

3. Internationales *Sport*-Forum Schweiz '97

Investoren treffen Sportmanager.

Markenartikel als Sport-Sponsoren.

10. und 11. Juni 1997
in Zürich
Sheraton Hotel

BILANZ

Sport



■ Top-Themen:

SBG: Wie kommuniziert man eine neue Corporate Communication?

Grasshoppers Fussball AG: Aktiengesellschaft statt Vereine?

NHL National Hockey League Nordamerika

Sind die Zeiten des konzeptionslosen Sponsorings vorbei?

Markenprodukt 'Martina Hinigs'

Sky Dome Europe - Das Erlebnisstadion der Zukunft

Investitionsmöglichkeiten für private und institutionelle Anleger

■ Die Referenten

Marco Blatter SOV, Bern

Jean-Baptiste Felten, CWL Holding AG, Kreuzlingen



Damir Keretic, IMG, Deutschland

Brad Kwong
NHL Enterprises B.V. Zürich



Romano Spadaro
Grasshoppers Club, Zürich

Guido Tognoni
NHL Europe, Zürich

Hansjörg Zürcher
Advico Young & Rubicam,
Zürich

DIENSTAG 10. JUNI 1997

08.30 Ausgabe der Kongressunterlagen

09.00 **Urs Zeier**, Geschäftsführender Gesellschafter *SPORT* Wochenzeitung AG, Zürich

Begrüssung und Einführung

09.15 **Brad Kwong**, Managing Direktor, NHL Enterprises B.V.

Guido Tognioni, NHL Europe, Zürich

1 Billion Dollar Business - The commercial activities of the NHL

Is the american way of sportbusiness a solution for european leagues?

NHL National Hockey League: Sind amerikanische Liga-, Vermarktungs- und Finanzierungskonzepte auf Europa übertragbar?

10.30 Kaffeepause

10.45 **Fallstudie:**
Markenkommunikation und Top-Event:

Res Brügger, OK-Präsident 'Weltklasse in Zürich' Leichtathletik-Meeting "Weltklasse in Zürich" aus Sicht des Veranstalters und des Hauptsponsors.

Christoph Marti, Vizedirektor, Leiter Sponsoring/Events SBG Schweizerische Bankgesellschaft, Zürich

Wie kommuniziert man eine neue Corporate Communication mit Sponsoring? Von SBG zu UBS

Hansjörg Zürcher, Creativ Director, Advico Young & Rubicam, Zürich, bekannt durch die ZVS Molkerei-Kampagne "Die tanzende Kuh Lovely", Werber des Jahres 1994

Kreative Konzepte für den Einsatz von Sportlern in der klassischen Werbung/Kommunikation

12.00 **Podiumsdiskussion**
mit **Christian Gartmann**, Geschäftsleiter Radio Z, Zürich

12.30 Gemeinsames Mittagessen

13.45 **Cornelius Blanke**, M.A.
Leiter Öffentlichkeitsarbeit und Sponsoring, Falke Gruppe, D-Schmallenberg

For Tomorrow's People & Falke

Erfolgreiche Marketing-Kommunikation eines mittelständischen Textilherstellers im Sportsponsoring: Boxen, Motorsport (u.a. Formel 1) und Extremsportler.

14.30 **Priska Ziegler**, Inhaberin, MOSAIC Agentur für Communication und Organisation, St. Gallen

Markenkommunikation an den St. Galler Pferdesporttage

Die Partnerschaft zwischen Sponsor und Veranstalter als Chance. Das Event als Promotionsplattform und Instrument zur Kundenpflege. Am Beispiel der Mercedes-Benz (Schweiz) AG und anderen Partner.

15.15 Kaffeepause

15.30 **Hartmut Zastrow**, Geschäftsführer Marktforschungsinstitut Sport und Markt, D-Köln

Sportsponsoring und Markenartikel: Stehen die traditionellen Sportarten vor schweren Zeiten?

