

SPORT.FORUM. SCHWEIZ

COMPLIANCE

SPORTMEDIEN

TOURISMUS

DIGITALISIERUNG

HOST CITIES

INNOVATIONEN

STADION & ARENA





Emotionen erleben – jetzt noch schärfer in Ultra High Definition

Broadcast | Event | UHD



Broadcast Services

NEP Switzerland AG
CH - 8604 Volketswil-Hegnau
www.nepswitzerland.ch

SPORT.FORUM.SCHWEIZ



22. SPORT.FORUM.SCHWEIZ

BY LUZERN TOURISMUS

Sehr geehrte Damen und Herren

Sport ist ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. Dies auch besonders in der Schweiz und Luzern: Die Winteruniversiade 2021, die jährliche Lucerne Regatta und der FC Luzern sind Beispiele dafür. Sponsoring, Tourismus, Innovationen, Vermarktung und Werbung sind Herausforderungen im und mit dem professionellen Sport.

Auch deshalb freuen wir uns sehr, dass dank des SPORT.FORUM.SCHWEIZ Luzern erneut für einige Tage zum Mittelpunkt des Schweizer Sportbusiness wird. Die Ausstrahlungskraft dieses Anlasses ist für Luzern von grosser Bedeutung.

Danke vielmals für die Plattform!

Beat Wälti
Luzern Tourismus
Leiter Marketing & Sales

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

nielsen

AN UNCOMMON SENSE
OF THE CONSUMER™

WE

KNOW

FANS

NIELSEN SPORTS

OUR INSIGHTS
HELP BRANDS AND
RIGHTS HOLDERS
TO **UNLOCK THE VALUE**
OF SPORTS FANS
TO GROW THEIR BUSINESS

.....
CONTACT US

Lars Stegelmann
Executive Vice President Sales Operations, Nielsen Sports
lars.stegelman@nielsen.com | +41 41 7110711



www.nielsensports.com

ÜBERSICHT

KKL LUZERN

Check-In ab 08:30

Mittwoch, 09.11.2016	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
Sponsorship.Digital.Forum													S. 10
Live.Communication.Forum													S. 11
Fan.Mitglied.Forum													S. 13
Innovationen.Forum													S. 14
Stadion.Arena.Forum													S. 15
Host.City.Forum													S. 17
Sport.Medien.Forum													S. 19
Business Networking													S. 6

HOTEL SCHWEIZERHOF LUZERN

Mittwoch, 09.11.2016	8:00	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	
Sports Night by Adcom													S. 20
Donnerstag, 10.11.2016	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. 21

AUF DER BÜHNE u.a.



HAUPTBÜHNE

■ 09. November 2016 // KKL, Luzerner Saal

HAUPTBÜHNE

Moderation

Patrick Cotting, CEO, CCI Cotting Consulting

09:00 Begrüssung

Hans-Willy Brockes, CEO, ESB Marketing Netzwerk

Marcel Perren, Tourismusdirektor, Luzern Tourismus

Sportkonsum in der Schweiz: Neue Einblicke in Nachfrage und Mediennutzung

Welche Sportarten neben Fussball und Eishockey ziehen das Interesse der eidgenössischen Sportfans auf sich? Über welche Kanäle in der volatilen neuen Medienlandschaft informieren sich die Fans über ihre Lieblingssportarten?

Lars Stegelmann, Executive Vice President Sales Operations, Nielsen Sports

Is UPC the Gamechanger of Swiss Sportsrights? | Interview

Gemeinsam mit der Kabelnetzbetreibervereinigung Suissedigital konnte UPC die Medienrechte am Schweizer Eishockey erwerben. Ab 2017 wird dazu die neue TV-Plattform „My Sports“ aufgeschaltet. Welche weiteren Sportangebote könnte „My Sports“ erwerben? Wie entwickeln sich die Preise für TV-Rechte in der Schweiz generell?

Roger Feiner, VP Sport Content / Managing Director MySports, UPC

Rechte-Roulette – Wo findet Sport zukünftig medial statt? | Interview

Welche Sport-Strategie verfolgt die SRG SSR? Welche Sportarten und -events werden in der Zukunft welche Bedeutung haben? Welche Herausforderung stellen internationale Sport-(Live)-Streaming-Angebote wie DAZN dar? Was sind die Konsequenzen für Zielgruppen (jung vs. alt) und für das Nutzungsverhalten (TV, Secondscreen, Mobil)?

Roland Mägerle, Leiter Business Unit Sport, SRG SSR / Leiter Sport, SRF

11:00 Kaffeepause

11:30 Eighty One & Dominic Schmitter: Sponsoring sorgt für Aufregung!

Die Mode- und Energy Drink-Marke „Eighty One“ sponsert den Superbiker Dominic Schmitter. Die Nähe von Eighty One zu den Hells Angels durch Firmeninhaber Peter Heeb und „81“, die im Alphabet die Abkürzung HA darstellt, sorgt für mediale Aufregung. Was verkörpert Eighty One? Wie geht Dominic Schmitter seinen sportlichen Weg?

Peter Heeb, CEO, 81 Drinks

Dominic Schmitter, Superbiker

Mastercard: Sponsoring-Aktivierung bei der UEFA Champions League

Warum ist Mastercard als Sponsor aktiv und nach welchen Kriterien werden Sponsorships ausgewählt? Als langjähriger Partner der UEFA Champions League sorgt Mastercard on- und offline für „priceless moments“. Wie wird das Sponsorship aktiviert und crossmedial integriert?

