

sport.forum.schweiz 2002

Veranstalter:



sportart

In cooperation with
Swiss Olympic Association



Top-Referenten

Adolf Ogi, UNO Sonderbeauftragter

Dr. jur. Walter Kägi, Swiss Olympic

Toni Polster, VFL Borussia Mönchengladbach

Paul & Martin Laciga, Beachvolleyball-Europameister

Marcel Benz, UEFA

Ulrich Kühne-Hellmessen, Sportchef Blick

Heinz Prüller, ORF

Urs Leutert, Schweizer Fernsehen DRS

Philipp Wetzel, Feldschlösschen Getränke-Gruppe

Mark Wirz, Swissspower

Marc Görtz, SAT 1

Thomas Müller, Präsident des FC St. Gallen

Moderation: *Stefan Wagner, Sportmoderator SF DRS*

HANDELSZEITUNG

M
K
MARKETING &
KOMMUNIKATION

SPONSORING
EXTRA

Night of Sports

Gemeinsames Night-Dinner

Talkrunde

Live-Übertragung:

Spiel der UEFA Champions-League

Get-Together

Übernachtung im Hotel Schweizerhof Luzern

CREDIT
SUISSE



SPORT
MAGAZIN

swisscom



Adolf
Ogi



Peter
Gabriel



Erwin
Flury



Ulrich
Lacher



Alexandre
Fasel

09:00

Ausgabe Tagungsunterlagen und Begrüßungskaffee

09:15

Begrüßung und Moderation

09:30

Der Sponsoring-Markt Schweiz: Ein aktueller Überblick

10 Minuten-Statements mit anschließender Diskussion

Stefan Wagner,
Sportmoderator SF DRS

Peter Gabriel, Geschäftsführer
Granador AG, Luzern

Erwin Flury, Geschäftsführer
FAF AG, Zürich

Paul Laciga, Team Laciga und
Geschäftsführer „Laciga Emotions“,
Wagen

Ulrich Lacher, IFM Medienanalyse
International, Karlsruhe

Alexandre Fasel, Head Formula 1
Office, Credit Suisse, Zürich

Adolf Ogi, Alt-Bundesrat und
UNO Sonderbeauftragter, Bern

Die Perspektive des Sponsors:

Granador – mit André Bucher an die Spitze

Der Luzerner Getränkehersteller Granador sponsort den 800-Meter-Weltmeister und EM-Silbermedaillengewinner André Bucher. In Zusammenarbeit mit dem Leichtathletikstar strebt die Granador AG "Siege" und weiteres Wachstum an.

Die Veranstalter-Perspektive:

Sportanlässe zwischen Event und Wettkampf.

Die FAF AG ist eine Agentur für Design und Management von Veranstaltungen. Neben kundenspezifischen Events realisiert FAF auch verschiedene Sportanlässe von nationaler und internationaler Bedeutung. Zu den prominentesten Projekten gehört freestyle.ch, eine Inszenierung zwischen Spitzensport und spektakulärer Show. Weltklasse Athleten im Snowboard, Skateboard, BMX und Freestyle-Motocross locken jedes Jahr über 50'000 Besucher zum grössten Freestyle-Event Europas.

Die Perspektive der Aktiven:

Sponsoring-Partnerschaften International im Beachvolleyball

Das Schweizer Weltklasse-Beachvolleyball-Team Laciga mit den Brüdern Paul und Martin Laciga ist seit 1995 international als Profi-Team erfolgreich. Sportlich richten Sie alle Planungen auf die Olympischen Spiele Athen 2004 aus. Mit Ihrer Agentur „Laciga Emotions GmbH“ betreuen Sie als aktuelle Projekte die Beachvolleyball Junioren EM 2002, die Senioren EM 2002 und die Junioren EM 2003.

11:00

Kaffeepause

11:30

**Best Practice im Sportsponsoring am Beispiel der Formel 1:
Massenkommunikation und Kundenbindung der Extraklasse!**

Massenkommunikation:

Zahlen und Fakten zur Formel 1-Präsenz in der Schweiz

Kundenbindung:

Am Beispiel der Credit Suisse wird aufgezeigt, wie mit der Formel 1 eine weltweite Strategie zur Kundenbindung verfolgt werden kann. Die Umsetzung des Sponsorships von der Massenpräsenz zur nachhaltigen Bearbeitung des lokalen Marktes stellt hohe Ansprüche an die integrierte Kommunikation. Modular werden bei der Credit Suisse die verschiedenen Ebenen der Kundenbindung bedient.