Jugendliche sind eine der wichtigsten Zielgruppen für die meisten Markenartikel. Für junge Zielgruppen sind viele traditionelle Marken und Sportarten „mega out“, während andere (auch traditionelle) Kult-Charakter haben. Was sind die Konsequenzen für Marken- und Sportentscheider?

Testimonial-Sponsoring vs. Event-Sponsoring: Chancen und Risiken aus der Beobachtung des Marktforschers.

Beim Event-Sponsoring ist der Sponsor immer auf der Seite des Siegers, aber bereits beim nächsten Event freuen sich andere Sponsoren darüber. Hingegen kann beim Sponsoring von Sportlern ein langfristiger Image- und Bekannheits-transfer vom Sportler zum Sponsor und umgekehrt stattfinden. Was aber passiert, wenn die Sportler erfolglos sind oder in Skandale verwickelt werden? Wie wertet der Zuschauer Ehen und Scheidungen zwischen Sportlern und Sponsoren?

16.15 **Podiumsdiskussion**
Damir Keretic, Geschäftsführer IMG Deutschland und den Referenten des Nachmittags

Markenartikel 'Martina Hingis'

Aus der Sicht des Managers: Optimale Zusammenarbeit mit dem Jungstar Martina Hingis

Möglichkeiten der Kooperation: Sponsoring, Promotions, Testimonials

17.00 **Come together**
Es lädt ein

Radio Z

MITTWOCH 11. JUNI 1997

08.30 Ausgabe der Kongressunterlagen

09.00 **Medard Meier**, Chefredakteur BILANZ

Investments im Sport: Zukunft oder Sackgasse?

09.15 **Die Grasshopper Fussball AG**



Professionelle Strukturen für professionellen Sport. Mit der "Fussball-Aktie" geht der GC Zürich neue Wege in Organisation, Finanzierung und Vermarktung der Ware "Fussball".

Der Verein

Romano Spadaro, Präsident GC Grasshoppers Club
Andreas Schenker, Vorstand Finanzen GC

Wie funktioniert die Umwandlung vom Verein zur Aktiengesellschaft? In welchen Schritten wurde die Umwandlung vollzogen? Welche Konsequenzen ergeben sich für die Organisationsstruktur und die Aussenbeziehungen der Grasshoppers?

Die Bank: ZKB Zürcher Kantonalbank

Hajdar Odok, Leiter Kapitalmarkt, Mitglied der Direktion der ZKB Zürcher Kantonalbank, Zürich

Beurteilung des Sportinvestments aus der Sicht der Anleger: Sind Sportaktien ein ökonomisch interessantes Investment, nach welchen Kriterien werden Sportinvestments beurteilt? Wie bewertet die ZKB die Grasshoppersaktie? Haben Sportinvestments als Gruppe eine Chance auf den Kapitalmärkten?

Beurteilung des Sportinvestments aus Sicht der Emmissionsbank. Welche Rolle spielt die emittierende Bank bei der Umwandlung? Ist es ein gewöhnliches Emissionsgeschäft, eine imagebildende Marketing-Aktion, mit der neue Kundenpotentiale im Wertpapiergeschäft erschlossen werden können oder eine spezielle Sponsoringform?

Der Berater:

Michael G. Winkler, IMS Consultants, Zürich
Welche Bedingungen muss ein Verein organisatorisch, konzeptionell und finanziell erfüllen für eine Umwandlung zur Aktiengesellschaft?

11.00 Kaffeepause

11.15 **Jean-Baptiste Felten**, Geschäftsleiter CWL Holding AG, Kreuzlingen

Sport: Investment-Markt der Zukunft?

Der Blick über die Grenzen: Fussball-Aktien in Grossbritannien und andere Sportfinanzierungen. Die Sicht der professionellen Vermarkter: Konkurrenz oder neues Geschäft?

