

# sport.forum.schweiz

sport.medien.forum responsibility.forum



Programm

[www.sportforumschweiz.ch](http://www.sportforumschweiz.ch)



+++ Sport-Sponsoring +++ Swisscom +++ Novartis +++ Mobiliar +++ Audemars Piguet +++ Coca-Cola +++  
+++ Medien-Wandel +++ Strategien bild.de & Blick-Gruppe +++ Web 2.0 für mehr Zuschauer +++ SSF +++  
+++ Sponsoring-Barometer Schweiz 2010 +++ Trend Neuromarketing +++ Golf +++ Triathlon +++ Volleyball +++  
+++ Geldmaschine Arena +++ Namingright +++ DTM +++ CSIO +++ Leichtathletik-EM 2014 +++ Eishockey +++  
+++ Nachhaltigkeit +++ Werte +++ Swiss Olympic +++ Eco-Sport-Award +++ SC Bern +++ GREENCo2MM +++  
+++ Fussball-Perspektiven +++ Chapuisat +++ Riedle +++ VfL Borussia Mönchengladbach +++



A close-up portrait of Urs Meier, a man with dark hair and light eyes, wearing a dark suit jacket over a white shirt. He has a serious expression and is looking slightly to the left of the camera.

**«Fair Play ist keine Regel,  
sondern eine Haltung.»**

Urs Meier, Chef der Schweizer Spitzen-Schiedsrichter

**Axpo Fair Play Trophy.** Damit Fussball ein Spiel bleibt.

[www.axposuperleague.ch](http://www.axposuperleague.ch)

**KOMPETENZ-TEAM**

Am 17.+18.11.2010 möchten wir Sie wieder zum [sport.forum.schweiz](http://sport.forum.schweiz) in Luzern begrüßen. Um Ihnen wieder ein attraktives und aktuelles Programm zu bieten, haben Jürg Müller, Christian Gartmann und Dr. Patrick Cotting sowie das Team der ESB Europäische Sponsoring-Börse massgeblich an der Programmerstellung mitgewirkt. Diesem Kompetenz-Team einen herzlichen Dank!

Auch 2010 soll die Marke von 400 Teilnehmern erreicht und vielleicht überschritten werden. Das professionelle Sportmanagement und Sport-sponsoring in der Schweiz entwickelt sich rasant und Referate und Diskussionsrunden sollen Überblick und Impulse geben. Dazu ist es wichtig, dass an je einem ganztägigen Forum die Themen „responsibility“ und „sport.medien“ behandelt werden. Einige internationale Beispiele sowie die Verleihung des „ecosport-Award“ runden das Programm ab.

Wir freuen uns, Sie beim [sport.forum.schweiz](http://sport.forum.schweiz) zu begrüßen.

Ihr sport.forum-Team



Hans-Willy Brockes  
ESB Europäische Sponsoring-Börse



Dr. Patrick Cotting  
CCI COTTING CONSULTING AG



Christian Gartmann  
gartmann.biz



Jürg Müller  
Sportart

**VERANSTALTER**

[www.esb-online.com](http://www.esb-online.com)



Die **ESB Europäische Sponsoring-Börse** hat sich zum Ziel gesetzt, Kontakte und Know-how im Sponsoring- und Event-Markt zu fördern. Zu diesem Zweck betreibt die ESB:

- ein Netzwerk von spezialisierten Agenturen und Beratern sowie neu auch Sponsoren aus allen Bereichen des Sponsorings und Event-Marketings
- spezielle Weiterbildungsangebote wie Seminare, Kongresse und Lehrgänge
- eine Internet-Börse mit Sponsoring-Projekten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz
- eine Vielzahl von Publikationen und Studien wie: „Sponsoren gewinnen leicht gemacht“, „Sponsoring-Barometer Schweiz“ oder „Event-Checklisten“.

**ZEITPLAN**

9:00 10:00 11:00 12:00 13:00 14:00 15:00 16:00 17:00 18:00 19:00 20:00 21:00

**Mittwoch, 17. November 2010**

Grand Casino Luzern,  
Panoramasaal

[sport.forum.schweiz](http://sport.forum.schweiz)  
Forum Stadionwelten

Hotel Schweizerhof Luzern,  
Zeugheer-Saal

[sport.forum.schweiz](http://sport.forum.schweiz)  
Sponsoring mit kleinem Etat

Grand Casino Luzern,  
Panoramasaal

[sport.forum.schweiz](http://sport.forum.schweiz)  
Ratio & Emotio des Sport-Sponsorings

Hotel Schweizerhof Luzern,  
Bringolf Saal

[responsibility.forum.ch](http://responsibility.forum.ch)

[responsibility.forum.ch](http://responsibility.forum.ch)

Hotel Schweizerhof Luzern,  
Zeugheersaal

Schweizerhof  
Sports Night 2010

M I T T A G S P A U S E

**Donnerstag, 18. November 2010**

Grand Casino Luzern,  
Panoramasaal

[sport.forum.schweiz](http://sport.forum.schweiz)  
Hauptplenum

[sport.forum.schweiz](http://sport.forum.schweiz)  
Hauptplenum

Hotel Schweizerhof Luzern,  
Bringolf Saal

[sport.medien.forum.ch](http://sport.medien.forum.ch)

[sport.medien.forum.ch](http://sport.medien.forum.ch)



## WIR GEBEN IHREN SPONSORING- ENTSCHEIDUNGEN SICHERHEIT.

Als das führende internationale Forschungs- und Beratungsunternehmen planen, bewerten und optimieren wir Ihre Engagements im Sportbusiness.

- **Strategische und operative Sponsoringberatung**
- **Sponsoring- und Werbeerfolgskontrolle**
- **Bewertung und Kontrolle von Medien-, Marken- und Marketingrechten**

Zahlreiche Unternehmen, Verbände, Clubs, Medien und Vermarkter im Schweizer Markt und darüber hinaus vertrauen auf unsere Dienstleistungen, so z.B. Axpo, die Schweizerische Post, Feldschlösschen, FIFA, Infront, UEFA oder Vifor.