Delia Halder, Head of Marketing Switzerland, Mastercard

Compliance – Herausforderungen und Lösungen am Beispiel „Credit Suisse“

Das Thema „Compliance“ hat spätestens seit der Verschärfung des Korruptionsstrafrechts zu Diskussionen bei Veranstaltern und Sponsoren geführt. Am Beispiel „Credit Suisse“ wird aufgezeigt, was aus Sponsorensicht die Risiken sind und wie die Credit Suisse diesen begegnet.

Eldrid ten Bosch, Head Anti-Bribery and Corruption, Credit Suisse

Gibt es ein Compliance-Problem in der Schweiz? Wie lösen wir es? | Diskussion

Bill B. Mistura, Geschäftsführer, HC Davos / Beirat & Vize-Präsident, OK Spengler Cup

Eldrid ten Bosch, Head Anti-Bribery and Corruption, Credit Suisse

Christoph Lanz, Sekretär des Verwaltungsrates/Leiter Corporate Legal & Management Services, MCH Group

13:15 Mittagspause

10:00 BUSINESS-NETWORKING (Parallel zum Hauptprogramm)

Auch in seiner 22. Ausgabe bietet das SPORT.FORUM.SCHWEIZ den Gästen viel Raum für Networking und Erfahrungsaustausch. Beim „Speednetworking“ haben 20 Teilnehmer (nach Buchungseingang) die Möglichkeit sich systematisch innerhalb von 30 Minuten zu vernetzen. Die Anmeldung erfolgt im Voraus per Email an Felix Berger | berger@esb-online.com.

HAUPTBÜHNE

■ 09. November 2016 // KKL, Luzerner Saal

HAUPTBÜHNE

14:30 Trainingslager & Testspiele im Profifussball

Die ehemalige Nische Trainingslager ist längst ein Business Case. Match IQ organisiert für nationale und internationale Fussball-Vereine Trainingslager und Testspiele. Besonders beliebt sind die Destinationen Schweiz und Österreich. Wie können Tourismus-Destinationen, aber auch die Medien und Sponsoren in der Schweiz stärker profitieren?

Nils Janzen, Director Marketing & Quality Management, Match IQ

Grasshopper Club Zürich – Wirtschaftliche vs. sportliche Perspektiven? | Interview

Manuel Huber führt den Schweizer Traditionsclub (27 Meistertitel, 19 Cupsiege) seit 2014 mit Erfolg. Wie steht es um die sportlichen und wirtschaftlichen Perspektiven? Welche Strategie wird im Bereich Nachwuchs & Spielertransfers, im Sponsoring und für einen Stadionbau verfolgt?

Manuel Huber, CEO, Grasshopper Club Zürich

Attraktivitätscheck: Fussball Schweiz | Diskussion

Die TV-Rechte der Raiffeisen Super League und der Brack.ch Challenge League wurden ab der Saison 2017/18 von der Cinetrade AG, zu der auch Teleclub gehört, erworben. Sind die Rechte refinanzierbar? Wie attraktiv sind die Ligen insbesondere aus der Perspektive von Sponsoren? Welche innovativen Werbeangebote können neue und mehr Werbepartner in den Schweizer Fussball ziehen?

Jens Keel, Founder/Partner, sportemotion

Claudia Lässer, Geschäftsleitung, Teleclub Programm

16:00 Kaffeepause

16:30 Virtuelle Bandenwerbung: Steht eine Revolution vor der Türe?

Verschiedene Anbieter arbeiten seit Jahren am digitalen Überblenden der „realen LED-Werbung“. Was ist der technologische Stand? Wie werden sich das Sehverhalten des Zuschauers, die Werbemöglichkeiten der Sponsoren und die Vermarktungsmöglichkeiten verändern?

Markus Laub, CEO, VirtualAds

EHC Uzwil Hawks: Emotionen & Marketing begeistert Sponsoren

Der EHC Uzwil ist sportlich in der 2. Liga und beschliesst mit „Change on the fly“ zunächst ins Marketing zu investieren. Darauf basierend werden Sponsoren emotional angesprochen und aktiviert. Emotionale Projekte rund um Nachwuchs-, CSR- und auch Plausch-Eishockeyturnier ziehen Sponsoren wie Bühler, Raiffeisen und SPAR an. Der sportliche Aufstieg in die 1. Liga ist die Konsequenz.

Adam Mechergui, Geschäftsstellenleiter, EHC Uzwil Hawks 1941

Eishockey Schweiz: Finanzen, Strukturen, Zukunft | Diskussion

Wie wirtschaftlich ist die Situation bei fünf Wettbewerben pro Jahr für Clubs und Verband? Wie ist die Situation bzgl. TV-Einnahmen, Sponsoring, Ticketing und anderen Einnahmequellen? Wie lassen sich Kosten managen, ohne sportlich Forfait zu geben?

Florian Kohler, CEO, Swiss Ice Hockey Federation

Urs Schwegler, Head Sponsoring & Live Marketing, Zürich Versicherungs-Gesellschaft

Hans-Ulrich Lehmann, Präsident des Verwaltungsrates, EHC Kloten Sport

Sponsoring Aktivierung dank viralem PR-Gag mit FC Zürich-Frauen

Mit der möglichen Auflösung der Frauenmannschaft des FC Zürich landet QoQa einen viralen Hit. Die Werbekampagne spielt mit Vorurteilen rund um den Frauenfußball. Wie schafft es QoQa mit diesem Marketing-Coup Markenbekanntheit zu erzeugen? Ein Paradebeispiel für effektive Sponsoring-Aktivierung?