13:00

Mittagspause

14:00

Interview: Welche Aufgaben erfüllt der UNO Sonderbeauftragte Adolf Ogi für den Schweizer Sport?

Im Jahr 2001 hat die UNO das Mandat des Sonderbeauftragten für Sport im Dienste von Entwicklung und Frieden geschaffen und Herrn Adolf Ogi zum UNO Sonderberater ernannt. Die Aufgabe des UNO Sonderberaters ist es, die Integrationsmöglichkeiten des Sports zur Lösung von politischen und sozialen Problemen der Gesellschaft zu nutzen und die Beziehungen zwischen den Vereinten Nationen und der Welt des Sports zu stärken. Eindrucksvoll konnte der Sport bei Olympia 2000 in Sydney sein Leitpotential für den Frieden zeigen, als die verfeindeten Nationen Nord- und Südkorea gemeinsam als Mannschaft ins Stadion einzogen.



Laren Ukman



Dr. Urs Bretschger



Daniel Strasser



Guisep Fry



Toni Polster



Marc Görtz



Urs Leutert

Laren Ukman, Managing Director,
IEG, Chicago/IL, USA

Dr. Urs Bretschger, Mitglied der
Direktion und Leiter Marketing
Services, Allianz Suisse, Zürich

Daniel Strasser, CEO Aqua Nova
Swiss AG, St. Gallen

Night
of
Sports

15:15

Kaffeepause

15:45

Sportsponsoring aus der Sicht des Controllings Wieviel und welche Kommunikation braucht ein Unternehmen?

Die neue Marke "Allianz Suisse": Kommunikationsziele und Umsetzung im Sportsponsoring

Allianz Suisse, entstanden aus Elvia, Berner und Allianz (Schweiz), startete 2002 mit neuer Sponsoringstrategie. Aufbau und Positionierung der neuen schweizerischen Marke stehen dabei im Vordergrund. Medienwirksame Top-Engagements wie "Formel1" und "Allianz Suisse Open Gstaad" sowie die Förderung von Breitensport und Nachwuchs in ausgewählten Disziplinen sorgen für ganzjährige Präsenz und solide Verankerung.

Ergebnisse des Aufbaus der Marke Aqua Nova

Im Lancierungsjahr hat Aqua Nova zwei Millionen Einheiten seines Getränkes verkauft, ein hervorragendes Ergebnis für einen Markteinsteiger. Entscheidenden Anteil am Erfolg hatte das Engagement im Sportsponsoring auf dem Trikot vom FC St. Gallen sowie bei Riesenslalom-Weltmeister Michael von Grüningen. Nachdem Gewinn der Marketing-Trophy 2002 in der Kategorie "Kleinere und mittlere Unternehmen" stehen nun Etablierung und Absatzsteigerung im Vordergrund.

17:15

Erfrischungspause / Check-In, Hotel Schweizerhof Luzern

18:30

Gemeinsames Abendessen

19:30

Talk-Runde Sport- & Medienwirklichkeit 2002

- Welche Bedeutung haben „Personen“ und „Charaktere“ für die Medien?
Wie wirken sich diese auf Sportarten und deren Sponsoring-Konzepte aus?
- Wie sieht die Zukunft für internationale und nationale Markenauftritte im Sportsponsoring aus?
- Die Bedeutung von Agenturen und anderen Dienstleistern im professionellen Sport
- Sportler, Sponsoringprofessionalität von Agenturen

Toni Polster, Marketing-Management VFL Borussia Mönchengladbach

Marc Görtz, Geschäftsführer SAT 1 Fenster Schweiz, Zürich

Urs Leutert, Leiter Abteilung Sport SF DRS, Zürich

*Martin Blaser, Deligierter des Verwaltungsrates, Sportart AG, Zürich
(Vermarkter GC Zürich, Schweizer Fussball Nationalmannschaft, Spengler Cup)*

Paul & Martin Laciga, Beachvolleyball Europameister und Vize-Weltmeister'99, Laciga Emotions, Wagen