**Nutzen Sie unser Expertenwissen und unseren Informationsvorsprung für Ihren Wettbewerbsvorteil.**



Beat Ackermann,  
Mobililiar Versicherungen



Robert Adams,  
Plazamedia



Augsburger Werner,  
National League Hockey



Philippe Bardet,  
Sortenorganisation  
Gruyère



Peter Bättschi, Hockey  
Club Davos



Martin Blaser,  
Sport Mind AG



Prof. Christoph Breuer,  
Sporthochschule Köln



Michel Burckhardt,  
Burckhardt's  
Corporate Events AG



Stéphane Chapuisat,  
BSC Young Boys Bern



Niina Eschmann,  
Axpo



Roger Feiner,  
Teleclub



Jean-Baptiste Felten,  
Felten & Cie, FASPO



Stephane Fenner,  
AP Audemars Piguet  
(Suisse) SA



Urs Grob,  
Farnar Consulting AG



Bob Hanning, Fühse  
Berlin



Christian Heger,  
netzathleten-media



Rolf Heinrich,  
V-Zug AG



Peter Herger, PROFFIX  
Software AG



Hans Hollenstein,  
Staatskanzlei des  
Kantons Zürich



Egon E. Hürlimann,  
Kolping Krankenkasse



Oliver Imfeld, SWISS  
TRIATHLON



Stav Jacobi,  
VBC Voléro AG



Jean-Marc Jacot,  
Parrigiani



Oliver Kaiser, Ledavi  
GmbH



Christian Kem,  
Basel United



Ulrich Kühne-Hellmessen,  
Sportverlag Europa



Stefan Leibhard,  
BTD



Karin Locher,  
ISA International  
Sports Agency



Marc Lüthi,  
SC Bern



Jürgen May,  
Pro Event



Reiner Miller,  
sportlink and cie AG



Silvano Monn,  
EVZ Sport AG



Jan Mühlethaler,  
Neue Zürcher Zeitung



Franz Nietispach,  
Novartis International AG



Chris Öhlund,  
Blick-Gruppe



Martin Oswald,  
Oswald Kommunikation



Daniel Pölkemann,  
Bild digital  
GmbH & Co. KG



Daniela Rebholz,  
tolimit  
Hans-Bernd Kamps



Dirk Rechmann,  
APA Firmengruppe



Jörg Reuter,  
grüne köpfe  
Strategieberatung



Thomas Rieder,  
Swisscom AG



Karl-Heinz Riedle,  
Tru-Star AG



Tom Rüegge,  
Schweizer  
Sportfernsehen



Fredy Scheucher,  
TalkEasy



Stephan Schippers,  
VfL Borussia  
Mönchengladbach



Matthias Schneider,  
Coca-Cola Schweiz



Reto Schorno,  
Lucerne  
Marathon



Christoph Schredt,  
ISA - International  
Sports Agency AG



Stephan Schröder,  
SPORT+MARKT



Pascal Schulte,  
SPORT+MARKT



Peter Stössel,  
CSIO Schweiz



Christian Toberer,  
Weissgrund AG



Dirk Walterspacher,  
CO2OL



Roland Wyss, EV Zug



Thomas Zimmermann,  
PostFinance



Victor H. Zindel,  
ZINDEL Golf GmbH

WIR GEBEN ALLES.  
**DU AUCH?**



OFFIZIELLER  
NATI-FANSHOP



OFFIZIELLER  
SPONSOR  
der Schweizerischen Fussball-  
Nationalteams

**OCHSNER**  
**SPORT**

Starke Marken. Starke Preise.

# Forum Stadionwelten

Moderation:  
Jürg Müller,  
sportart

presented by



Seit 25 Jahren ist die APA Firmengruppe einer der großen Spezialisten für die Produktion großformatiger und innovativer Werbemittel in ganz Europa. Die Ausstattung und werbliche Umsetzung von Sport- und Kulturevents bilden das Kerngeschäft von APA. Hierbei fungieren wir als Generalausstatter von Großveranstaltungen wie der Leichtathletik-WM in Deutschland oder der Handball-WM in Schweden. Ein hochwertiges, einheitliches Erscheinungsbild und somit ein hoher Wiedererkennungswert für Veranstalter und Sponsoren stehen bei APA immer im Vordergrund!

[www.apa.de](http://www.apa.de)

9:00

## St. Jakobspark Basel: Stadion als Geldmaschine oder nur Betriebsaufwand?

Was sind die Erfolgsfaktoren eines erfolgreichen Stadions? Welche Infrastruktur ist notwendig um ein Stadion erfolgreich zu betreiben? Von welchen Betreiber-Konzepten kann man lernen? Wie optimiert man das Stadionerlebnis und bringt die Leute dazu, länger im Stadion zu bleiben?

*Christian Kern, CEO Basel United, Basel*

9:45

## Kundenbindung und Umsatzsteigerung in Arenen: Konzepte & Zukunftsperspektiven

BTD berät führende Arenen wie die ALLIANZ Arena München. Anhand konkreter Beispiele wird aufgezeigt, wie im Stadion Kundenbindung stattfinden kann.

*Stefan Leibhard, Geschäftsführender Gesellschafter BTD, München*

10:15

## Namingrights bei Schweizer Stadien und Arenen

Die Benennung von Stadien und Arenen ist inzwischen auch in der Schweiz etabliert. Welche Erkenntnisse für Betreiber und Sponsoren wurden in den letzten Jahren gesammelt? Wie gehen die Medien und Besucher mit den Namingrights um?

### Diskussion mit:

*Kolping Arena, Egon E. Hürlimann, Delegierter VR / Geschäftsleiter Kolping Krankenkasse AG, Dübendorf*

*Postfinance Arena, Thomas Zimmermann, Leiter Sponsoring PostFinance, Bern*

*Bossard Arena, Silvano Monn, Marketing Manager EVZ Sport AG, Zug*

*Vaillant Arena, Peter Bättschi, Geschäftsleiter Hockey Club Davos, Davos*

11:00

## Kaffeepause

11:15

## Wie generiert ein Sponsor im Stadion die verdiente Aufmerksamkeit?

Seit über 25 Jahren spezialisiert sich die APA Firmengruppe auf die Produktion von grossformatigen Werbemitteln. Ob bei der Leichtathletik WM in Berlin oder in unzähligen Fussballstadien, die Produkte von APA sind in ganz Europa zu finden. Anhand verschiedener Beispiele wird gezeigt, wie Sie Ihren Auftritt im Stadion optimieren, welche Möglichkeiten bestehen und wo die Schweiz mit Ihren Arenen und Stadien noch Nachholbedarf hat.

*Dirk Rechmann, Teamleiter Key Account, APA Firmengruppe, Neuwied*

12:00

## Mittagspause

# Sponsoring mit kleinem Etat

Moderation:  
Dominik Tomberg,  
Projektleiter, ESB

9:00

## VBC Voléro Zürich AG: Kosteneffiziente Struktur für einen Champions League Club und neu auch Nationalteam-Stützpunkt.

Voléro Zürich AG übernimmt neben dem Clubeigenen NLA- und Champions League Betrieb als Stützpunkt Nationalteam (SN) ab Juni 2010 bis September 2013 auch die Verantwortung für die Vorbereitung und die Teilnahme an offiziellen Spielen und Freundschaftsspielen hinsichtlich der geplanten EM 2013 in Deutschland und der Schweiz. Wo liegen die Herausforderungen bei der Umsetzung dieses Projektes?

*Stav Jacobi, Präsident des Verwaltungsrats VBC Voléro AG, Zürich*

9:45

## Purer Luxus für Triathleten?

Parmigiani ist einer der exklusivsten Schweizer Uhrenhersteller und seit 2010 Sponsor von SwissTriathlon. Ein günstiger Einstieg zu einer extrem kaufkräftigen Zielgruppe? Was bietet die aufstrebende Sportart einem Sponsor, der sonst in den Sphären des Ballonflugs und Segelsports unterwegs ist?

*Oliver Imfeld, Geschäftsführer SWISS TRIATHLON, Ittigen b. Bern*

*Jean-Marc Jacot, CEO Parmigiani, Fleurier*

10:30

## Kaffeepause

10:45

## Proffix und Kloten Flyers: Nationales Sponsoring mit Einbindung von lokalen Vertriebspartnern

PROFFIX Software AG nutzt seit 3 Jahren die Kloten Flyers um als Schweizer Unternehmen bekannter zu werden. Mit Erfolg, weshalb das Engagement bereits verlängert wurde. Die Kloten Flyers transportieren die Marke und helfen bei der Positionierung als dynamischer Anbieter und Herausforderer. Neben der Werbung sind Match-Besuche mit den Vertriebs- und Geschäftspartnern ein wichtiger Teil des Engagements. Mit lokalen Vertriebspartnern will PROFFIX das Eishockey-Engagement weiter ausbauen, so auch mit dem EV Zug.