Jan Müller, Verantwortlicher Marketing, QoQa D-CH

18:30 Ende HAUPTBÜHNE

19:00 Türöffnung

SPORTS NIGHT BY ADCOM

S. 20



**An der Bergbahnkasse anstehen
ist Schnee von gestern!**

TICKETCORNER SKICARD

ticketcorner.ch/ski

ticketcorner.ch
SKITICKETS.



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.

ticketcorner.ch

Moderation

Pascal Jenny, Direktor, Arosa Tourismus

09:15 Einführung: Zahlen, Fakten, Sorgen & Perspektiven aus Arosa

Pascal Jenny, Direktor, Arosa Tourismus

„Too Small to Fail“ – Ansprüche und Realität: Bergbahnen am Scheideweg

Gerade strukturarme Berggebiete trifft die Tourismuskrisen hart. Oftmals haben gerade in diesen Regionen Bergbahnen eine Schlüsselfunktion. Regelmässig können sich kleine Bahnen nicht selber tragen und stellen die Regionen vor grosse Herausforderungen. Wie wichtig sind Sport-Angebote und Events? Positive Fallbeispiele dank (Sport-)Segmentierung.

Heinz Rütter, Geschäftsführer, Rütter Sococo

Tour de Suisse: OHNE Sölden – MIT St.Moritz, Davos, Arosa | Diskussion

Ab 2018 verzichtet die Tour de Suisse auf Ihren „Ausflug nach Tirol“, dies auf Betreiben der Graubündner Destinationen. Lässt sich das finanzielle Engagement in Übernachtungszahlen messen? Welche Werbe- und Imagebedeutung hat die Tour de Suisse für den Schweizer Tourismus?

Olivier Senn, Generaldirektor Tour de Suisse, InfrontRingier Sports & Entertainment Switzerland

Reto Bransch, Direktor/CEO, Destination Davos Klosters

Kreative Eiskonzepte als Tourismusturbo

AST realisiert Eislaufbahnen für Weihnachtsmärkte, Eis-Events oder komplette Ausstattungen für Eisstadion. Welche Impacts erzielen Tourismusdestinationen wie Interlaken (ICE MAGIC) oder Wien (Wiener Eisraum) durch Eislandschaften? Wie kann das Gesamterlebnis mit innovativen Elementen vom „Ice Cross Downhill“ gesteigert werden?

Peter Hirvell, Managing Director Marketing & Sales, AST Eis- u. Solartechnik

Christoph Müller, Sales- & Project Manager, AST Eissport- u. Solaranlagenbau

Events und Sport als Tourismusmagnet: Was funktioniert in der Schweiz? | Diskussion

Tourismusregionen treten als Sponsoren auf, Sportler werben als Tourismusbotschafter und kurzfristige Trends wie Pokémon Go sorgen für Antrieb. Was sind langfristige und erfolgreiche Treiber für den Tourismus in der Schweiz?

Dr. Berno Stoffel, CEO, Touristische Unternehmung Grächen / Vizepräsident, Walliser Bergbahnen

Adrian Studer, Vorsitzender der Geschäftsleitung, beco Berner Wirtschaft Economie bernoise

11:15 Kaffeepause

11:30 Parallele Foren

HAUPTBÜHNE

S. 6

SPONSORSHIP.DIGITAL.FORUM

S. 10

LIVE.COMMUNICATION.DIGITAL.FORUM

S. 11

FAN.MITGLIED.FINANZIERUNG.FORUM

S. 13

SPONSORSHIP.DIGITAL

■ 09. November 2016 // KKL, Clubraum 3+4

octagon

SPONSORSHIP.DIGITAL.FORUM

Passion. Engagement. Results – mehr als 900 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

Moderation

Marc Brix, General Manager, Octagon

11:30 #MakeYourDebut – SOCAR Sponsor der UEFA Euro 2016

Als Debütant im Reigen der UEFA Euro-Sponsoren setzte SOCAR sein Engagement mit dem Thema „Make your Debut“ emotional in Szene. Wie schaffte es SOCAR, sich durch die digitalen Kommunikationskanäle der UEFA und die Nutzung von Datagraphics authentisch als neuer Fussball-Partner vorzustellen? Welche Learnings sind auch für andere Sponsoring-Einsteiger relevant?

Tassilo von Hanau, Senior Account Director, Octagon

Swissquote: Sponsoring-Strategie mit Manchester United

Die Schweizer Onlinebank Swissquote verlängert sein Sponsoring-Engagement mit dem englischen Fussballklub Manchester United. Für rund vier Millionen Franken pro Jahr darf das Unternehmen sein Logo auf der Internetseite und in den Publikationen platzieren – zudem erhält die Bank Zugang zu der Fandatenbank des Vereins. Was kann von dieser Zusammenarbeit erwartet werden?

Jan De Schepper, Head of Marketing, Swissquote

Die Zukunft des Sponsoring im (digitalen) Kaufprozess

Der Fahrrad-Markt zeigt, wie Hersteller via E-Commerce direkten Absatz betreiben und gleichzeitig mit stationären und Online-Händlern zusammenarbeiten. Welche Funktion hat das Sponsoring von Testimonials, Teams und Events? Generiert Sponsoring einen emotionalen Mehrwert innerhalb des Omnichannel-Kaufprozesses? Funktionieren Social Media und Online-Auftritte der Sportstars als Vertriebsinstrument?

