hippolyt Kempf, Sportökonomie und Sportmanagement, Bundesamt für Sport BASPO

Die Strategie der Sporthilfe: Jetzt ist die Wirtschaft gefordert! | Impulsvortrag

Max Peter, Präsident Stiftung Schweizer Sporthilfe / Mitglied der Konzernleitung, Emmi Schweiz

Podiumsdiskussion

Jolanda Neff, Mountainbike, U23 Weltmeisterin und Siegerin Gesamtweltcup 2014

Dr. Hippolyt Kempf, Olympiasieger Nordische Kombination, Bundesamt für Sport BASPO und Langlauf-Chef Swiss Ski

Max Peter, Präsident Stiftung Schweizer Sporthilfe

15:45 Kaffeepause

16:15 Parallele Foren

SPORTMEDIEN.FORUM

S. 13

FANMARKETING.FORUM

S. 15



TICKETCORNER PRIME.

Live-Entertainment für exklusive Gäste

Ticketcorner PRIME. – Der neue exklusive Service für Firmenkunden

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



TOURISMUS

19. November 2014 // 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 Sportbereich 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 Internetportal 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

10:00 Marken-Kooperationen im Ski-Gebiet

Im Kampf um zusätzliche Gäste und Einnahmen stehen Ski-Gebiete vor mehreren komplexen Fragen: Braucht es Anfangsinvestitionen, damit Marken überhaupt bereit sind, das Skigebiet als Marketingplattform zu nutzen? Können Marken überhaupt von einer signifikanten Werbewirkung profitieren? Ist ein zu starkes Auftreten dieser Marken nicht schädlich für die Feriengäste und fürs Image des Skigebiets („Verkommerzialisierung“)? Wie kann die Anzahl an Skigästen gesteigert werden, geht es nur über Rabatte? Wie steht es mit Online- und App-Lösungen für die Skifahrer-Convenience? Was ist generell von neuen Partnerschaften zu halten: zwischen Detaillisten, Hoteliers, Online-Plattformen wie booking.com und ebookers.com sowie nationalen Transportunternehmen? Stehen wir vor einer Revolution am Berg?

Dr. Patrick Cotting, CEO, CCI COTTING CONSULTING

Podiumsdiskussion

Michael Meier, Direktor Skiticketing, Ticketcorner

Silvio Schmid, Direktor der Sedrun Bergbahnen/Präsident der Bergbahnen Graubünden

Dr. Patrick Cotting, CEO, CCI COTTING CONSULTING

GORILLA und Bergbahnen Graubünden bringen Kids in die Berge

Neue Anreize dank Partnerschaft – Mit der langjährigen Partnerschaft von GORILLA und Bergbahnen Graubünden soll dem Rückgang an jungen Wintersportlern entgegengewirkt werden. Über 160.000 Kinder und Jugendliche werden mit dem mehrfach ausgezeichneten Gesundheitsförderungsprojekt zu mehr Bewegung in den Bergen animiert.

Roger Grolimund, Gründer/Co-Geschäftsleitung, Schiftli Foundation

Myriam Keller, COO/Deputy CEO, Graubünden Ferien

11:30 Kaffeepause

12:00 Parallele Foren

HAUPTBÜHNE

S. 6/7

INNOVATIONEN.FORUM

S. 11



WIR SEHEN UNS!

Gern an unserem Stand im Foyer.

CARRE
Business & Public Events

Breitackerstrasse 2, 8702 Zollikon, Telefon 044 315 40 20
www.carre.ch / www.artonice.com / www.mercedes-csi.ch / www.elitemodellook.ch
www.bluesnjazz.ch / www.himmelaufenden.ch

INNOVATIONEN

19. November 2014 // KKL, Clubraum 5+6

INNOVATIONEN.FORUM

Stadionwelt®

Stadionwelt INSIDE ist das führende Medium rund um den Sport, seine Infrastrukturen und das Sportbusiness. Online informiert Stadionwelt täglich aktuell über die Planung und den Bau, die Ausstattung und den Betrieb von Sportstätten. Ein Netzwerk aus über 400 Unternehmen der Sportbranchen bietet sich mit seiner Expertise als Partner für Projekte an. Das gedruckte Fachmagazin Stadionwelt INSIDE präsentiert Daten und Fakten, Hintergrund-Berichte und Interviews für Betreiber, Vereine, Vermarkter und Planer. Ob Marketing und Management, Sponsoring oder Planung, Bau und Betrieb von Stadien und Arenen: Entscheider des Sports bleiben immer up to date mit Stadionwelt INSIDE.
www.stadionwelt.de

Moderation

Dr. Patrick Cotting, CEO, CCI COTTING CONSULTING

Ganesh Pundt, Redaktionsleitung, Stadionwelt INSIDE

12:00 TOASTED. Challenge – Einzigartiges Event. Hohes Sponsoren-Involvement.