*Peter Herger, Geschäftsführer PROFFIX Software AG, Wangs*

11:30

## LieGames 2011 – Kleinstaatenspiele mit olympischen Gedanken

Die LieGames 2011, sind die grösste internationale Sportveranstaltung des Fürstentum Liechtenstein. Die Spiele der kleinen Staaten von Europa finden alle zwei Jahre als Multisportereignis statt, das von den Nationalen Olympischen Komitees (NOK) der teilnehmenden neun europäischen Kleinstaaten organisiert wird.

Den Sponsoren bietet sich die einmalige Chance, als Förderer des Spitzensports der Länder mit unter einer Million Bewohnern wahrgenommen zu werden. Die LieGames verschaffen den Unternehmen attraktive Networking-Plattformen: Pflege der Beziehungen zu (potentiellen) Kunden und Partnern sowie wichtiger Entscheidungsträger der Region Rheintal und im Fürstentum.

*Karin Locher, ISA International Sports Agency, Buchs*

12:00

## Mittagspause





# Hauptplenum



Moderation:

Dr. Patrick Cotting, CCI COTTING CONSULTING AG, Fribourg/Zürich  
Hans-Willy Brockes, ESB Europäische Sponsoring-Börse, St. Gallen

## Ratio & Emotio des Sport-Sponsorings

13:00

### Highspeed für Sponsoren: Die DTM

Hinter und vor den Kulissen: Die DTM bietet Motorsport und Sponsoring zum Anfassen. Wie sehen die Partnerschaften aus? Welche Plattformen werden Sponsoren geboten? Das Beispiel Deutsche Post zeigt die Möglichkeiten und Perspektiven.

*Daniela Rebholz, tolimit Hans-Bernd Kamps Verwaltung, Lohne*

13:30

### CSIO Schweiz- Erfolgsbeispiel auch für andere Sportevents

Das CSIO in St. Gallen ist eine Traditions-Veranstaltung. Welche Plattformen bestehen für Sponsoren am CSIO? Wie betreibt das CSIO die Kundenbindung mit den Sponsoren? Welche Leistungen erhalten Partner wie beispielsweise die Bank Wegelin?

*Peter Stössel, Director CSIO Schweiz, St. Gallen*

14:00

### Krisenkommunikation & Sportsponsoring

Krisenkommunikation ist ein weiter Begriff. Zumeist wird diese plötzlich und unerwartet notwendig. Leider nicht selten wirkt die negative „Presse“ auf Marken und Sponsoren. Wie sollen sich Betroffene richtig verhalten?

*Fredy Scheucher, CEO TalkEasy, Zürich*

*Urs Grob, Senior Consultant Farner Consulting AG, Zürich*

14:45

### Kartografie der Emotionen: Wie Neuromarketing das Sponsoring revolutioniert

Der Aufbau und die optimale Nutzung von Dialogformen, Maßnahmen und Engagements, die Menschen in ihrer emotionalen Lebenswelt erreichen und berühren, das ist die Aufgabe und das Ziel des LEDAVI NETWORK. Im Mittelpunkt unserer Beratung und Services steht das gesamte Spektrum der nicht klassischen Werbeformen. Dies sind insbesondere Markenbegegnungen, Event-Marketing, Sponsoring, Platforming, Programming, Branded Entertainment, Alternative- und Interactive Media, PR, Lifestyle-Kommunikation, Social Media, CSR und Emotional Relationship Marketing.

*Oliver Kaiser, Geschäftsführer Ledavi GmbH, München*

15:30

### Kaffeepause

16:00

### Sport-Sponsoring in der Marketing-Strategie von Unternehmen

Welche Ziele verfolgen Unternehmen mit Sport? Welche Budgets werden auf welchen Wegen entschieden? Welche Bedeutung hat Sport als Metapher (Werte, Leistung, Fairness etc.) und wie wird Sport als Kommunikations-Instrument genutzt? Welche Bedeutung hat CSR aus Sicht des Sponsors? Wie ist das Verhältnis zwischen Sport-Organisationen, Agenturen und Unternehmungen? Welche aktuellen Gefahren und Probleme belasten Sport als Marketing-Instrument von Unternehmen?

#### Diskussion mit:

*Thomas Rieder, Leiter Sponsoring, Swisscom AG, Bern*

*Franz Nietlisbach, Leiter Sportsponsoring, Novartis International AG, Basel*

*Jan Mühlethaler, Redaktor Neue Zürcher Zeitung, Zürich*

*Matthias Schneider, Leiter Unternehmenskommunikation Coca-Cola Schweiz GmbH, Brüttisellen*

*Philippe Bardet, Direktor Sortenorganisation Gruyère, Gruyères*

17:00

### Verleihung ECO-SPORT-AWARD

**ecosport.ch-Award 2010 – bei diesen Sportveranstaltungen hat auch die Umwelt gewonnen**

Nachhaltige Sportevents bringen Mehrwert – für Teilnehmer, Zuschauer, Sponsoren und auch für den Veranstalter selbst. Beim ecosport.ch-Award werden in diesem Jahr sechs Schweizer Sportveranstalter für die Umsetzung von besonders wirkungsvollen Massnahmen in den Bereichen Umwelt und Nachhaltigkeit mit einem Preisgeld von insgesamt 30.000 Franken ausgezeichnet. Während der Preisverleihung zeigen die Gewinner persönlich auf, mit welchen Massnahmen sie die Jury überzeugen konnten – Nachmachen ist erlaubt! ecosport.ch, die Umweltplattform von Swiss Olympic ([www.swissolympic.ch](http://www.swissolympic.ch)) bietet interessierten Sportveranstaltern wertvolle Empfehlungen, nützliche Tipps und Erfahrungswerte sowie weiterführende Links rund um die Themen Umwelt und Nachhaltigkeit im Sport. [www.ecosport.ch](http://www.ecosport.ch)

# responsibility.forum

Moderation:  
Hans-Willy Brockes,  
ESB, St. Gallen

9:00

## Nachhaltigkeit im Sportsponsoring von Axpo

Nachhaltigkeit hat für AXPO vor allem mit „Verantwortungsbewusstsein“ zu tun. Diese Haltung wird auch im Sportsponsoring von Axpo gelebt. So beispielsweise beim Eidgenössischen Älpler- und Schwingfest in Form eines Entsorgungskonzeptes und beim Fussball-Engagement durch die Fair Play-Kampagne und die Nachwuchsarbeit.

*Niina Eschmann, Leitung Markenführung & Sponsoring Axpo Holding AG, Zürich*

9:45

## Tue Gutes und mache es für Deine Kunden erlebbar: Der GreenProfit-Ansatz als Nachhaltigkeitsstrategie und die Rolle von Sponsoring und Spenden.

Früher standen Spenden und Sponsoring im Mittelpunkt von CSR-Aktivitäten. Heute müssen Nachhaltigkeitsstrategien immer mehr im Kerngeschäft verankert werden. Spenden und Sponsoring haben jedoch keines Falls an Bedeutung verloren. Im Gegenteil: Sponsorships schaffen Emotionen und können bei passgenauer Auswahl eine hervorragende Kommunikationsbrücke zu den Nachhaltigkeitsaktivitäten im Kerngeschäft bilden.