Nicola Schlup, Managing Director, nexum Schweiz

eSport-Hype – Auch im Sponsoring?

eSport boomt international. Täglich neue Meldungen über Kooperationen mit Bundesliga-Clubs. Auch Sponsoren lassen erahnen, dass hier ein Markt mit grossem Potential entsteht. Neben den Chancen bringt der Boom auch Risiken: Killerspiele und Doping. Wie ist der Status quo?

Daniel Luther, Ex-eSports-Weltmeister und Verfasser ESB Report eSports 2016/17

13:15 Mittagspause

14:30 Parallele Foren

HAUPTBÜHNE

S. 7

INNOVATIONEN.FORUM

S. 14

STADION.ARENA.FORUM

S. 15

HOST.CITY.FORUM

S. 17



LIVE.COMMUNICATION

09. November 2016 // KKL, Clubraum 5+6



swisscom

LIVE.COMMUNICATION.DIGITAL.FORUM

Die Swisscom Event & Media Solutions AG 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 befasst sich das Team aus rund 60 Mitarbeitenden intensiv mit Trendthemen wie z.B. Virtual Reality und ist Initiator des LiveCom Blogs „zoon“.

www.swisscom.ch/sem

www.zoon.ch

Moderation

Gabriel Gee-Jay Jenny, freier Journalist

11:30 Estavayer2016 – Tradition trifft Moderne. Ein Blick hinter die Kulissen.

Highspeed-WiFi, Event-App, „always online“ – die digitale Transformation macht auch vor einem traditionellen Anlass wie dem Eidg. Schwing- und Älplerfest keinen Halt. Wie wird man den steigenden Bedürfnissen der Besucher, Sponsoren und Medien gerecht?

Peter Schwaar, Verantwortlicher für die Stabsstelle Informatik, OK Estavayer2016

Online Sport Channels: Die neue Macht der Brands und Federations | Diskussion

Den TV Sendern brechen die Zuschauer weg – bei NBC Sports in Rio mit minus 30%. Mit eigenen Online Sport Channels und Video Streams sind die Federations und ihre Brand-Partner die neuen Power Player im Media System. Wir stehen am Beginn einer neuen TV-Ära mit neuen Machtverhältnissen. Die Podiumsgäste äussern sich zu ihren Online Media Strategien.

Christoph Roost, Special Projects Senior Manager, FIFA

Beat Ackermann, Geschäftsführer, Indoor Sports

Björn Wäspe, Brand Activation, Sponsorship & Events, UBS

Sebastian Picklum, Director Product Management, MovingIMAGE24

SAMSUNG 360° – Virtual Reality Experience: Wer profitiert?

SAMSUNG produzierte mit seinem Snowboard- und Freeski-Team einen 360° Action Clip, welcher auf YouTube mehr als 1,3 Mio. Aufrufe hat. Welchen Beitrag leisten 360°-Kameras und VR für die Sportvermarktung? Welche Consumer Experiences finden statt? Verändert und unterstützt VR den Spitzen- und Breitensport? Gibt es neue Vermarktungschancen für diese Produktgruppen?

Patrik Rosenberg, Brand Communication Manager, SAMSUNG Electronics Switzerland

Live Virtual Reality – Chancen und Grenzen für Events | Diskussion

Virtual Reality ist der grosse Trend im Bereich Bewegtbild. Welche Möglichkeiten ergeben sich daraus für Sportevents? Über Chancen und Hindernisse, Sinn und Unsinn diskutieren verschiedene Experten aus Sicht der Technologie-, Anwender- und Businessoptik.

Martin Richi, Mitgründer und Visionär, Zaak

Patrik Rosenberg, Brand Communication Manager, SAMSUNG Electronics Switzerland

Tinet Gaudenz, Projektleiter Innovation, TPC Switzerland

13:15 Mittagspause

14:30 Parallele Foren

HAUPTBÜHNE

S. 7

INNOVATIONEN.FORUM

S. 14

STADION.ARENA.FORUM

S. 15

HOST.CITY.FORUM

S. 17



Weg frei für euer Projekt auf
lokalhelden.ch

Jetzt
Lokalheld
werden

Das Spendenportal von Raiffeisen für Vereine, Institutionen und Menschen mit gemeinnützigen Projekten. Einfach und kostenlos Geld, Material oder Helfereinsätze sammeln und spenden auf lokalhelden.ch

RAIFFEISEN
lokalhelden.ch

FAN.MITGLIED.FINANZIERUNG.FORUM

RAIFFEISEN

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. Im 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

Moderation

Christian Fontana, ESB Marketing Netzwerk

11:30 Härzbluet – die Fan-Finanzspritze für den FC Thun

214 KMU-Partnerschaften und über 1'100 private Mitglieder haben zusammen dem FC Thun in der Saison 2014/15 250'000 Sfr. überwiesen. Wie nachhaltig ist die Fan-Aktion „Härzbluet“ für die Finanzierung des FC Thun? Welche Perspektiven gibt es?

Guido Feller, Gründungsmitglied FC Thun, FC Thun

Silvan Egger, Gründungsmitglied FC Thun, FC Thun

FC Rapperswil-Jona: Mehr Sponsoren per Losentscheid?

Alljährlich erhält einer von rund 50 Sponsoren per Los die Möglichkeit, die Brustwerbung des Fanionteams in der Promotion League zu zieren. Ein Vorbild auch für andere Vereine, die keine grossen liquiden Hauptsponsoren als Unterstützer haben?