12.00 **Podiumsdiskussion**

mit den Referenten des Vormittages und

Marco Blatter, Direktor SOV Schweizerischer Olympischer Verband, Bern

Wie verändern sich die Finanzierungsstrukturen im Schweizer Sport? Finanzierung von Cub über 'Herzensaktien'

12.45 Mittagessen

14.00 **Peter Haas**, Tennislehrer und Coach, D-Langenbach

Kapitalanlage Tennisspieler - TOSA GmbH

Die Tennisausbildungs- und Förderfirma TOSA beginnt Rendite zu erwirtschaften. 15 Investoren und Interessen für zwei junge Tennisspieler: Finanzierungsmodell mit Vorbildcharakter?

14.30 **Tobias Egli**, Inhaber der Egli Consulting, Zürich und Initiator des 'Sky Dome Europe'

Sky Dome Europe - Ein multifunktionales Stadion der Superlative vor den Toren der Stadt Zürich

Bedarf und Voraussetzungen für ein multifunktionales Stadion mit ca. 25 000 Sitzplätze, Standortaspekte, Erschliessung und Potentiale. Projektentwicklung, Vermarktung und Umsetzung. Die Finanzierung des Projektes soll auf rein privatwirtschaftlicher Basis erfolgen. Vorbild für das Projekt sind Stadien der nordamerikanischen National Hockey League. Entsprechend ist auch ein Erlebnis- und Hotelbereich eingeplant.

15.15 Kaffeepause

15.30 **Arbeitskreise**

A **Marc Wälti**, Fribourg

Erfolgskriterien multifunktionaler Stadien am Beispiel der „Amsterdam Arena“

Privatunternehmen als Investoren. Strukturen und Konzepte.

B **Louis Mayer**, Rennverein Zürich

Sponsoren, Gönner oder Investoren?

Die Vermarktungs-Praxis von 60 Pferderennen jährlich. Welche Angebote und Konzepte hat der Rennverein Zürich? Wie bindet man wirtschaftliche Partner an den Pferdesport?

C **Dieter Schmid**, Leiter BWL u. Sportmanagement, ETH Zürich

Projekt-Teilfinanzierung über Studierende

Studierende des Zusatzstudiums 'Betriebswirtschaftslehre und Sportmanagement' der ETH Zürich können für verschiedenste Management-Aufgaben beigezogen werden: Eventorganisation, Projektplanung- und Realisierung, Marktforschung, Administration u.ä.. Der Workshop stellt diverse Einsatzmöglichkeiten vor und erarbeitet Formen der Zusammenarbeit mit Vereinen, Firmen und Organisationen.

Das Internationale *SPORT*-Forum Schweiz '97 findet am 10. - 11. Juni 1997 im Sheraton Hotel Zürich statt.

Sport, Wirtschaft und Medien verflechten sich national und international zunehmend. Mit dem 'Sport-Forum Schweiz' hat dieses Zukunftsfeld eine professionelle Kommunikationsplattform. Das 'Int. SPORT-Forum Schweiz' findet in diesem Jahr zum drittenmal statt.

Aufgrund der aktuellen Börsenpläne von Vereinen sowie neuesten Finanzierungsmodellen, werden in diesem Jahr institutionelle und private Investoren am Kongress teilnehmen. Gemeinsam soll diskutiert werden, ob Sportaktien nur Liebhaberei oder ernsthafte Investments sind. Internationale Fallbeispiele werden aufzeigen, welche Chancen sich an den Finanzmärkten für grössere und kleinere Vereine, aber auch für Einzelsportler eröffnen. Themenschwerpunkte der diesjährigen Veranstaltung sind 'Markenbekanntheit und Markenimage durch Sport-Sponsoring' sowie 'Der Sport geht an die Börse: Aktiengesellschaften statt Vereine?'. Im zweiten Themenschwerpunkt werden die aktuellen Tendenzen im internationalen Sport-Sponsoring aufgezeigt. Immer mehr bedeutende Markenartikler nutzen den Sport zur Bildung von Markenbekanntheit und -image. Auch hier werden die Chancen und Gefahren von Experten aus Theorie und Praxis erörtert.