*Jörg Reuter, Geschäftsführer grüne köpfe Strategieberatung, Berlin*

10:30

## Kaffeepause

10:45

## Lucerne Marathon: Wie betreibt man Eco Sport?

Sport im Freien ist auf eine intakte Umwelt angewiesen, ein Tourismusort wie die Stadt und Region Luzern profitiert vom attraktiven Landschaftsbild und die Bevölkerung in Luzern geniesst die saubere und ruhige Umgebung. Eine Grossveranstaltung wie der „Lucerne Marathon“ bringt neben den grossen Freuden auch eine Belastung der Umwelt mit sich. Mit welchen Massnahmen werden die Auswirkungen minimiert und wie schaffen es die Organisatoren, dass „Luzern glänzt“?

*Reto Schorno, Geschäftsführer Lucerne Marathon, Luzern*

11:15

## GREENCO2MM

Wie klimafreundlich kann Live-Kommunikation sein? Mit unserem Beratungskonzept GREENCO2MM ganze 100 Prozent. Jedes eingesparte Gramm CO2 zählt - und dabei geht es nicht um Verzicht! Denn wenn schon klimafreundlich, dann auch richtig. In Zusammenarbeit mit unserem Partner, dem erfahrenen Klimaschutz-Projektierer CO2OL wird das Projekt von Anfang an klimaneutral geplant und umgesetzt. Durch den idealen Mix aus strategischer Kommunikationsberatung rund um den klimaneutralen Event und professionellem Veranstaltungsmanagement, helfen wir Ihnen, eine glaubwürdige Nachhaltigkeitsstrategie im Markt zu platzieren. Die Bilanz: Gewinn für Umwelt, Image und Budget.

*Jürgen May, Pro Event, Heidelberg*

*Dirk Walterspacher, CO2OL, Bonn*

12:00

## Mittagspause



## for the Spirit of Sport



Moderation:  
Jan Mühlethaler, Redaktor  
Neue Zürcher Zeitung

presented by



„for the Spirit of Sport“ – der Leitsatz für gesunden, respektvollen, fairen und erfolgreichen Sport.

Als Dachverband setzt sich Swiss Olympic auf nationaler und internationaler Ebene für die Interessen des Spitzensports ein. Gleichzeitig unterstützt Swiss Olympic gezielt Aktivitäten des Breitensports und sorgt aktiv für die Verankerung der olympischen Werte – Excellence, Friendship, Respect – in der Öffentlichkeit. Der Sport bietet hervorragende Möglichkeiten ethische Werte vorzuleben. Swiss Olympic

vermittelt durch seine Ethik-Programme Wissen, klärt auf, schafft Verbindlichkeit und beeinflusst Verhalten und Verhältnisse im organisierten Sport positiv. Im Zentrum bleibt dabei immer die sportliche Leistung!

Am responsibility.forum engagiert sich Swiss Olympic am Beispiel der Werte-Diskussion mit Stakeholdern aus Wirtschaft, Wissenschaft und Sport und zeichnet Sportveranstalter mit innovativen Massnahmen im Bereich Umwelt und Nachhaltigkeit mit dem ecosport.ch-Award aus.

13:00

**Ein Wert ist mehr Wert! Sportsponsoring-Positionierung über einen Schlüsselwert**

Durch die Konzentration auf einen prägnanten Wert positionieren sich Unternehmen und Organisationen besser. Sobald ein kommerzielles Projekt einen ethischen Wert speziell fördert, gewinnt das Projekt an Ausstrahlung. Ehrlichkeit, Fairness, Respekt, Transparenz, Verantwortung und Wertschätzung sind solche Werte. Der Sport bietet hervorragende Möglichkeiten ethische Werte vorzuleben. So werden Sportsponsoren in der Zukunft noch gezielter jene Sportlerinnen und Sportler, Sportarten oder Veranstaltungen sponsorn, die den gleichen ethischen Wert hoch halten wie sie selbst.

*Christian Toberer, Kommunikationsberater, Weissgrund*

**Kurzstatements à 10 Minuten****Werte im Sportsponsoring**

Zahlen und Trends aus Sicht der Forschung.

*Prof. Dr. Christoph Breuer, Lehrstuhl für Sportmanagement, Deutsche Sporthochschule Köln*

**Lassen sich professionelle Vermarktung und professionelles Wertemanagement vereinbaren?**

Sind die „Werte des Sport“ ein Verkaufsargument bei der Vermarktung im professionellen Sport? Welchen Einfluss haben ethische Fragen und CSR Corporate Social Responsibility aus der Sicht des Sportveranstalters und Sportmanagements heute?

*Jean-Baptiste Felten, Felten & Cie, Vize-Präsident FASPO, Winterthur*

**Sponsoring & Ethik aus Sicht des Sponsors**

Welche Überlegungen zu ethischen Fragen sollte oder muss sich ein Sponsor stellen? Kann oder soll der Sponsor in dieser Frage Einfluss auf den Sport nehmen? Praktische Erfahrungen aus verschiedensten Sportarten und der aktuellen Partnerschaft mit dem EV Zug.

*Rolf Heinrich, Leitung Marketing Services, Werbung & Sponsoring, V-Zug AG*

**Diskussionsrunde: Ist EIN Wert mehr Wert?**

Moderation: Jan Mühlethaler, Redaktor Neue Zürcher Zeitung, Zürich

Wie gross ist die Diskrepanz zwischen Theorie und Praxis in der Werte-Diskussion? Welche Umdenkprozesse finden in der Praxis statt und was ist Theorie? Wie nachhaltig sind die Veränderungen im Sport und im Sponsoring?

*Christian Toberer, Kommunikationsberater, Weissgrund*

*Prof. Dr. Christoph Breuer, Lehrstuhl für Sportmanagement, Universität Köln*

*Rolf Heinrich, Leitung Marketing Services, Werbung & Sponsoring, V-Zug AG*

15:45

Die Teilnehmer des responsibility.forum sind eingeladen im Hauptplenum am Programm und der Verleihung des ECO-SPORT-AWARD 2010 teilzunehmen. (Programm Seite 9)



# CTS EVENTIM UND TICKETCORNER ZUSAMMEN FÜHREND

Kunden und Partner profitieren vom gesamten Know-how von TICKETCORNER und CTS EVENTIM. Mit noch attraktiveren Produkten, performanteren Plattformen, breiteren Vertriebskanälen sowie neuen und innovativen Dienstleistungen. Schweizweit und europaweit!  
[www.ticketcorner.ch](http://www.ticketcorner.ch)

Kontaktieren Sie uns: [sales@ticketcorner.ch](mailto:sales@ticketcorner.ch)

[ticketcorner.ch](http://ticketcorner.ch) 