Guisep Fry, Sportlermanager u.a. von Ski- und Snowboard-Professionals, GFC Sports Management AG, Chur

**Get-together mit Live-Übertragung des 6. Spieltages /
1. Gruppenphase der UEFA Champions-League**



Martin
Blaser



Paul
Laciga



Mark
Wirtz



Philipp
Wetzel



Andrea
Tuffli



Marcel
Benz

08:00

Gemeinsames Frühstück

09:00

Trends im Sponsoring: Breitensport & Imagesponsoring

Grenzerfahrung im Breitensport Swisspower Gigathlon Expo.02 – Erkenntnisse einer gigantischen Traumreise rund um die Schweiz aus Sicht des Hauptsponsors

„If you can dream it, you can do it!“ Unter diesem Motto starteten beim Swisspower Gigathlon, einem der bedeutendsten Event-Beiträge des Schweizer Sports im Rahmen der Expo.02, annähernd 10'000 Athletinnen und Athleten. Nicht nur die Gigathleten erbrachten Höchstleistungen, auch für die Sponsoren war diese Breitensportveranstaltung eine gigantische Herausforderung. Welche Erfolgsfaktoren sind für Swisspower – die Energie der Schweizer Stadtwerke, von Bedeutung? Welche Visionen gibt es für die Zukunft? Welche Ideen und Konzepte haben sich beim Breitensport-Sponsoring bewährt. Wie wird das Sponsoring-Controlling eingesetzt?

Die Frages des Images gewinnt zunehmend an Bedeutung: Ist Sportsponsoring konkurrenzfähig?

Marken mit hohen Bekanntheitswerten müssen darauf achten, dass die Marke in den Köpfen der (jungen) Verbraucher jung und attraktiv bleiben. Markenartikler wie Cardinal setzen zu diesem Zweck auf Musiksponsoring statt Sport. Eine kritische Analyse.

10 Minuten-Beitrag und Diskussion

Der Swiss Alpine Marathon

Beim diesjährigen Swiss Alpine Marathon Davos gingen in den vier verschiedenen Laufklassen mehr als 4'000 Läuferinnen und Läufer an den Start. Das eindrucksvolle Alpenpanorama an der Laufstrecke und die Atmosphäre während des gesamten Wochenendes in Davos machen den Lauf-Event zu einem unvergesslichen "Schweiz-Erlebnis" und sind zugleich eine grosse Herausforderung für Veranstalter und Sponsoren.

10:45

Kaffeepause

11:15

Situation und Zukunft der Sportfinanzierung

Der Schweizer Sport im internationalen Vergleich

Wo steht der Schweizer Sport im Vergleich zu anderen Sportnationen? Der Schweizer Sport findet international auf drei Ebenen statt. Neben der sportlichen Leistungsfähigkeit spielen vor allem die finanzielle Situation und der politische Einfluss der Schweiz eine zentrale Rolle.

UEFA Klublizenzierungsverfahren

Ab der Spielzeit 2004/05 ist die Zulassung zu den UEFA-Klubwettbewerben an eine Lizenz geknüpft.

Das UEFA-Klublizenzierungsverfahren sieht die Einführung von Qualitätsstandards im sportlichen, infrastrukturellen, personellen, administrativen, rechtlichen und finanziellen Bereich vor. Dieses System beabsichtigt, die Bedürfnisse und Erwartungen der Fans, Spieler, Trainer, Sponsoren, Medien sowie der lokalen und nationalen Behörden und Regierungen zu befriedigen. Damit wird der Grundstein für eine bessere Zukunft im europäischen Fussball geschaffen und dem UEFA-Slogan "we care about football" weiter nachgelebt.