Alle 380 Team-Tickets waren in 8 Minuten ausverkauft. 2'280 Teilnehmer und 22'000 Zuschauer waren an der Premiere mit dabei und hatten sichtlich Spass. Die Erstaussage der TOASTED. Challenge war ein voller Erfolg und bietet auch in Zukunft neue und attraktive Wege im Sponsoring!

Philip Hohl, Sales Director/Partner, TOASTED

GIGATHLON – Innovation als Erfolgsrezept

Der GIGATHLON ist einer der innovativsten Sportveranstaltungen der Schweiz. Was macht den GIGATHLON so einzigartig? Was ist sein Erfolgsrezept? Welche Möglichkeiten eröffnet der GIGATHLON Firmen und Sponsoren? Wie wird der GIGATHLON kommunikativ zum 365 Tage-Event?

Corsin Caluori, Geschäftsführer, invents.ch

Attention, Activation & Awareness – Integriertes Triple A für Sport und Gesundheit an Publikumsmessen

Seit vier Jahren begeistert BEActive, die Sport- und Gesundheitszone an der Publikumsmesse BEA, auf einer Fläche von rund 10'000 m² jährlich über 300'000 Besucher. Ein erfolgreiches Konzept, dass den Sport dank des integrierten Mixes aus Image, Direktansprache und Produktverkauf/-Präsentation als eine äusserst attraktive Plattform mit nationaler Ausstrahlung wieder zurück an die Publikumsmessen bringt.

Peter Boeni, Business Development Manager, Bernexpo

Lorenz Müller, Leiter Marketing & Breitensport, Swiss Cycling

Simon Laager, Director Marketing & Events, IMS Sport

13:30 Mittagspause

14:15 Sportstätte der Zukunft – Nachhaltigkeit mit Augenmass

Stadien und Arenen müssen umwelt- und ressourcenschonend betrieben, aber auch wirtschaftlich erfolgreich geführt werden. Wie wirkt sich das Stadiondesign darauf aus, welche Trends zeichnen sich im Neu- und Umbau moderner Sportstätten ab und welche Herausforderungen wurden bei Planung der NV Arena in St. Pölten gemeistert?

Dr. Stefan Nixdorf, Geschäftsführung, agn-International

Nachhaltiges Sportstättenmanagement – Wunsch oder Wirklichkeit? | Podiumsdiskussion

Was bedeutet Nachhaltigkeit im Sportmanagement und welche Konzepte werden von Vereinen und Betreibern umgesetzt? Wo liegen die Möglichkeiten und wo die Grenzen?

Prof. Dr. Natalie Eßig, Fachgebiet Bauklimatik, Hochschule München

Gunther Schmidt, Project Manager Green-Technologies, SGS Gruppe

Arne Menn, Geschäftsführer, sustainable///sports

15:30 Kaffeepause

16:15 Parallele Foren

SPORTMEDIEN.FORUM

S. 13

FANMARKETING.FORUM

S. 15

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

19. November 2014 // KKL, Clubraum 3+4

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 5 Jahren leitet er das Sportmedien.Forum.
www.gartmann.biz

Moderation

Christian Gartmann, Inhaber, gartmann.biz

14:15 Video-Kommunikation im Sport

Vom Wettkampfbericht bis zur Anti-Rassismuskampagne - vom Smartphone bis zum HD-Produktionsstudio: Video ist aus der modernen Verbands- und Veranstalterkommunikation nicht mehr wegzudenken. Was früher nur mit enormen Budgets zu realisieren war, lässt sich heute schon mit bescheidenen Mitteln umsetzen. Entscheidend für den Erfolg der Videokommunikation ist eine klare Idee.