# Schweizerhof Sports Night



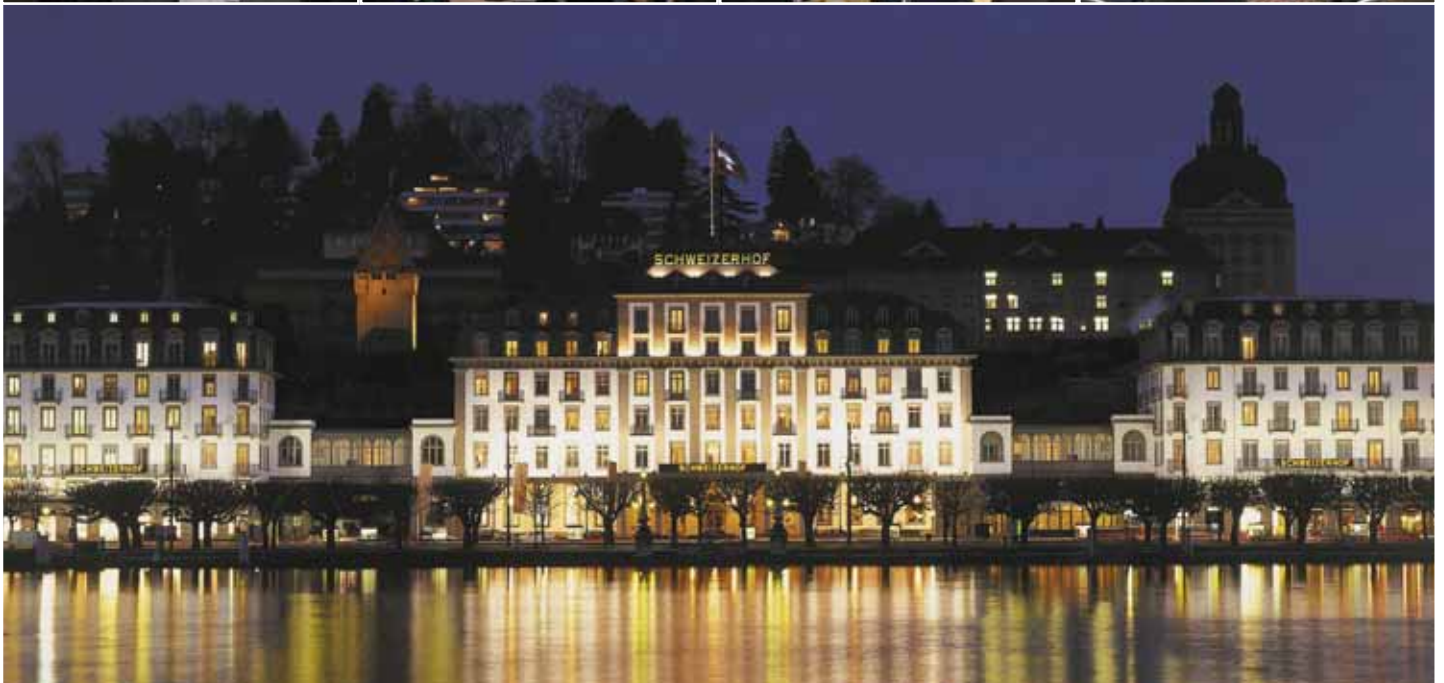
## Das «Gettogether» wird zur «Schweizerhof Sports Night 2010»

Zum zweiten Mal findet am 17. November 2010 das Gettogether im Hotel Schweizerhof Luzern statt. Die grosse «Schweizerhof Sports Night 2010» startet um 19:00 Uhr im Zeugheersaal. Ein Muss für die Entscheider des Schweizer Sportbusiness. Lassen Sie es sich nicht entgehen, Ihre Geschäftspartner und Freunde aus der Szene zu treffen, neue Kontakte zu knüpfen und geniessen Sie dazu das herrliche Ambiente sowie Köstlichkeiten aus der Schweizerhof-Küche. [www.schweizerhof-luzern.ch](http://www.schweizerhof-luzern.ch)



## Feldschlösschen Getränke AG

Feldschlösschen unterstützt die «Schweizerhof Sports Night 2010» im Rahmen des sport.forum.schweiz, denn Feldschlösschen ist das Schweizer Bier und steht für Schweizer Qualität und Tradition. [www.feldschloesschen.ch](http://www.feldschloesschen.ch)



# Farbe bekennen für den Schweizer Sport.



Was wäre das Leben ohne Sport? Ob als aktiver Sportler, oder einfach als Fan – Sport gehört zu den Dingen, ohne die es in der Schweiz nur halb so schön und spannend wäre. Und wo wäre der Schweizer Sport ohne Sponsoren und verlässliche Partner, die Farbe bekennen und Engagement zeigen? Wir wünschen Ihnen viele spannende Referate und Begegnungen am [sport.forum.schweiz](http://sport.forum.schweiz). Frei nach dem Motto: nicht nur in die Rückspiegel schauen, sondern immer auch nach vorne!



# Hauptplenum



Moderation:

Dr. Patrick Cotting, CCI COTTING CONSULTING AG, Fribourg/Zürich  
Hans-Willy Brockes, ESB Europäische Sponsoring-Börse, St. Gallen

9:00

## Sponsoring-Barometer 2010: Die Sponsoring-Trends im Schweizer Markt

Das Beratungsunternehmen SPORT+MARKT befragt in Zusammenarbeit mit der ESB Europäische Sponsoring-Börse alle zwei Jahre die Top-500-Unternehmen in der Schweiz zu aktuellen Entwicklungen und Trends im Schweizer Sponsoringmarkt. Die Studie analysiert die Entwicklung des Sportsponsorings im Vergleich zu anderen Sponsoringarten sowie zur klassischen Kommunikation. Benchmarks zu weiteren europäischen Ländern runden die Inhalte ab. Welche Auswirkungen hat die Finanzkrise auf die Entwicklung des Schweizer Sponsoringmarktes? Wie ist das Thema CSR im Sponsoring verankert? Welche Sportarten liegen im Trend?

*Pascal Schulte, Sales Director Switzerland SPORT+MARKT, Köln*

9:30

## Golfsport in der Schweiz: High Class Sport oder ein Sport für Jedermann?

Wie sieht die Zielgruppe „Golf“ in der Schweiz aus? Swiss Golf verschafft klare Positionierung im Golfsegment und damit einen Wettbewerbsvorteil. Wie werden die Partner einbezogen und welche Plattformen werden angeboten?

*Victor H. Zindel, Inhaber ZINDEL Golf GmbH, Maienfeld*

### anschliessende Diskussionsrunde mit

*Stephane Fenner, AP Audemars Piguet (Suisse) SA, Le Brassus*

*Michel Burckhardt, Burckhardt`s Corporate Events AG, Zürich*

10:15

## Füchse Berlin: „Erfolgsweg der Bundesliga Handballer oder wie schaffe ich aus einer Thekenmannschaft ein wirtschaftliches Erfolgsmodell“

Bob Hanning erläutert die Entwicklung der Füchse vom „fast Abstieg“ in die dritte Liga bis zum Europapokalanwärter in der stärksten Liga der Welt und die Faktoren die notwendig sind, um in einer Stadt wie Berlin diese Erfolge feiern zu können. Schwerpunkte des Vortrags sind unter anderem: Zuschauerentwicklung, Medienarbeit, Teamführung, Fast Insolvenz, Organisches Wachstum

*Bob Hanning, Geschäftsführer des Handball Bundesligisten Füchse Berlin, Berlin*

11:00

## Kaffeepause

11:15

## VfL Borussia Mönchengladbach: Wirtschaftliche Nachhaltigkeit ist Basis für den sportlichen Erfolg

*Stephan Schippers, Geschäftsstellenleiter VfL Borussia Mönchengladbach, Mönchengladbach*

12:00

## Schweizer Fussball: Perspektiven für sportlichen und wirtschaftlichen Erfolg?

### Diskussionsrunde mit

*Stéphane Chapuisat, BSC Young Boys, Bern*

*Karl-Heinz Riedle, Geschäftsführer TruStar AG, Wollerau*

*Martin Blaser, Partner, Sport Mind AG, Zürich*

*Christoph Schredt, ISA – International Sports Agency AG, Buchs*



13:00

## Mittagspause

14:00

## Leichtathletik-EM 2014 – Riesenchance für Zürich

Das Budget für den Grossevent beträgt rund 37 Millionen Franken. Die Organisatoren rechnen mit 150'000 Zuschauern im Stadion sowie 1.300 Spitzensportlern aus 50 Ländern und rund 700 Millionen Fernsehzuschauerinnen und -zuschauer. Als «Riesenchance für Zürich» bezeichnete Regierungsrat Hans Hollenstein die EM. Hollenstein erhofft sich Impulse für die Jugend und den Breitensport, dazu brauche es immer wieder solche Grossanlässe.