Mathias Walther, technischer Leiter, FC Rapperswil-Jona

lokalhelden.ch – Lokales Crowdfunding powered by Raiffeisen

Die Online-Plattform lokalhelden.ch dient als Crowdfunding-Plattform für lokale Vereine und verknüpft Sponsoringengagements mit Sammelaktionen. Wie wird die Kommunikation der Raiffeisen Gruppe gestärkt und gleichzeitig der lokale Genossenschaftsgedanke gefördert?

André Stöckli, Leiter Sponsoring, Raiffeisen Schweiz

Rapid InvestOR – Mit Fan-Investment erfolgreich zum neuen Stadion

Um den Bau des „Allianz-Stadions“ zu finanzieren, griff der SK Rapid Wien auf sein wertvollstes Kapital zurück – die Fans. Über eine Crowdinvesting-Plattform konnten Fans in den Neubau investieren. Gesamtsumme: 3 Mio. EUR. Wann sind Fan-Anleihen erfolgreich?

Mag. Raphael Landthaler, Direktor Finanzen und Organisationsentwicklung, SK Rapid Wien

13:15 Mittagspause

14:30 Parallele Foren

HAUPTBÜHNE

S. 7

INNOVATIONEN.FORUM

S. 14

STADION.ARENA.FORUM

S. 15

HOST.CITY.FORUM

S. 17

INNOVATIONEN

09. November 2016 // KKL, Clubraum 3+4

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 erfolgreicher 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

14:30 Vom Sportsponsoring zur Themenkompetenz: Bedeutung für Unternehmen & Sportveranstalter?

Das klassische Sportsponsoring kommt unter Druck: Unternehmen wollen eine umfassende Themenkompetenz aufbauen und möglichst viel Business-Wert abschöpfen. Dies wird den Sponsoring-Markt radikal verändern. Wie unterscheidet sich innovative Themenkompetenz von klassischem Sponsoring? Wie bauen Top-Brands ihre Kompetenzthemen auf? Wie müssen Sportveranstalter und Verbände reagieren?

David Jäger, COO, Reflection Marketing

Swisscom: aktuelle Live Marketing-Trends und ihre Einflüsse auf das Sportsponsoring

Die Live-Marketing-Welt entwickelt sich rasant: Neue Trends, Technologien und Formate verändern das Nutzungsverhalten und damit auch die Anforderungen an das Sportsponsoring. Was sind die Konsequenzen für das zukünftige Swisscom Sponsoring? Wie wird das Sponsoring von morgen aktiviert? Was plant die Swisscom?

Tom Rieder, Leiter Live Marketing & Sponsoring, Swisscom

Trends im Sport-Marketing und ihre kommerzielle Bedeutung | Diskussion

Angetrieben von der Digitalisierung, veränderten Kommunikationsbedürfnissen und gesellschaftlichen Entwicklungstrends verändert sich die Sponsoring-Welt nachhaltig. Auf welche Trends und Entwicklungen muss man reagieren? Welche Chancen und Risiken bieten sich Sportveranstaltern, -vermarktern und Sponsoren?

Christoph Joho, Co-Direktor, Weltklasse Zürich / Präsident, Top Events of Switzerland

Oliver Niedermann, Marketingleiter, Raiffeisen Schweiz

Bruno Marty, Executive Director, Infront Sports & Media

Tom Rieder, Leiter Live Marketing & Sponsoring, Swisscom

16:00 Kaffeepause

16:30 Parallele Foren

HAUPTBÜHNE

S. 7

SPORT.MEDIEN.FORUM

S. 19



STADION.ARENA.FORUM



**SWISS
STADIA & ARENA**
VSSA.CH

Der VSSA ist die führende Kraft und 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, um die Vereinsziele zu erreichen. Der VSSA stellt zudem sicher, dass die volkswirtschaftliche Bedeutung der Stadion- und Arenaindustrie einen entsprechenden Platz in der Wahrnehmung von Behörden, Veranstaltern und Öffentlichkeit einnimmt. www.vssa.ch

Moderation

Felix Frei, Präsident, Swiss Stadia & Arena / Direktor, Hallenstadion Zürich

14:30 Ziele & Aktionsplan der Swiss Stadia & Arena (VSSA)

Wie und was plant der Verein in den kommenden Jahren? Wer ist Mitglied und wer sind die Partner? Welche Leistungen und Angebote sind für die Mitglieder zu erwarten? Wie wird der VSSA in der Öffentlichkeit auftreten?

Felix Frei, Präsident, Swiss Stadia & Arena / Direktor, Hallenstadion Zürich

Branchenstudie „Stadien und Arenen Schweiz“

Vorstellung der jährlichen Branchenstudie in Zusammenarbeit mit HTW Chur und EHSM Magglingen. Welche Benchmarks sind vergleichbar und wo gibt es Unterschiede?

Jon Andrea Schocher, Professor (FH) für Sport Management und Vertiefungsstudienleiter, HTW Chur

Rechtliche Grundlagen

Einblick in die rechtlichen Grundlagen für Arenabetreiber. Wie sieht der Aufbau von rechtlichem Know-how für VSSA Mitglieder aus? Wo liegen die Schnittstellen von Arenabetreibern und Veranstaltern? Welches Leistungsangebot gibt es für Mitglieder des VSSA?