Christoph Roost, Special Projects Senior Manager – Communications & Public Affairs, FIFA

Twitter anlässlich der Fussball-WM – Trends und Perspektiven

Keine der sozialen Plattformen hat während der WM in Brasilien so viele Interaktivitäten gehabt wie Twitter. Grafiken, Statistiken, Live-Kommentare, Fanbilder – es gibt zahlreiche Möglichkeiten mit Twitter über das Event zu kommunizieren. Trends und Perspektiven aus der Twitter-Sicht.

Paul Keuter, Head of Sports, Twitter Deutschland

Handball im TV: Welche Strategie verfolgt der Schweizer Handball-Verband?

Roger Keller, Marketing/Sponsoring, Schweizerischer Handball-Verband

Sport-Medien-Strategien: Wie kommt mein Sport ins TV ? | Podiumsdiskussion

Roger Feiner, Geschäftsführer Sport, Teleclub Programm

Thomas Burkhardt, Leiter Sponsoring, Swiss Tennis

Roger Keller, Marketing/Sponsoring, Schweizerischer Handball-Verband

15:45 Kaffeepause

16:15 The Future of Reporting at the Olympic Games and Major Sporting Events

Olympische Spiele gehören alle zwei Jahre mit zu den wichtigsten Nachrichtenereignissen. Das Aufkommen des Internets und der Sozialen Netzwerke hat der Berichterstattung in den klassischen Medien nicht geschadet. Die Aufmerksamkeit für die Olympischen Wettkämpfe ist weiter gestiegen. Wie sieht die Zukunft der Berichterstattung bei Olympischen Spielen aus?

Anthony Edgar, Head of Media Operations, IOC

Krisenkommunikation für Sportveranstaltungen

Als Direktor des Eidgenössischen Turnfests 2013 geriet Fränk Hofer buchstäblich in einen Sturm: Ein plötzlich auftretendes, schweres Unwetter wirbelte Zelte durch die Luft und verletzte Menschen. Innert Minuten musste die Krisenkommunikation einsetzen. (Wie) kann ein Veranstalter sich auf eine Krisensituation vorbereiten? Was braucht es an Denkarbeit, Konzepten, Schulung und - nicht zuletzt - an richtiger Einstellung, damit im Krisenfall die Kommunikation die Bewältigung unterstützt und nicht sogar erschwert?

Fränk Hofer, Direktor, Eidg. Turnfest Biel 2013

Kommunikation in der Krise | Podiumsdiskussion

Digital Publishing: „NEU-Verpflichtung“ – das digitale YB MAG

Immer mehr Sportclubs der Schweiz erkennen den wandelnden Medienkonsum. BSC Young Boys haben erst kürzlich die Erstausgabe des digitalen YB Mags erfolgreich lanciert. Das digitale Magazin bietet beste Unterhaltung und ist eine Mischung aus spannenden Video-Beiträgen, inspirierenden Hintergrundinformationen sowie einzigartigen Inszenierungen rund um den BSC Young Boys. Erfahrungen und Perspektiven von Fan-E-Magazines.

Christoph Lanz, CMO, BSC Young Boys/Stade de Suisse

Richard Hurni, Managing Partner, GO Group

18:00 Ende Sportmedien.Forum



Jetzt mitspielen und gewinnen:
raiffeisen.ch/footballquiz

Messen Sie Ihr Fussballwissen vor jeder Spielrunde der Raiffeisen Super League. Gewinnen Sie 1'000 Franken und weitere attraktive Preise.



Wir machen den Weg frei

RAIFFEISEN

FANMARKETING

19. November 2014 // KKL, Luzerner Saal

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

André Stöckli, Leiter Sponsoring Fussball, Raiffeisen Schweiz

Oliver Niedermann, Head of Marketing, Raiffeisen Schweiz

16:15 Zielgruppen-Analyse der Raiffeisen Super League Clubs

Die WEMF AG für Werbemedienforschung erhebt mit mehr als 9'400 repräsentativen Interviews, welche Zielgruppen sich in der Schweiz für welche Sport- und Kultur-Events interessieren. Welche Potentiale haben welche Vereine bzgl. Geschlecht, Alter und Kaufkraft? Lassen sich bei der jährlich aktualisierten Studie Trends erkennen - im Hinblick auf das Wachstum einzelner Fan-Communities aber auch in Bezug auf die Marken- und Mediennutzung der Fans?