Diskussionsrunde mit den Referenten sowie Thomas Müller, Präsident des FC St. Gallen

12:45

Mittagspause

Mark Wirtz, Sponsoring-Leiter
Swisspower, Zürich

Philipp Wetzel, Leiter Marketing-
Communications und
Reto Schnyder, Projektleiter Kultur
und Musik, Felschlösschen
Getränke Gruppe, Rheinfelden

Andrea Tuffli, OK-Präsident
Swiss Alpine Marathon, Davos

Dr. jur. Walter Kägi, Präsident
Swiss Olympic, Bern

Marcel Benz, Senior Manager,
Rechtsdienst und National-
verbände, UEFA, Nyon

Thomas Müller,
Präsident des FC St. Gallen



Dr. jur. Walter
Kügi



Thomas
Müller



Ulrich
Kühne-Hellmessen



Andreas
Gonseth



Stephan
Netzle



Dr. jur. André
Wahrenberger

13:45

Sportsponsoring in den Medien Kurzreferate und Diskussion

*Ulrich Kühne-Hellmessen,
Sportchef Blick, Zürich*

*Andreas Gonseth, Chefredakteur
FITforLIVE, Aarau*

*Heinz Prüller,
Sportkommentator, ORF*

*Stephan Netzle, Rechtsanwalt,
Andersen Legal Zürich*

*Dr. jur., LL.M. André Wahrenberger,
Rechtsanwalt, Partner bei von Meiss
Blum & Partner, Zürich*

ca. 16:45

Print-Medien: Die „Vollstrecker der Sponsorenwahrnehmung“?!

Das Sponsoring spielt auch in den Medien eine immer grösser werdende Rolle. Dabei ist das „Handling“ des Sponsoring von zentraler Bedeutung, denn die unabhängige Presse sieht sich der Gefahr einer Abhängigkeit gegenüber. Der Spagat zwischen Notwendigkeit und Abhängigkeit von Sponsoring in den Medien ist schwierig und stellt hohe Anforderungen an die Pressevertreter.

Special-Interest „Sport“: Möglichkeiten der Kooperation zwischen Sponsoren, Events und Print-Medien

Die aktuelle Situation des Sponsoring in Formel 1, Fussball und Ski. Österreich, Deutschland und die Schweiz im Vergleich

15:15

Sponsoring & Recht

Die „Vermarktungsproblematik“ Sportstars

Die Vermarktung von individuellen Athleten oder Athletinnen wirft zwei Fragenkreise auf, die in diesem Referat angesprochen werden: Wie gross ist der von den Verbandsregeln gewährte Spielraum, der für die Vermarktung von individuellen Athletinnen genutzt werden darf? Wie kann man den spezifischen Risiken, die mit einer Athletenkarriere verknüpft sein können (z.B. unerwartete Erfolge/Misserfolge, Verletzungen, Doping) vertraglich Rechnung tragen?

Rechtliche Aspekte der Vermarktung von Sportorganisationen und Events

In die Vermarktung von Sportanlässen fliesst (floss?) immer mehr Geld. Damit steigen auch die Risiken der Vermarkter und Sponsoren und die Ausgestaltung des entsprechenden Vertragswerkes gewinnt immer mehr an Bedeutung. Der Referent, der über langjährige Erfahrung in der Beratung von Vermarktern und Sportorganisationen verfügt, beleuchtet einige der wichtigen Fragen im Zusammenhang mit der Vermarktung / dem Sponsoring von Sportorganisationen (Clubs, Verbänden etc.) und von Sportevents.

Ende der Veranstaltung

Kongresstechnik:

AUDIOVISUAL

GANZ

AV Ganz AG
Medien- und Konferenztechnik

www.avganz.ch



Probieren geht über studieren!

Mehr Sport, mehr Fun, mehr Action – mehr Hintergrund – abonnieren Sie jetzt!

Ich möchte ein Probeabo des Sportmagazins für nur Fr. 20.- und erhalte dafür 5 Ausgaben und spare Fr. 10.- gegenüber dem Einzelverkaufspreis.

Coupon einsenden, faxen oder mailen an:

AZ Fachverlage AG, Sport-Magazin, Aboservice, Postfach, 5001 Aarau, Fax 062 836 62 23,

E-Mail: beatrice.gmuender@azag.ch, **Gratis Bestellnummer: 0800 855 745**

Vorname: _____ Name: _____

Adresse: _____ PLZ/Ort: _____

Unterschrift: _____



Vorname, Name: _____

Adresse: _____

PLZ/Ort: _____

Die "HandelsZeitung" erscheint jeden Mittwoch und ist in die vier Bünde "Akzente", "Management", "Märkte" und "Geld", aufgeteilt. In praxisnahen Beiträgen informiert der "Management"-Bund über motivierendes Führen, innovatives Denken und Erfolg sichernde Ausbildung.