*Regierungsrat Dr. Hans Hollenstein, Staatskanzlei des Kantons Zürich, Zürich*



# GRAND CASINO LUZERN



- Grand Jeu Casino\*
- Jackpot Casino\*
- Casineum/The Club
- Cocktail Bar
- Restaurant Olivo
- Seegarten/Catering
- Bankette/Kongresse
- Parking



## Unsere Bankettkapazitäten im Panoramasaal:

<b>Konzert</b>	<b>550 Personen</b>
<b>Seminar</b>	<b>330 Personen</b>
<b>Bankett rund</b>	<b>400 Personen</b>
<b>Bankett eckig</b>	<b>450 Personen</b>

Täglich geöffnet: 12 bis 04 Uhr · \*Mindestalter: 18 Jahre  
 \*Zutrittskontrolle: Pass, europ. ID, Führerschein  
 Eintritt: ab 16 Uhr CHF 10.– inkl. Lucky Chip CHF 5.–



Haldenstrasse 6 · CH-6006 Luzern  
 Telefon 041 418 56 56 · [www.grandcasinoluzern.ch](http://www.grandcasinoluzern.ch)



# Hauptplenum



Moderation:  
Jean-Baptiste Felten, Felten & Cie,  
Vize-Präsident FASPO, Winterthur

presented by



## Professionalität im Sponsoring am Beispiel Marktanalyse Sponsoring

Der Fachverband für Sponsoring (FASPO) – gegr. 1996/Mitglied Schweiz. Werbung (SW) – versteht sich als bereichsübergreifende Plattform im Sponsoring, die sowohl Markenrechteinhaber und Agenturen vereint. Der FASPO setzt sich für die Professionalisierung im Sponsoring ein, initiierte u.a. die MA Sponsoring, die von der AG für Werbemedienforschung 2009 erstmals erhoben wurde und engagiert sich zudem in sponsoringrelevanten Themenbereichen wie zum Beispiel Alkohol-Werbeverbote. [www.faspo.ch](http://www.faspo.ch)

14:45

## National League – die optimale Plattform für Marken und Produkte – Fakten aus der MA Sponsoring

Die MA Sponsoring ist die erste repräsentative Konsumentenforschung unter Berücksichtigung der Sport- und Kulturinteressen der Schweizer Bevölkerung. Mit 11.000 Interviews ermöglichen sie eine zielgenaue Planung, analog zur werblichen Kommunikation. Am Beispiel der Eishockey National League werden erstmals aktuelle Daten in der Öffentlichkeit präsentiert.

*Jean-Baptiste Felten, Felten & Cie, Vize-Präsident FASPO, Winterthur*

### anschliessende Diskussionsrunde mit:

*Beat Ackermann, Leiter Sponsoring & Events Mobilair, Bern*

*Jean-Jacques Aeschlimann, CEO HC Ambri-Piotta, Ambri*

*Werner Augsburg, Direktor der National League, Bern*

*Marc Lüthi, CEO SC Bern, Bern*

*Roland Wyss, Geschäftsführer EV Zug, Zug*

*Claude Blatter, Senior Project Manager Sponsoring, Feldschlösschen Getränke AG, Rheinfelden*

16:00

## Ende der Veranstaltung

# sport.medien.forum



Moderation:  
Christian Gartmann,  
gartmann.biz, Zürich

## Sport in den Medien: Wie profitieren Medienhäuser in der Zukunft?

9:15

### Vom Print zur App-Economy: Die Mobile Strategie der Blick-Gruppe

Mit dem iPhone und der Etablierung des Mobile Marketing stehen Unternehmen fast grenzenlose Möglichkeiten zur Verbreitung und Bekanntmachung von Produkten und Dienstleistungen zur Verfügung. Zum Beispiel hat 2010 jeder sechste Schweizer iPhone Benutzer das WM-Tippspiel von Blick benutzt. Welche Strategie verfolgt die Blick-Gruppe mit Ihren Apps? Wie rentabel ist die Erstellung einer App? Mit welchen Apps kann man besonders viel Geld verdienen und wo stehen Sport-Apps im Vergleich? Sind Apps nur etwas für Freunde von Mac, oder sieht die Zukunft auch andere Mobil-Geräte als iPhone's im Fokus?

*Chris Öhlund, Leiter Digital Media, Blick-Gruppe, Zürich*

10:00

### Die Strategie von Bild.de im Ressort Sport

Welche Sportarten? Welche Formate? Welche Gewichtung haben News und Entertainment? Welche Einnahmequellen und Trends wird es in der Zukunft geben und wie nutzt bild.de dieses Potential?

*Daniel Pölkemann, Bild digital GmbH & Co. KG, Berlin*

# sport.medien.forum



10:45

## Verändert 3D TV den Sportkonsum?

Nach der flächendeckenden Einführung von HDTV in USA spricht nun schon alles von 3D TV. In den Kinos ist 3D bereits eine wichtige Sparte, nun soll 3D auch die Fernsehwelt erobern. An den Fussball Wetmeisterschaften in Südafrika wurden schon erste Matches in der neuen Technologie produziert und lassen Sportfans auf eine breite Einführung von 3D TV hoffen. Was bedeutet 3D für den Sport? Welche Kosten und welcher Nutzen kommen auf Veranstalter und Sender zu?

*Robert Adams, Plazamedia, Ismaning*

11:30

## Kaffeepause

11:45

## Die Schweizer Sportmedien-Landschaft 2015

Mit seinem rasanten Wachstum und seiner Technologie schafft das Internet Platz für scheinbar endlos viele neue Medienangebote. Was aber wird sich in Zukunft durchsetzen? Muss, wer im Web der Zukunft auffallen will, gross und grösser sein oder gibt es in Zukunft endlich Platz für mittlere kleinere Events? Machen die grossen Medienhäuser alles unter sich aus oder bieten sich auch Chancen für mittlere und kleinere Medien?

### Diskussionsrunde mit:

*Tom Rügge, CEO Schweizer Sportfernsehen, Zürich*  
*Ulrich Kühne-Hellmessen, Sportverlag Europa, Zürich*  
*Roger Feiner, Teleclub, Zürich*

12:30

## Mittagspause

## Medien im Sport: Wie profitieren Sportanbieter in der Zukunft?

13:30

## Reichweite durch Channels! Wie man aus Nischen Breite macht.

„netzathleten media – the vertical expert“ ist Deutschlands führendes Vertical Content Network im Sport. Der Zusammenschluss von über 100 Sportseiten unter einer Marke, ermöglicht Werbungtreibenden den Zugang zu sportaffinen Zielgruppen. In fachlich moderierten Foren findet Kommunikation und Wissensaustausch für über 300 Sportarten statt. Zahlreiche Olympiastars, nutzen die Seite nicht nur aktiv, sondern bereichern das Portal auch mit Magazinbeiträgen aus der Welt des Leistungssports und verleihen netzathleten.de eine einmalige Authentizität.