Jean-Baptiste Felten, Inhaber und Geschäftsführer, Felten & Compagnie

Sportmarke schafft Fanwachstum: Das Beispiel BERLIN RECYCLING Volleys

Die BERLIN RECYCLING Volleys haben es verstanden, Zuschauer und Medien für die Nischensportart Volleyball zu begeistern und zu binden. Durch hohe Präsenz, professionelle Strukturen und stringent belegte Themen hat der Club seinen festen Platz auf den Seiten und in den Sendezeiten der Medien sowie in den Köpfen und Herzen einer immer größeren Fangemeinde in Berlin erobert.

Jens Leonhäuser, Geschäftsinhaber, Steilpass

Potentiale entdecken – Mit Passion Drivers™ Schweizer Fans verstehen

Viele Informationen über Fans sind allgemein bekannt und leicht zugänglich. Wer sie sind, was sie machen, woher sie kommen und wann und wo sie mit Sport, Entertainment und Lifestyle-Aktivitäten in Kontakt sind. Das von Octagon entwickelte Tool Passion Drivers™ untersucht Fanverhalten und konzentriert sich auf die oftmals unbeantwortete Frage nach dem „Warum“. Am Beispiel der New York Red Bulls wird gezeigt, wie ein Verein diese Analyseergebnisse zur Entwicklung zielgerichteter Maßnahmen einsetzt. Auch für die Schweiz liegen Passion Drivers™ Ergebnisse dank einer von Raiffeisen unterstützten Studie vor.

Dennis Trautwein, Group Director, Octagon Deutschland

Wie ausgeschöpft ist das Fan-Potential im Schweizer Fussball? | Podiumsdiskussion

Martin Blaser, Direktor Marketing und Verkauf, FC Basel

Pascal Kesseli, CEO, FC St.Gallen

Thomas Schönberger, CEO, FC Zürich

Marc Brix, General Manager, Octagon Deutschland

Hans-Willy Brookes, CEO, ESB Marketing Netzwerk (Moderation)

18:15 Ende Fanmarketing.Forum





■ 19. November 2014 // 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

18:30 Octagon Sports Night

Nach einem Tag voller Inputs und News aus dem Sportbusiness ist die Zeit zum Geniessen gekommen. Bereits zum sechsten Mal wird die grösste Sportbusiness-Party der Schweiz 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.



We connect and multiply emotions

Swisscom Event & Media Solutions

Ob Sportanlass, Open-Air Festival oder Corporate Event, ob lokal oder international: Mit Passion und Expertise bieten wir Ihnen als technische Agentur Connectivity, Media Production, Streaming Services und Entwicklung von individuellen End2End-Lösungen aus einer Hand.

www.swisscom.ch/sem



SPORT.FORUM.SCHWEIZ

20. November 2014 // Hotel Schweizerhof Luzern

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.

09:00 Brack.ch Challenge League: Zwischenbilanz des Sponsors

Seit einer Saison ist Brack.ch Namenssponsor der Fussball Challenge League. Welche Ergebnisse konnte der Online-Händler erzielen? Ist das Engagement ein Vorbild für andere WWW-Shops?

Markus Mahler, CEO, BRACK.CH

Spengler Cup Davos - wie aus Streifen Flecken wurden

Kreatives Sponsoring betreibt Swissmilk beim Spengler Cup in Davos – hier werden nicht die Teams gesponsert, sondern die Offiziellen. Welche Idee steckt hinter dem Sponsoring, welche Ziele werden verfolgt und wie profitiert die Marke von ihrem Engagement?

Dr. Charlotte Hofstetter, Mitglied der Geschäftsleitung, swissmilk

Xherdan Shaqiri: Spagat zwischen Profisport und Markenbotschafter

Erdin Shaqiri, Spielerberater, ESHA Sportmarketing

Mathias Walther, Marketingverantwortlicher Xherdan Shaqiri, Codama

Coca-Cola Schweiz & Xherdan Shaqiri: Gemeinsame Werte leben

„Freundlich, beliebt und dynamisch; ein Teamplayer, der für einen aktiven Lebensstil steht“ – Xherdan Shaqiri ist der ideale Markenbotschafter für Coca-Cola Schweiz. Wieso ist Xherdan der ideale Partner für uns? Welche Ziele werden mit der Zusammenarbeit verfolgt? Welcher Marketing- und Kommunikationsmix kommt zur Anwendung?