Aktuelle Berichte und profunde Analysen rund ums Thema Marketing sind dabei ganz zentral. Ergänzt wird die Wirtschaftszeitung durch rund 100 Sonderbeilagen zu Trends einzelner Branchen: Markenartikel, Golf, Informatik, Kunsthandel, Automarkt, Bauen Telecom etc.

Ich teste die HandelsZeitung 3 Monate lang für nur Fr. 20.- (inkl. 2,4% MWSt)

Ich bestelle gleich das Jahresabo der HandelsZeitung für nur Fr. 198.- (= 15% Rabatt gegenüber dem Einzelverkauf, inkl. 2,4% MWSt)

Unterschrift: _____

Einziges
Fachzeitschrift im
Sponsoring und
Eventmarkt
Schweiz.



Im Jahresabonnement
nur Fr. 189.-
Jetzt eine Probenummer
bestellen!
Telefon 026 494 30 09

Sponsoring Extra
1715 Alterswil

Einfach ausfüllen, kopieren und per Fax an +41-(0)71-223 78 87



Credit Suisse - Sport als Plattform

Das Sportforum bietet ideale Möglichkeiten, Synergien, Veränderungen und Prognosen der Sponsoringlandschaft mit den Entscheidungsträgern im internationalen Sponsoringmarkt zu diskutieren. Als sportliche Bank unterstützt die Credit Suisse das Forum 2002, so wie sie sich im nationalen Bereich seit Jahren für Fussball, Golf, OL, Pferdesport, Tri- und Duathlon, Hochschulsport oder auch den Engadin Skimarathon engagiert. Dabei ist die Bank immer darum bemüht, nicht nur Spitzenathleten sondern auch Nachwuchstalente in ihren Sportkarrieren zu begleiten. Die Credit Suisse Sports Awards und die Credit Suisse Juniors Awards zeichnen zudem jährlich die besten Schweizer Sportlerinnen und Sportler sowie die erfolgreichsten Nachwuchsatleten des Landes für ihre Leistungen aus. Das Unternehmen hat auch international Zeichen im Sport-sponsoring gesetzt: die Zusammenarbeit mit dem Schweizer Formel-1-Rennstall von Peter Sauber sowie das Hauptsponsoring, der Kandidatur EURO 2008 Österreich-Schweiz, bieten der Credit Suisse ideale Plattformen zur weltweiten Bekanntmachung ihrer Marke.



Das grosse Spiel beginnt

Unterhaltung total im neuen Casino Luzern

Am 27. Juni wurde das neue Casino Luzern eröffnet. Mit Grand Jeu und „Total Entertainment“ ist das Haus am See zu einer echten Bereicherung für die Zentralschweizer Kultur- und Tourismusmetropole geworden.



Freizeitvergnügen in ganz neuen Dimensionen sind seit dem 27. Juni angesagt. Als erstes Casino der Schweiz führt das Casino Luzern den Grand-Jeu-Spielbetrieb ein. Um die Spieltische und Slot Machines herum entsteht ein reichhaltiges Angebot von täglichem Live-Entertainment und gastronomischen Highlights. Attraktionen ohne Ende in einer anderen, aufregenden Freizeitwelt!



Emotion und Faszination

Das SPORTMAGAZIN bringt Monat für Monat packende Reportagen, fesselnde Bilder und Hintergrundinformationen aus der emotionalen Welt des Sports.

Das Redaktionskonzept basiert auf den "Big Five" (Fussball, Eishockey, Motorsport/Formel 1, Ski, Tennis).



Exklusiv-Berichte, Interviews und der hohe Bildanteil sind unsere Stärken. In der Schweiz mit 349.000 LeserInnen (MACH Basic 2001) bietet das SPORTMAGAZIN auch den Trend-, Rand- und Extremsportarten eine entsprechende Plattform.



Sport hat in der Gesellschaft einen hohen Stellenwert. 55% der Schweizer Bevölkerung treiben jede Woche Sport. Deshalb setzt Swisscom Schwerpunkte in diesem Bereich. Swisscom engagiert sich vor allem im Tennis mit dem "eigenen Turnier" Swisscom Challenge und im Inline Skating im Sommer sowie im Swisscom Skating Loppet im Winter. Besondere Beachtung erfährt dabei auch die Förderung des Nachwuchses.