Ohne Sportsponsoring sind viele Sportarten heute kaum noch vorstellbar. Der Sport in seiner ganzen Vielfalt beeinflusst unser Freizeitverhalten mehr denn je. Diese Entwicklungen haben zu veränderten Strukturen im Sport und Sportsponsoring geführt. Immer mehr Unternehmen entdecken das Umfeld Sport als Marktnische. Sport wird dabei als Teil der eigenen Unternehmenskultur begriffen und dies wird sowohl nach innen als auch nach aussen dokumentiert. Doch zahlen sich diese Investitionen aus? Welche Trends zeichnen sich für das Sportsponsoring ab? Wie bekommt ein Unternehmen den besten 'Return of Investment' innerhalb eines Sponsorings? Wie bieten Vereine/Verbände und (ehemalige) Sportler ihre Ware am besten an?

Es treffen sich...

- ...Markenartikler
- ...Vereinsmanager
- ...Werber und Kommunikationsexperten
- ...Sport-Manager
- ...Investoren

Bitte senden Sie uns Ihr Anmeldeformular bis spätestens 03. Juni 1997!

Am besten per Fax!
+41-(0)71-223 78 87

ESB Marketing Consult AG
Postfach 519
CH-9001 St. Gallen
Tel. +41-(0)71-223 78 82

ANMELDUNG Internationales *SPORT*-Forum Schweiz '97 10. - 11. Juni 1997

Ich melde mich gemäss Ihren Bedingungen zur Teilnahme am 3. Int. *SPORT*-Forum Schweiz '97 an:

Bitte die gewünschte Option ankreuzen!

Option 1:

10. und 11. Juni 1997
SFr. 1'290.- zzgl. MwSt.
Beinhaltet Seminarmappe, 2 x Mittagessen und Pausengetränke

Option 2:

10. oder 11. Juni 1997
SFr. 890.- zzgl. MwSt.
Teilbelegung an einem Tag Ihrer Wahl
Beinhaltet Seminarmappe des jeweiligen Tages,
1 x Mittagessen und Pausengetränke

Name _____ Vorname _____

Position _____

Unternehmen _____

Adresse _____

Telefon _____ Telefax _____

Unterschrift _____ Datum _____

Wir haben die Anmeldebedingungen gelesen und erkennen diese ausschliesslich und unwiderruflich als Vertragsinhalt an.

Veranstelter:



Europäische Sponsoring-Börse
<http://www.esb-online.com>



CONCEPTA CONGRESSE INTERNATIONAL
Innsbruck

Medienpartner:

Sport

BILANZ



Teilnahmegebühr

Option 1:

Pauschalangebot für die gesamte Dauer SFr. 1'290.- zzgl. MwSt. Im Preis inbegriffen sind Mittagessen, Seminar- und Pausengetränke sowie die Tagungsunterlagen für beide Tage.

Option 2:

Pauschalangebot für einen Tag Ihrer Wahl SFr. 890.- zzgl. MwSt. Im Preis inbegriffen sind Mittagessen, Seminar- und Pausengetränke sowie die Tagungsunterlagen des jeweiligen Tages.

Anmeldung

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

Abmeldung

Bei Abmeldung (schriftlich) bis zu einer Woche vor Forumsbeginn werden 50 % der Teilnahmegebühr verrechnet - zu einem späteren Zeitpunkt die gesamte Teilnahmegebühr. Bei rechtzeitiger Nennung eines Ersatzteilnehmers entfällt die Stornogegebühr.

Seminarort

Atlantis Sheraton Hotel Zürich
Döltschiweg 234
8055 Zürich
Telefon 01-454 54 54
Telefax 01-454 59 92