Dr. Andreas Glarner, Anwalt und Partner, MME Legal

Sicherheit – Lage und Massnahmen

Wie ist der aktuelle Stand der Gefährdungslage für Eventveranstalter in der Schweiz? Inwieweit wirkt sich das auf Arena- und Stadionbetreiber aus? Welche Schlüsse kann die Branche daraus ziehen? Konkrete Sicherheitsmassnahmen am Beispiel des Rihanna Konzerts im Stadion Letzigrund.

Ralph Biedermann, Mitglied des Kaders/Einsatzleitung & Projects/FPO, DELTAgroup

„Veränderter Medienkonsum der Jungen - was geht es das Stadion an?“

Stefan Ledergerber, Partner, Simplicity

16:15 Kaffeepause

16:30 Parallele Foren

HAUPTBÜHNE

S. 7

SPORT.MEDIEN.FORUM

S. 19



FESTIVAL-CITY LUZERN

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

LUCERNE FESTIVAL | Piano

19. – 27. November 2016
www.lucernefestival.ch

Fumetto – Internationales Comix-
Festival Luzern, 1. – 9. April 2017
www.fumetto.ch

LUCERNE FESTIVAL | Ostern
1. – 9. April 2017
www.lucernefestival.ch

Spitzen Leichtathletik Luzern
Juli 2017
www.spitzenleichtathletik.ch

LUCERNE REGATTA

7. – 9. Juli 2017
www.lucerneregatta.com

Blue Balls Festival
21. – 29. Juli 2017
www.blueballs.ch

LUCERNE FESTIVAL | Sommer
11. August – 10. September 2017
www.lucernefestival.ch

World Band Festival Luzern

23. September – 1. Oktober 2017
www.worldbandfestival.ch

SwissCityMarathon – Lucerne
29. Oktober 2017
www.swisscitymarathon.ch

Lucerne Blues Festival
11. – 19. November 2017
www.bluesfestival.ch

Top Events

LUZERN 
FACEBOOK

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

Moderation

Beat Wälti, Leitung Marketing & Sales, Luzern Tourismus

14:30 **Nachhaltigkeit, Know-how und Tradition haben überzeugt: Winteruniversiade 2021 in Luzern**

Die Winteruniversiade ist nach den Olympischen Winterspielen das grösste Wintersportereignis der Welt: Was waren die Schlüsselfaktoren, die zur Vergabe geführt haben? Welche Konsequenzen und Herausforderungen gilt es nun zu meistern? Was können andere „Host City Candidates“ aus dem Prozess lernen?

Urs Hunkeler, Leiter Bewerbungskomitee, Messe Luzern

Ski-WM 2017 – Nachhaltigkeit, Innovation und Vermächtnis (NIV)

Auf Grundlage des NIV-Berichts für die Olympiakandidatur Graubünden 2022 wurde für die Ski-WM 2017 im Engadin ein langfristiges und nachhaltig-innovatives Konzept erstellt. Was können Politik und Veranstalter aus den bisherigen Erfahrungen des NIV-Konzeptes lernen?

Prof. Jürg Stettler, ITW, HSLU Luzern

Potential von temporären Infrastrukturen für Grossveranstaltungen

Die Ostschweizer Nüssli Gruppe ist ein führender Anbieter von Temporärbauten im Sport-, Kultur- und Businessbereich. Auf Basis von Fallbeispielen kann das Potential der Technologien von temporären und mobilen Anlagen sowie deren Nachhaltigkeit aufgezeigt werden.

Rainer Zünd, COO Events, NÜSSLI Group

Internationale Sportevents in der Schweiz: Risiken & Chancen | Diskussion

Wie attraktiv ist die Schweiz als Austragungsort für internationale Sportevents? Welche Herausforderungen bestehen in der Bewerbungs-, Planungs- und Umsetzungsphase? Werden Olympische Winterspiele in absehbarer Zeit Realität?