*Christian Heger, Head of Sales netzathleten-media, München*

14:00

## Social Media – Bedeutung der digitalen Welt für die Zukunft des Sportsponsorings

Social-Media-Plattformen gewinnen mehr und mehr an Bedeutung. News breiten sich in der digitalen Welt extrem schnell aus. Welche Auswirkungen hat dies auf die Sportkommunikation? Wie können Veranstalter, Aktive oder Sponsoren Social-Media-Aktivitäten in ihre Marketing- und Sponsoringstrategie integrieren? Was muss für eine erfolgreiche Zielgruppenansprache im Social Web beachtet werden? Mit Best-Practice-Beispielen wird die Relevanz von Communities und Blogs für das Sportbusiness beleuchtet.

*Stephan Schröder, Mitglied der Geschäftsleitung, SPORT+MARKT, Köln*

14:30

## Web 2.0-Strategien für mehr Zuschauer in Schweizer Stadien!

In Facebook sowie anderen Social-Media-Plattformen vernetzen sich Sportfans. Manche Vereine nutzen dies bereits. Wie lassen sich durch Social Media kommerzielle Ziele wie Ticketverkauf oder Merchandising erreichen? Welche Perspektiven gibt es? Welcher Aufwand steht in welchem Ertragsverhältnis? Best Case-Beispiele aus internationalen Ligen im Vergleich zur Apxo-Super-League.

*Martin Oswald, Oswald Kommunikation, Zürich*

15:00

## Advertising Funded Programming (AFP): Das Beispiel Dunlop Motorsport

AFP ist der Oberbegriff für alle neuen Kooperationsmodelle von TV-Sendern, Werbeindustrie, Werbekunden, Sponsoren, Veranstaltern und Programmherstellern. Der Beitrag zeigt am Beispiel Dunlop, wie AFP in der Praxis funktioniert und was von den Beteiligten zu beachten ist.

*Reiner Miller, Managing Partner sportlink and cie AG, Luzern*

ca. 16:00

## Ende der Veranstaltung



Die **Sportverlag Europa Medien AG** in Zürich ist der Spezialist für Sport-Printprodukte. Vertraut im Umgang mit Vereinen und Verbänden produziert der Sportverlag für die Schweizer Fussball-Liga, die Deutsche Fussball-Bundesliga, den Grasshopper Club Zürich und den Jahr-Verlag verschiedenste Magazine, Bücher und Kalender. Nebst dem gibt der Sportverlag mit EuroSoccer das grösste Fussballmagazin der Schweiz heraus. Die hohe Produktqualität überzeugen Leser wie Auftraggeber. Der Sportverlag erstellt ganzheitliche Kommunikationskonzepte und produziert mehrsprachig. Er verfügt über ein breites Beziehungsnetz zu Sportlern und kann auf ein umfassendes Netzwerk zurückgreifen, das der inhaltlichen Qualität zugute kommt. Mehr Informationen finden Sie unter [www.sportverlageuropa.com](http://www.sportverlageuropa.com).



**EXPODATA** mit einer Gesamtauflage (Schweiz und Deutschland) von 10.000 Exemplaren monatlich ist die internationale Fachzeitschrift für Brandexperience/Messen/Events/Design. Sie deckt mit 10 Ausgaben inklusive der Flaggschiffe Jahrbuch Messen+Events und STYLE das Informationsbedürfnis von Marketing- und Brandmanagern ab, die sich für alle Belange rund um das Messe- und Event-Marketing interessieren. Expodata berichtet aktuell über gewesene und bevorstehende Messeveranstaltungen, untersucht kritisch Fair-Trends und Entwicklungen im nationalen und internationalen Messebereich und liefert nützliche Hinweise über Lieferanten und Dienstleistungsfirmen im Zusammenhang mit dem nationalen und internationalen Messe- und Eventwesen. Zur Leserschaft zählen messebesuchende respektive ausstellende Kreise aus Wirtschaft, Wissenschaft, Industrie, Politik und Gesellschaft. Zu-satzleistungen: Jahrbuch Messen+Events, STYLE, [www.expodata.ch](http://www.expodata.ch), KünzlerBachmann Medien AG, erscheint 10 Mal jährlich.



**Sponsoring Extra** ist die einzige Fachzeitschrift im Sponsoring- und Eventmarkt Schweiz. Sie erhalten „Sponsoring Extra“ im Jahresabonnement (12 Ausgaben) für nur CHF 239,-. Bestellen Sie jetzt Ihre Probenummer! Telefon: +41 (0)31 3117075, [info@sponsoringextra.ch](mailto:info@sponsoringextra.ch)  
[www.sponsoringextra.ch](http://www.sponsoringextra.ch)

## SPONSORS

**SPONSORS** ist das Fachmedium der deutschsprachigen Sportbusiness-Branche. Seit der ersten Ausgabe des SPONSORS MAGAZIN im Februar 1996 begleiten wir als kritischer und eigenständiger Informationsdienstler die Protagonisten dieses Marktes. Doch nicht nur unser Magazin und regelmässige Sonderpublikationen sondern auch unsere hochwertige Internetpräsenz hat sich als unentbehrliche Informations- und Serviceplattform für die Branche etabliert. Wir bieten im Rahmen unseres Online-Auftritts

- SPONSORS ONLINE-NEWS mit hochaktuellen Meldungen
- SPONSORS ARCHIV inklusive der kompletten SPONSORS Berichterstattung seit 1996 optimal für Sie aufbereitet
- SPONSORS NEWSLETTER (täglich) und Sondernewsletter
- Service-Seiten wie Agenturfinder mit detaillierten Informationen zu mehr als 300 Agenturen aus der Sportbusiness-Branche

Darüber hinaus hat sich SPONSORS als Organisator zahlreicher hochwertiger Kongresse zu Themen aus dem gesamten Spektrum des Sport-

business etabliert. SPONSORS Kongresse bieten Ihnen durch hochkarätige Redner und topbesetzte Diskussionsrunden Wissenstransfer auf hohem Niveau und sind eine optimale Plattform für professionelles Networking. SPONSORS organisiert

- zusammen mit der ESB den SpoBiS (grösster Branchentreff Europas mit mehr als 1.500 Teilnehmern und über 170 Referenten)
- das SPONSORS Medienforum
- das SPONSORS Clubmanagerforum
- das SPONSORS Sportstättenforum

Kontakt: SPONSORS Marketing, Sophie-Charlotte Sassmannshausen, Tel. +49/404 133 00 851, [sassmannshausen@sponsors.de](mailto:sassmannshausen@sponsors.de)

[www.sponsors.de](http://www.sponsors.de)



**EUROSPORT** ist die führende Sport-Entertainment Gruppe in Europa und klare Nr. 1 in der internationalen Sportberichterstattung. Rund 300 Millionen Zuschauer in 59 Ländern empfangen die Programme von Eurosport und Eurosport2. Im Mai 2008 startete das Unternehmen mit Eurosport HD einen HD-Simulcast von Eurosport, der inzwischen ebenfalls europaweit verbreitet ist. Eurosport sendet seine Programme nicht nur in 20 verschiedenen Sprachversionen, sondern ist auch in der Produktion und Vermarktung von Sportevents wie der FIA WTCC, der FEI Global Champions Tour oder der Intercontinental Rally Challenge IRC eine wichtige Grösse im Sportbusiness. Dank der Integration von TV-Bildern und LIVE-News auf das Internetportal [eurosport.com](http://eurosport.com) und der Allianz mit Yahoo! ist [eurosport.yahoo.com](http://eurosport.yahoo.com) mit monatlich rund 10 Millionen Besuchern das führende Sportportal in Europa.