Durch das Engagement beim Schweiz. Olympischen Verband fließen Beiträge zweckgebunden in die Nachwuchsförderung. Auch beim Tennis wird ein wesentlicher Beitrag für die Juniorenförderung eingesetzt.

Die Präsenz der Swisscom-Gruppe verteilt sich auf alle vier Bereiche in der Sportszene (Spitzen-, Trend-, Lifestyle- und Breitensport). Neben der finanziellen Unterstützung engagiert sich Swisscom mit Dienstleistungen (SMS-Resultatservice, Internet, e-commerce etc.) und generiert somit einen Mehrwert für unsere Kunden.

Partner des sport.forum.schweiz 2002:





Das «sport.forum.schweiz 2002» findet am 13./14. November 2002 im Casino Luzern statt.

Sport, Wirtschaft und Medien verflechten sich national und international zunehmend. Mit dem «sport.forum.schweiz 2002» hat dieses Zukunftsfeld eine professionelle Kommunikationsplattform.

Sonderkonditionen für Vereine und Verbände

Um dem organisierten Schweizer Sport die Teilnahme am «sport.forum.schweiz 2002» zu erleichtern, «sponsern» Credit Suisse, Casino Luzern, SportMagazin, Swisscom und die Swiss Olympic Association alle Manager und Funktionäre in Verbänden und Vereinen aus der gesamten Schweiz. Bitte nutzen Sie dazu die spezielle Anmelde-Option!

**Bitte senden Sie uns Ihr Anmeldeformular bis spätestens 4. November 2002!
Am besten per Fax: +41-(0)71-223 78 87 oder online unter www.sportforumschweiz.ch**

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

Anmeldung

«sport.forum.schweiz 2002» am 13./14. November 2002

Ich melde mich gemäss Ihren Bedingungen zur Teilnahme am «sport.forum.schweiz 2002» an. (Bitte die gewünschte Option ankreuzen!)

Option 1:

13./14. November 2002
SFr. 1.590,- zzgl. MwSt.
beinhaltet Seminarmappe, 1 Übernachtung,
2 x Mittagessen, Teilnahme „Night of Sports“
und Pausengetränke

Option 2:

13. oder 14. November 2002
SFr. 990,- zzgl. MwSt.
Teilbelegung an einem Tag Ihrer Wahl, beinhaltet
Seminarmappe des jeweiligen Tages, Teilnahme
„Night of Sports“, 1 x Mittagessen und 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:

13./14. November 2002
SFr. 990,- zzgl. MwSt.
beinhaltet Seminarmappe, 1 Übernachtung,
2 x Mittagessen, Teilnahme „Night of Sports“
und Pausengetränke

Option 2 Swiss Olympic:

13. oder 14. November 2002
SFr. 590,- zzgl. MwSt.
Teilbelegung an einem Tag Ihrer Wahl, beinhaltet
Seminarmappe des jeweiligen Tages, Teilnahme
„Night of Sports“, 1 x Mittagessen und Pausengetränke

Name: _____

Vorname: _____

Position: _____

Unternehmen: _____

Adresse: _____

Telefon: _____ Telefax: _____

Datum: _____ Unterschrift: _____

Wir haben die Anmeldebedingungen gelesen und erkennen diese ausschliesslich und unwiderruflich als Vertragsinhalt an. 1 2 3

Veranstalter



In Zusammenarbeit mit



Teilnahmegebühr

Option 1:

Pauschalangebot für die gesamte Dauer, SFr. 1.590,- zzgl. MwSt.
Beinhaltet Seminarmappe, 1 Übernachtung, Teilnahme „Night of Sports“, 2 x Mittagessen und Pausengetränke

Option 2:

Pauschalangebot für einen Tag Ihrer Wahl, SFr. 990,- zzgl. MwSt.
Teilbelegung an einem Tag Ihrer Wahl beinhaltet Seminarmappe des jeweiligen Tages, Teilnahme „Night of Sports“, Mittagessen und Pausengetränke.

Anmeldung

Erfolgt durch den nebenstehenden Anmelde-talon. 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 allfällige Programmänderungen oder Druckfehler übernimmt der Veranstalter keine Haftung.

Abmeldung

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

Kongressort



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

Kongresshotel



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