Oliver Lang, Nationaltrainer, Swiss Faustball

Urs Hunkeler, Leiter Bewerbungskomitee, Messe Luzern

Prof. Jürg Stettler, ITW, HSLU Luzern

Rainer Zünd, COO Events, NÜSSLI Group

16:15 **Kaffeepause**

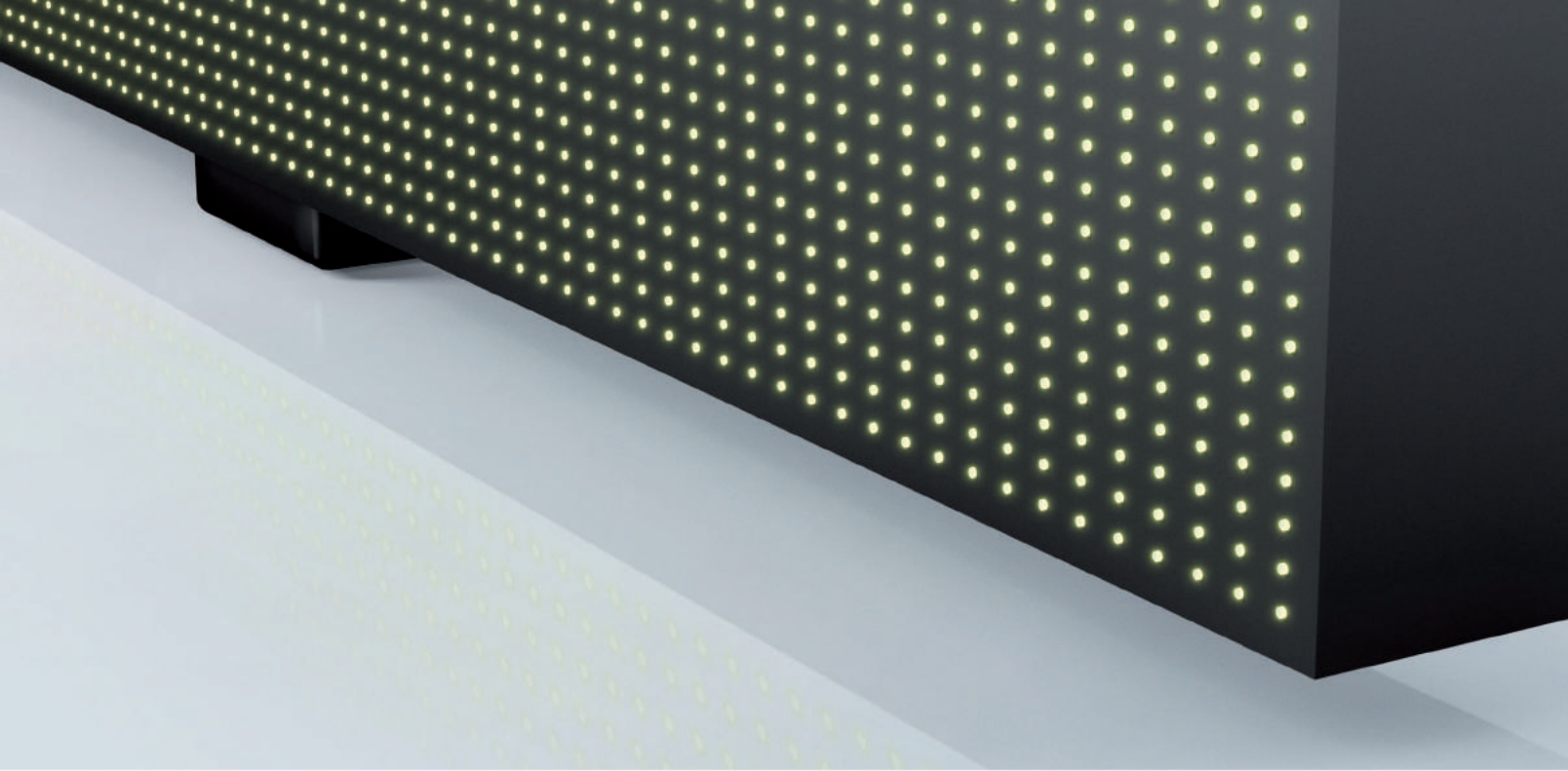
16:30 **Parallele Foren**

HAUPTBÜHNE

S. 7

SPORT.MEDIEN.FORUM

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
CH-9400 Rorschach

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

info@sportsevision.com
www.sportsevision.com

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 börsennotierten 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 7 Jahren leitet er das SPORT.MEDIEN.FORUM.
www.gartmann.biz

Moderation

Christian Gartmann, gartmann.biz

16:30 Video works: Fisherman's Friend StrongmanRun

Keine Darstellungsform erzeugt im Internet so viel Aufmerksamkeit wie Video. Immer mehr Veranstalter produzieren deshalb eigene Video-Formate. Live-Webcast oder Highlight-Format? Lösungsansätze bietet die ON AIR Production, wie beim Fisherman's Friend StrongmanRun.

Reto Janesch, Geschäftsleiter, ON AIR Production

Maria Sharapova bis Puma-Gate – Reputationsmanagement im Sportjahr 2016

TAG Heuer, Head, Porsche & Nike wurden vom Dopingfall Sharapova überrascht und reagierten unterschiedlich. Welche Bedeutung haben Reputationsmanagement und Social Listening im Sport? Wie hat sich die Markenawareness von Puma während der EM entwickelt? Wie lässt sich negative Kommunikation in sozialen Kanälen monitoren, verhindern und steuern?

Thomas Grünberg, Marketing Manager DACH, Brandwatch

Swiss Olympic und ihre vernetzte Kommunikation über Rio 2016

Rund um Rio bündelten der Dachverband und neun Sportverbände ihre digitale Kommunikation über einen zentralen Newsroom. Wie hat Swiss Olympic mit dem Mix aus Posts, Bildern und Stories der Sportler seine Reichweite erhöht und die Verbände untereinander vernetzt? Welche Learnings gibt es für die Kommunikation?

Christof Kaufmann, Leiter Marketing & Kommunikation, Swiss Olympic

Simon Klopfenstein, Co-Founder & Co-CEO, Newsroom Communication

Sport Talente als Testimonial: Sponsoring pro Klick!

Picstars' Technologie ermöglicht es Marken, Social Media Fotos/Videos von Markenbotschaftern zu branden, zu steuern und zu messen. Für die Swisscom vermarktet Picstars die persönlichen Netzwerke ihrer Freeskier. Anhand ihrer Reichweite werden die Sportler entlohnt. Sponsoring ganz ohne Vermittlung? Wie werden auch Event-Besucher zu Markenbotschaftern?

Mark Sandmeier, Founder/CEO, Picstars

José M. San José, Partner/Strategic Partnerships, Picstars

18:30 Ende SPORT.MEDIEN.FORUM

19:00 Türöffnung

SPORTS NIGHT BY ADCOM

S. 20

SPORTS NIGHT BY ADCOM

■ 09. November 2016 // Hotel Schweizerhof Luzern

SPORTS NIGHT BY ADCOM

Adcom

Adcom, ist seit 20 Jahren die führende Agentur für Sponsoring und Promotion am Schweizer Markt. Dank den einzelnen Adcom-Units „Promotional Products, Promotional Textiles, Promotional People, Sponsoring Logistics und Digital“ kann Adcom seinen Kunden ein Rundumangebot anbieten welches einmalig ist. We activate your engagement!
www.adcom.ch

19:00 Sports Night by Adcom

An der Sports Night by Adcom werden wir durch Vertreterinnen aus dem Adcom Pool von attraktiven Promotional People unterstützt.