Eurosport mobil bietet rund um die Uhr Livestreaming und Sportinformationen über mobile Webseiten in neun Sprachen. Eurosport ist eine 100%ige Tochter der TF1-Gruppe mit Hauptsitz in Paris und 13 Büros weltweit, darunter in Baden/Zürich. Kontakt: [zurich@eurosport.com](mailto:zurich@eurosport.com), +41(0) 56 202 30 90  
[www.eurosport.ch](http://www.eurosport.ch)



**MK Marketing & Kommunikation** ist die wichtigste Publikation der Marketing- und Kommunikationsbranche. Sie verbindet die einzelnen Bereiche der Marktbearbeitung mit einem Gesamtbild der integrierten Kommunikation. Das redaktionelle Konzept fokussiert längerfristige Entwicklungstendenzen und praktischen Nutzen. Offizielles Organ der folgenden Verbände: Schweizer Werbung SW, Swiss Marketing SMC, Schweizer Direktmarketing Verband SDV, Schweizer Werbe-Auftraggeberverband SWA, Schweizer Franchise Verband und Promoswiss. Zusatzleistungen: Jahrbuch Marketingkommunikation, Jahrbuch CRM, Dossiers zu Spezialthemen, wöchentlicher Newsletter MK-Flash, Rheintaler Druckerei und Verlag AG, erscheint monatlich, verkaufte Auflage: 6.199 Exemplare, Gratisauflage: 1.109 Exemplare, Druckauflage: 9.000 Exemplare  
[www.m-k.ch](http://www.m-k.ch)



**bluetrac AG** definiert seine Kernkompetenz an den vielfältigen Bereichen der Eventtechnik und realisiert Projekte mit konzeptionellem Erfolg jederzeit in technischer Perfektion. Als reiner Zulieferer einer breiten Palette der Eventtechnik einerseits, als kreativer Geschäftspartner der jegliche Formen von Events, Präsentationen, Messen, Ausstellungen und Kongresse von Unternehmen unterschiedlicher Grösse umsetzt, andererseits.  
[www.bluetrac.ch](http://www.bluetrac.ch)

Das **sport.forum.schweiz 2010** findet am 17./18. November 2010 im Grand Casino Luzern und Hotel Schweizerhof Luzern \*\*\*\*\* statt.

Zum dritten Mal werden in diesem Jahr das **sport.medien.forum.schweiz** und **responsibility.forum.schweiz** als Parallelveranstaltungen zum **sport.forum.schweiz** durchgeführt. Der Kongress beginnt mit den Foren „Stadionwelten“ und „Sponsoring mit kleinem Etat“ und trifft sich am Nachmittag im Hauptplenum. Zur «Schweizerhof Sports Night 2010» am 17.11.2010 kommt das „Who is Who“ der Sportbusiness-Branche Schweiz zusammen.

**Bitte senden Sie uns Ihr Anmeldeformular per Fax an +41-(0)71 223 78 87 oder melden Sie sich unter [www.sportforumschweiz.ch](http://www.sportforumschweiz.ch) an.**

Ich melde mich gemäss Ihren Bedingungen zur Teilnahme am **sport.forum.schweiz 2010** an.  
(Bitte die gewünschte Option ankreuzen!)

**Option 1:**

2 Tage / 17. + 18.11.10  
CHF 1.690,- zzgl. MwSt.  
beinhaltet:  
 sport.forum  
 responsibility.forum  
 sport.medien.forum  
 1 Übernachtung  
 2 Mittagessen  
 Pausengetränke  
 Teilnahme Schweizerhof Sports Night

**Option 2:**

1 Tag / 17.11.10  
CHF 990,- zzgl. MwSt.  
beinhaltet:  
 sport.forum  
 responsibility.forum  
 1 Mittagessen  
 Pausengetränke  
 Teilnahme Schweizerhof Sports Night

**Option 3:**

1 Tag / 18.11.10  
CHF 890,- zzgl. MwSt.  
beinhaltet:  
 sport.forum  
 sport.medien.forum  
 1 Mittagessen  
 Pausengetränke

Ich bin offizieller Vertreter eines im **Swiss Olympic** organisierten Vereins und dokumentiere dies mit beiliegendem **Funktionärsausweis**. (Bitte die gewünschte Option ankreuzen!)

**Option 1 Swiss Olympic:**

2 Tage / 17. + 18.11.10  
CHF 1.190,- zzgl. MwSt.  
beinhaltet: siehe oben

**Option 2 Swiss Olympic:**

1 Tag / 17.11.10  
CHF 790,- zzgl. MwSt.  
beinhaltet: siehe oben

**Option 3 Swiss Olympic:**

1 Tag / 18.11.10  
CHF 690,- zzgl. MwSt.  
beinhaltet: siehe oben

Als Besucher der **Option 1** oder **Option 2** melde ich mich hiermit verbindlich für folgendes Forum an:

**Forum 1: Stadionwelten**

**Forum 2: Sponsoring mit kleinem Etat**

Ich benötige **keine Übernachtung** und erhalte auf Option 1 eine Reduktion von CHF 200,-.

Name: \_\_\_\_\_ Vorname: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

Strasse: \_\_\_\_\_ PLZ, Ort: \_\_\_\_\_

Rechnungsadresse (falls abweichend): \_\_\_\_\_

Telefon: \_\_\_\_\_ Telefax: \_\_\_\_\_

E-Mail-Adresse: \_\_\_\_\_

Datum: \_\_\_\_\_ Unterschrift: \_\_\_\_\_

Ich habe die Anmeldebedingungen gelesen und erkenne diese ausschliesslich und unwiderruflich als Vertragsinhalt an.



SPORT <=> MARKT

## Veranstalter



## Teilnahmegebühr

**Option 1:** CHF 1.690,- zzgl. MwSt.  
**Option 2:** CHF 990,- zzgl. MwSt.  
**Option 3:** CHF 890,- zzgl. MwSt.

## Sonderkonditionen für Vereine und Verbände

Um dem organisierten Schweizer Sport die Teilnahme am **sport.forum.schweiz 2010** zu erleichtern, sponsern AMAG, Axpo, Ticketcorner, Ochsner Sport, SPORT+MARKT und die Swiss Olympic Association alle Manager und Funktionäre in Verbänden und Vereinen aus der gesamten Schweiz. Bitte nutzen Sie dazu die Anmeldeoption Swiss Olympic!

## Anmeldung

Erfolgt durch den nebenstehenden Anmeldeatol. Mit dem Eingang der Anmeldung entsteht ein rechtsgültiger Vertrag. Die Anmeldebestätigung geht Ihnen in Form einer Rechnung zu und ist innerhalb von 8 Tagen nach Rechnungslegung zahlbar. Für allfällige Programmänderungen oder Druckfehler übernimmt der Veranstalter keine Haftung.

## Abmeldung

Bei Abmeldung (schriftlich) bis zu einer Woche vor Kongressbeginn werden 50% der Teilnahmegebühr berechnet – zu einem späteren Zeitpunkt die gesamte Teilnahmegebühr. Bei rechtzeitiger Nennung eines Ersatzteilnehmers entfällt die Stornogebühr.

## Veranstaltungsort

Grand Casino Luzern  
Haldenstrasse 6  
CH-6006 Luzern  
Tel. +41(0)41 418 56 56, Fax 418 56 55



Hotel Schweizerhof Luzern  
Schweizerhofquai  
CH-6002 Luzern  
Tel. +41(0)41 410 04 10, Fax 410 29 71

