

19. und 20. November 2003, Grand Casino Luzern

sport.forum.schweiz 2003

Eine Veranstaltung von sportart und der Europäischen Sponsoring-Börse



Top-Referenten



Rene C. Jäggi, Generalbevollmächtigter 1. FC Kaiserslautern

Andy Köpke, Fussball-Welt- und Europameister, WM-Botschafter 2006

Prof. Dr. Helmut Thoma, Medienberater

Peter Boeni, Swisscom

Adrian Schüpbach, Credit Suisse

Jörg Ullmann, RTL Television

Adrian Boss, SRG SSR idée suisse

Christian Gartmann, SAT1 Schweiz

Christoph Graf und Klaus Zaugg, Blick Sport

Christine Jakob, ATAG Asset Management

Oskar Gut, Erdgas Ostschweiz AG

Partner:



**CREDIT
SUISSE**

GRAND
CASINO LUZERN

SPORT
MAGAZIN

swisscom



Credit Suisse - Sponsoring als starkes Kommunikationsmittel

Das sport.forum.schweiz 2003 bietet eine exzellente Plattform, um Synergien zu nutzen, Kontakte zu knüpfen, Prognosen zu wagen und kritisch zu hinterfragen. Kurz: ein idealer Anlass für einen Meinungs-austausch mit Fachleuten und Kennern des nationalen und internationalen Sponsoringmarktes. In der Unternehmensstrategie der Credit Suisse nimmt Sponsoring seit über 20 Jahren einen festen Platz ein und ist wichtiger Bestandteil der Unternehmenskommunikation.

Mit seinen vielfältigen Engagements in Kultur und Sport will das Unternehmen Sympathie und Aufmerksamkeit wecken und gleichzeitig sowohl den Kunden als auch den Mitarbeitenden einzigartige Erlebnisse und Identifikationswerte verschaffen. Neben einem breit abgestützten Kultursponsoring (Jazz, Klassische Musik und Kunst) engagiert sich die Credit Suisse als sportfreundliche Bank in den Bereichen Fussball, Pferdesport, Golf und Formel 1.

Ein wichtiger Bestandteil dieser Engagements ist dabei die Nachwuchsförderung: die Credit Suisse setzt beispielsweise die Hälfte des jährlichen Sponsoring-Betrages an den Schweizer Fussballverband SFV zweckgebunden für den Nachwuchs ein. Die Credit Suisse Juniors Awards zeichnen zudem alljährlich junge, vielversprechende Talente aus. Gleichermassen werden anlässlich der Credit Suisse Sports Awards jeden Dezember die besten Schweizer Sportlerinnen und Sportler für ihre Leistungen geehrt. Mehr zum Sportengagement der Credit Suisse unter: www.credit-suisse.com



Unterhaltung total im Grand Casino Luzern

*Spielcasinos

American Roulette, Black Jack, Mini Punto Banco, Poker und Craps und 8 Touch Bet Roulette! 177 Slot Machines und 40 Fun-Automaten auf der Galerie: Sie können Ihr Glück bereits mit 5 Rappen herausfordern! Ihre Gewinnchance vervielfacht sich: Swiss-, Mystery-, Luzern-, Pilatusjackpot und der Fun Pot erwarten Sie.

Zutrittskontrolle (Pass, ID, CH-Führerschein), Mindestalter: 18 Jahre, Eintritt ab 16 Uhr, 10 CHF inkl. Lucky Chip im Wert von 5 CHF

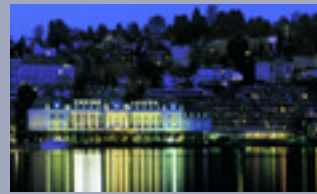
Gratis-PromoTische – lernen Sie spielend: Unsere Croupiers erklären Ihnen gerne die Regeln der Tischspiele.

Event Bar

Totale Unterhaltung durch Pianisten/Entertainer und regelmässige Live-Acts.

Cocktail Bar

American Flair Bartending und edle Zigarren, an dieser stimmungsvollen Apéro Bar mit reizvollem Blick in das Spielcasino.



The Restaurant

Eine Verführung der Sinne ... Erleben Sie eine nicht alltägliche Weltreise in einzigartigem Ambiente.



365'000 SportlerInnen - konsumwillig, werbesensitiv, pfannenfertig!

Ist es nicht der Traum jedes Marketers, 365'000 (Mach Basic 2003) sportinteressierte werbesensitive, konsumwillige, im gutbürgerlichen Mittelstand beheimatete und mit überdurchschnittlichem Markenbewusstsein ausgestattete SPORTmagazin-Leser attraktiv vereint auf dem Silbertablett serviert zu bekommen?

Voilà!



Das **SPORTmagazin** bringt jeden Monat das richtige Umfeld, um mit packenden Inseraten und fesselnden Werbebotschaften diese spezifische Marketing-Zielgruppe aktiv abzuholen und für seine Produkte und seinen Brand zu begeistern.

Gibt es etwas Schöneres, als in prädestiniertem Umfeld seine USP und UAP zu platzieren?

Lassen Sie sich unverbindlich eine Offerte zusammenstellen. Wir werden Sie überraschen!