Christoph Reitmeir, Markenverantwortlicher, Coca-Cola Schweiz

Sponsoring vs. Sportbetrieb:

Wie professionell gehen Sponsoren, Spieler und Clubs miteinander um? | Interview

Konflikt zwischen dem Erreichen von sportlichen Zielen und den Anforderungen der Sponsoren. Wer hat welche (Werbe-)rechte und wie arbeitet man konfliktfrei zusammen? Welche Möglichkeiten bestehen mit dem Club oder direkt über das Management Testimonialverträge abzuschliessen? Welche Rolle spielen Berater? Wie sollen Spieler mit Social Media umgehen?

Alex Frei, Sportdirektor, FC Luzern

Zurich Versicherung - Verliebt in Eishockey:

Umfassende Sponsoring-Aktivierung zur Emotionalisierung der Marke

Zurich Versicherung engagiert sich in der zweiten Saison mit vielfältigen Partnerschaften im Schweizer Eishockeysport. Als Partner von Swiss Ice Hockey unterstützt Zurich sämtliche Nationalmannschaften, die Schiedsrichter und den Swiss Ice Hockey Day. Zudem prägt Zurich als Presenting Partner den neu lancierten Swiss Ice Hockey Cup und ist am traditionellen Spengler Cup präsent. Welche Überlegungen haben zum umfassenden Engagement im Eishockeysport geführt? Welche Ziele verfolgt Zurich in der Aktivierung der Plattformen und wie zählt das Sponsoring-Engagement auf die Marke ein?

Urs Schwegler, Head Sponsoring, Zürich Versicherungs-Gesellschaft

12:30 Ende der Veranstaltung





WER DAS SPORTBUSINESS KENNT UND WEISS, WIE FANS SICH VERHALTEN, SPIELT ERFOLGREICH

Als Vordenker in der Sportmarketingforschung verstehen wir die DNA der Sportfans – was sie hören und sehen, wie sie reagieren und wie ihr Verhalten sich mit der Zeit ändert.

Mit unserem Wissen und unseren 25 Jahren Erfahrung in

-  **MARKET RESEARCH**
-  **MEDIA EVALUATION**
-  **COMMERCIAL AUDITING**
-  **MARKET INTELLIGENCE**
-  **CONSULTANCY**

verstehen Sie Ihre Zielgruppen, verfolgen Sie die Aktivitäten Ihrer Wettbewerber und sind Sie ihnen einen Schritt voraus.

Treffen Sie die richtigen Marketing- und Sponsoringentscheidungen auf Basis fundierter Daten und Fakten, und erreichen Sie mit uns Ihre Ziele.

Tel.: +49 (0) 221 430 730 | +49 (0) 721 912 600 | deutschland@repucom.net

GLOBAL LEADERS IN SPORTS MARKETING RESEARCH

PARTNER

PREMIUM PARTNER

CARRE
Business & Public Events

Mediatec

OCHSNER
SPORT

REPUcom

ticketcorner.ch

SPORTFIVE

FORUM PARTNER

RAIFFEISEN

gartmann.biz
business in media – media in business

octagon

Stadionwelt®

ticketcorner.ch

LEISTUNGSPARTNER

APA
WERBEMITTEL

patide®
die Eventtischdecke

amag

JMT
Mietmobiliar

KAISER
PROMOTION AG

KYOCERA
Document Solutions

FELDSCHLÖSSCHEN

publisuisse

swisscom

SAMSUNG

MEDIEN PARTNER

EUROSPORT

persönlich

Stadionwelt®

M K
MARKETING & KOMMUNIKATION

publisuisse

SPONSORING
extra

SWISS
MARKETING

marketing.ch
DAS SCHWEIZER MARKETING-PORTAL

Handelszeitung

cash

WIR SCHAFFEN MARKTPLÄTZE FÜR ENTSCHEIDER AUS
SPORT, ENTERTAINMENT & MARKETING.



ESB MARKETING NETZWERK



Die ESB ist DIE Networking-Plattform für Entscheider aus den Bereichen Sport, Entertainment & Marketing. Mitglieder der ESB profitieren dabei von umfangreichem Know-how & Kontakten. Kongresse, Seminare und branchenrelevante Kommunikationsmöglichkeiten sowie individuell abgestimmter Support sind die Plattformen zur Entwicklung Ihres Business. Für ESB Partner inklusive:

- Know-how**
ESB ist Marktführer für Kongresse, Seminare & Lehrgänge im professionellen und semiprofessionellen Markt für Sport, Entertainment & Marketing.
- Kontakte**
Das ESB Partnernetzwerk umfasst rund 300 Unternehmen, Agenturen, Dienstleister und Profivereine. So bieten sich Ihnen jederzeit die richtigen und wichtigen Ansprechpartner.
- Kommunikation**
Branchenrelevante Medien und ESB Presse Service für Ihre kontinuierliche Präsenz am Markt.