Das Get-together im Hotel Schweizerhof hat längst Kult-Status – in lockerer Atmosphäre sind hier Freundschaften und Partnerschaft entstanden. Lassen Sie es sich nicht entgehen, Ihre Geschäftspartner und Freunde aus der Branche zu treffen, bestehende Kontakte zu vertiefen und neue zu knüpfen. Geniessen Sie das herrliche Ambiente sowie die Köstlichkeiten der Schweizerhof-Küche.

Weitere Partner der Sports Night by Adcom:

ADMEIRA



JMT[®]
Mietmobiliar

Empathy & Excellence
HOTEL * * * * * LUZERN
SCHWEIZERHOF



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

■ 10. November 2016 // Hotel Schweizerhof Luzern

BREAKFAST SESSION

Moderation

Christian Gartmann, 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 Mario Gyr: Gold in Rio – Red Bull-Athlet & Laureus-Botschafter | Interview

Was bedeutet die Goldmedaille aus wirtschaftlicher Sicht? Welche Perspektiven eröffnen sich als Red Bull-Athlet und Laureus-Botschafter? Was hat das TV-Format „Mein Weg nach Rio“ bewirkt? Welche Perspektiven hat der Rudersport in der Schweiz und international?

Mario Gyr, Olympiasieger Rudern und Jurist

Ist die Zitrone ausgepresst? | Impulsreferate mit anschliessendem Streitgespräch

Mit markigen Worten demonstrierte Swiss Olympic während der Spiele von Rio gegen die finanzielle Situation des Schweizer Spitzensports. „Die Zitrone ist ausgepresst“, sagte Delegationsleiter Ralph Stöckli an die Adresse des Bundes, von dem er mehr Unterstützung fordert. Wie sieht der Bund seine Aufgaben im Schweizer Sport? Und wie will Swiss Olympic sicherstellen, dass die Spiele von Tokio wieder zu einem Erfolg werden?

Matthias Remund, Direktor, Bundesamt für Sport

Ralph Stöckli, Chef Leistungssport und Chef de Mission, Swiss Olympic

Aldi Suisse Sponsoringinitiative im Schwingen

Aldi Suisse steigt erstmals in das Sportsponsoring ein und fördert junge Nachwuchstalente wie den Schwinger Remo Käser. Welche Ziele verfolgt Aldi Suisse mit dem Testimonial? Wie aktiviert Aldi Suisse das Sponsorship in der Kommunikation?

Reto Furrer, Director of Marketing, Aldi Suisse

Community-Involvement als Erfolgskonzept – Transfermarkts Digitalstrategie

Als kleines Diskussionsforum gestartet, ist Transfermarkt heute die grösste frei zugängliche Spielerdatenbank der Welt. Die aktive Fan-Community ist riesig. Wie gelingt der stetige Ausbau der User? Welche Rolle spielt die Community bei der Bestimmung des Marktwertes?

Matthias Seidel, Gründer und Geschäftsführer, Transfermarkt

Professioneller Sport – Dilettantische Kommunikation | Interview

Matthias Hüppi gehört zu den bekanntesten und erfahrensten Journalisten der Schweiz. Wie fair gehen aus seiner Sicht die Schweizer Medien mit Sportlern und Sportmanagern um? Helfen Medientrainings und Berater?

Matthias Hüppi, Sportjournalist und Moderator

12:30 Ende der Veranstaltung



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**

PARTNER

PRESENTER



PREMIUM PARTNER



FORUM PARTNER



SPORTS NIGHT PARTNER



LEISTUNGSPARTNER & AUSSTELLER



MEDIEN PARTNER



ANMELDUNG



ONLINE-ANMELDUNG UNTER

WWW.SPORTFORUMSCHWEIZ.CH

ODER PER FAX AN: +41 71 223 78 87

Das SPORT.FORUM.SCHWEIZ findet am 09./10. November 2016 in Luzern statt.



Option 1 | Standard

2 Tage | 09./10.11.16

CHF 1'490,- zzgl. MwSt.

beinhaltet:

SPORT.FORUM.SCHWEIZ

inkl. aller Foren und Verpflegung

Sports Night by Adcom

1 Übernachtung

Breakfast Session



Option 2 | Standard

1 Tag | 09.11.16

CHF 1'190,- zzgl. MwSt.

beinhaltet:

SPORT.FORUM.SCHWEIZ

inkl. aller Foren und Verpflegung

Sports Night by Adcom



Option 3 | Standard

1 Tag | 10.11.16

CHF 690,- zzgl. MwSt.

beinhaltet:

Sports Night by Adcom

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 | 09./10.11.16

CHF 990,- zzgl. MwSt.



Option 2 | Swiss Olympic

1 Tag | 09.11.16

CHF 890,- zzgl. MwSt.



Option 3 | Swiss Olympic

1 Tag | 10.11.16

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

Kongressorte

Kultur- und Kongresszentrum KKL Luzern

Europaplatz 1 | CH-6005 Luzern

Hotel Schweizerhof Luzern

Schweizerhofquai | CH-6002 Luzern

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 (nurschriftlich) 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

ESB
MARKETING NETZWERK