Rolf Hunziker: Tel.: 062 / 836 62 25
E-Mail: rolf.hunziker@sport-magazin.ch



Wir unterstützen nicht nur die Ski-Nationalmannschaften

Swisscom engagiert sich auch stark im Fussball, im Tennis und in verschiedenen Kultur- und Wirtschaftsbereichen. Mit ihren Sponsoringengagements betont Swisscom die Verankerung des Unternehmens in der Schweiz und das Bekenntnis, Leistung zu fördern und damit positive Emotionen zu wecken.



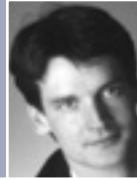
Eine zentrale Rolle im Kultursponsoring kommt dem Engagement beim Konzertveranstalter „Good News“ und den grössten Music-Openairs der Schweiz zu.

Im Zentrum der Wirtschafts- und Businessförderung steht unser Engagement beim Swiss Economic Forum in Thun, dem grössten KMU- und Jungunternehmer-Anlass in der Schweiz. Besondere Beachtung schenken wir in allen Bereichen auch der Nachwuchsförderung.

Für weitere Informationen: www.swisscom.com/sponsoring



Georg
Heitz



Marcel
Cordes



Adrian
Schüpbach



Markus
Aerni



Coni
Altherr

Georg Heitz, Redaktion Sport,
Basler Zeitung

Marcel Cordes, Mitglied der
Geschäftsleitung, Sport & Markt
AG, Köln

Adrian Schüpbach,
Leiter Sponsorship & Eventservices,
Credit Suisse, Zürich

Markus Aerni, Leiter Marketing
und Kommunikation,
Swiss Olympic Association, Bern

Coni Altherr, Iguana AG,
Schindellegi

Beat Unternährer, Zentralpräsident
Schweizerischer Turnverband STV

Jürg Hauser, Verein NightSkate,
Zürich

Jörg Ullmann, Vice President
Sports Rights and Sports
Marketing, RTL Television, Köln

Dr. Patrick Cotting, Director Marke-
ting & Sales CH/NL/A, Zürich

09:00 Ausgabe Tagungsunterlagen und Begrüßungskaffee

09:15 Begrüßung und Moderation

09:30 ***Der Sponsoring-Markt Schweiz: Ein aktueller Überblick 2003***

Referat Trends & Besonderheiten der Sportsponsoring-Wahrnehmung
in der Schweiz

Diskussionsrunde

Die Credit Suisse ist einer der grössten Sponsoren in der Schweiz, gleichzeitig werden durch Sponsoring-Engagements in der Formel 1 und dem Reitsport internationale Märkte erreicht.

Für Swiss Olympic und die gesamte Sportbewegung ist eine positive Sponsoring-Wahrnehmung eine wichtige Grundlage für die Finanzierung des Leistungs- und Breitensports.

11:00 Kaffeepause

11:30 ***Zulauf oder Abgang: Stehen Sport-Verbände zunehmend in Konkurrenz zu „freien“ Sport-Gross-Events wie Inline-Events?***

Diskussionsrunde

Das „Trendbüro“ Iguana Think Tank kreiert Erlebniswelten: Dies sind nationale und internationale Sport-Events wie Swiss-Inline-Cup; World Inline-Cup oder Swiss Bike Cup. Eine Vielzahl namhafter Sponsoren wie AMAG Volkswagen, Migros, Rivella und Helvetia sind Partner der Events. Die Veranstaltungen sind geprägt durch die einfache Formel: Spitze + Breite + Lifestyle = Flow.

Dem Erfolg des Konzeptes liegen vier Thesen zugrunde: 1. Die Zielgruppe ist tot, es leben die Interessensfelder 2. Teilnehmerorientiertes Marketing 3. Events ersetzen Vereinsgefühle und 4. Sei konzepttreu! Zu deinen Sponsoren und zu Dir selbst.

Der Schweizerische Turnverband STV ist mit 35 Kantonalen/Regionalen Verbänden, 2 Fachverbänden und 453'426 Mitgliedern der grösste Sportverband der Schweiz.

Der Monday Night Skate (MNS) ist innert fünf Jahren aus einem Szenetreff eine über die nationale Grenze hinaus bekannte Grossveranstaltung geworden. Der MNS steht für Lifestyle und urbanes Lebensgefühl auf Inlineskates. Mit einer Teilnehmerzahl von über 80'000 ist der MNS die grösste Inlineskate-Veranstaltung der Schweiz. Presenting-Sponsor ist die Migros.

13:00 Mittagspause

14:15 ***TV-Rechte im Sport: Ist die grosse Blase geplatzt?***

Referat Welche Preise und Refinanzierungs-Modelle sind für den
Spitzensport im Fernsehen in der Zukunft realistisch?

Diskussionsrunde

Eurosport baut seine Marktposition durch zunehmende Nationalisierung der Angebote weiter aus. Was bedeutet dies für die Sportrechte? Inwiefern sind enge Kooperationen zwischen Rechteinhaber, Sponsoren und Medien in der Zukunft notwendig?