Die ESB öffnet Ihnen Türen und schafft Mehrwerte für Ihr Business.
Kontakt: www.esb-online.com | info@esb-online.com | Tel. +41 71 223 78 82

1 KONGRESSE

Digital Sports & Entertainment	29. September 2014	Berlin
KulturInvest Kongress	30./31. Oktober 2014	Berlin
sport.forum.schweiz	19./20. November 2014	Luzern
SpoBiS	09./10. Februar 2015	Düsseldorf
Kids & Marke	17. März 2015	Köln
Premium & Marke	23. April 2015	Stuttgart
Sport & Marke	20./21. April 2015	Wien
Schweizer Markenkongress	18. Juni 2015	Zürich
Testimonial Summit	September 2015	München

2 SEMINARE

So findet man Sponsoren	03. Februar 2015	St. Gallen
Sponsoring aktiviert Marke	04. Februar 2015	St. Gallen
Sponsoring Akquise insentiv	03. März 2015	St. Gallen
Professionell managen	04. März 2015	St. Gallen
Sponsoring verkauft	14. April 2015	St. Gallen
Sponsoring bindet Kunden & Mitarbeiter	15. April 2015	St. Gallen

3 LEHRGANG

Diplom Event-Manager	Lehgangsstart: 25./26. Oktober 2014	Appenzell
----------------------	-------------------------------------	-----------

4 ESB SPECIALS

ESB Partnerforum	07.-09. November 2014	Mallorca
ESB Markenforum	November/Dezember 2014	tba
Swiss Management Run	21. August 2015	Arosa

ANMELDUNG



ONLINE-ANMELDUNG UNTER

WWW.SPORTFORUMSCHWEIZ.CH

ODER DAS FORMULAR PER FAX AN: +41 71 223 78 87

Das sport.forum.schweiz findet am 19./20. November 2014 in Luzern statt.

☐ **Option 1 I Standard**

2 Tage | 19./20.11.14
CHF 1490,- zzgl. MwSt.

beinhaltet:
sport.forum.schweiz
inkl. aller Foren und Verpflegung
Sports Night
1 Übernachtung
Breakfast Session

☐ **Option 2 I Standard**

1 Tag | 19.11.14
CHF 1190,- zzgl. MwSt.

beinhaltet:
sport.forum.schweiz
inkl. aller Foren und Verpflegung
Sports Night

☐ **Option 3 I Standard**

1 Tag | 20.11.14
CHF 690,- zzgl. MwSt.

beinhaltet:
Sports Night
1 Übernachtung
Breakfast Session

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

☐ **Option 1 I Swiss Olympic**

2 Tage | 19./20.11.14
CHF 990,- zzgl. MwSt.

☐ **Option 2 I Swiss Olympic**

1 Tag | 19.11.14
CHF 890,- zzgl. MwSt.

☐ **Option 3 I Swiss Olympic**

1 Tag | 20.11.14
CHF 590,- zzgl. MwSt.

Ich melde mich verbindlich zur Teilnahme beim sport.forum.schweiz an.

Vor-/Name

Firma

Strasse, Nr. / Postfach

PLZ, Ort, Land

Telefon

Email

Weitere Personen

Kontakt

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

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

Kongressorte

Kultur- und Kongresszentrum KKL Luzern
Europaplatz 1
6005 Luzern

Hotel Schweizerhof Luzern
Schweizerhofquai
6002 Luzern

Die Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eintreffens berücksichtigt. Bei Stornierung (nur schriftlich) bis eine Kalenderwoche vor Kongressbeginn wird eine Stornogebühr von 50% der Kongressgebühr fällig. Danach wird der gesamte Teilnehmerbetrag erhoben. Bei rechtzeitiger Nennung eines Ersatzteilnehmers entfällt die Stornogebühr. Die Rechnung ist innerhalb 14 Tagen nach Rechnungslegung zahlbar. Diese Anmeldung ist verbindlich. Für allfällige Programmänderungen, Druckfehler und Referenten-Ausfälle übernimmt der Veranstalter keine Haftung.

ESB
MARKETING NETZWERK