Beat Unternährer



Jürg Hauser



Rene C. Jäggi



Jörg Ullmann



Christian Gartmann



Thomas Klooz



Andy Köpke

Christian Gartmann, Geschäftsführer für die Schweiz der ProSiebenSat.1 Media AG, Zürich

Thomas Klooz, Managing Direktor; T.E.A.M. Marketing AG, Luzern

Adrian Boss, Rechtsanwalt der Business Unit Sport, SRG SSR idée suisse, Zürich

Andy Köpke, Fussball Weltmeister 1990, Europameister 1996, WM-Botschafter 2006 und Management-Trainer der Ehricht & Kühne Beratungsgruppe, München, Leipzig

Peter Jauch, VR und Delegierter des VR, STADE DE SUISSE; Wankdorf Nationalstadion AG.

Martin Blaser, Delegierter des Verwaltungsrates, Sportart AG, Zürich

Das Programmfenster Sat.1 Schweiz überträgt wöchentlich das Spitzenspiel der Schweizer Fussball AXPO Super League. Refinanziert sich dieses Engagement? Ändert sich die Strategie, nachdem Sat.1 in Deutschland nicht mehr die Fussballbundesliga-Rechte besitzt, sondern die UEFA Champions-League überträgt? Welche Auswirkungen hatte die Übertragung der Weltmeisterschaften Korea/Japan 2002?

Die T.E.A.M. Marketing AG ist seit 1991 als Vermarktungsagentur tätig und betreut u.a. die UEFA Champions League, die zu einem erstklassigen „Markenprodukt“ des Fussballs aufgebaut wurde. Gilt auch für die UEFA Champions League, dass die TV-Rechte neu bewertet werden müssen?

Die Business Unit Sport der SRG SSR ist zuständig für den gesamten Rechteerwerb der SRG SSR (TV-Stationen SF DRS, TSR, TSI und Radiosender SR DRS, RSR, RSI und RR) im Auftrag der programmlichen Vorgaben der Unternehmenseinheiten.

15:45

Kaffeepause

16:15

Neue Sportstadien – Neue Perspektiven?

Referat

Welche Nutzungskonzepte sind für die Stadien der Fussball WM 2006 in Deutschland geplant? Welche Modelle sollten Vorbildcharakter für die Schweiz und ihre neuen Stadien haben?

Diskussionsrunde



Werden die neuen Stadien neue Marketing-Chancen für Vereine und Veranstalter in der Schweiz eröffnen? Wird der Sportbesucher in den neuen Fussball- und Konsumtempeln genügend Umsatz machen? Welche (finanziellen) Erwartungen sind für die Europameisterschaft 2008 realistisch?

17:30

Pause / Check-in, Hotel Schweizerhof***** Luzern

19:00

Gemeinsames Abendessen

20:00

Podiumsdiskussion

Ist der Spitzensport überhaupt noch finanzierbar?

Die Podiumsdiskussion soll aus internationaler wie aus Schweizer Perspektive ausloten, wie der Spitzensport in der Zukunft finanziert werden kann. Welche Einnahmen sind durch den Rechteverkauf an TV-Sender realistisch? Welche Rolle spielen Sponsoring-Einnahmen für Vereine und Sportler? Hängt der Schweizer Spitzensport am Tropf von Mäzenen? Sind die Sportler-Einkommen in vielen Sportarten überzogen, insbesondere weil das internationale Niveau sehr hoch ist?



Rene C. Jäggi, Generalbevollmächtigter 1. FC Kaiserslautern



Urs Wyss, Geschäftsführer der Grasshopper Fussball AG, Zürich



Prof. Dr. Helmut Thoma, ehemaliger Geschäftsführer RTL und heute Medienberater, Düsseldorf



Christoph Graf, Blick Sport, Zürich



Peter Boeni, Head of Sponsoring Fairs & Events der Swisscom Gruppe

Night of Sports





Peter Jauch



Prof. Dr. Helmut Thoma



Urs Wyss



Peter Boeni



Renato Orlando



Erwin Gross

08:00

Gemeinsames Frühstück im Hotel Schweizerhof* * * * *

09:00

Wie gestaltet man die Zukunft einer Sportart? Eishockey und Unihockey im Vergleich

Referat

„Schweizer Eishockey: Das Jahr nach Kohler...“

Eine politische, wirtschaftliche, rechtliche und sportliche Analyse.

Referat

Ist Unihockey ein Beispiel auch für andere Sportarten?

Unihockey erlebt in der Schweiz seit vielen Jahren einen Boom. Es sind beispielsweise wesentliche mehr aktive Sportler in der Schweiz lizenziert als im Eishockey. Vorläufige Höhepunkte im Spitzensport war die Austragung der Damen WM 2003 in der Schweiz und die Herren WM 2004 ebenfalls in der Schweiz. Wo liegen die Gründe für die positive Entwicklung? Was können andere Sportarten lernen?

Diskussionsrunde

IMS-Marketing ist die Vermarktungsagentur für den SC Bern im Eishockey und Verlag des Eishockey-Fachmagazins Slapshot.



Die Sportart Unihockey wurde im März 2002 in den polysportiven Verein Grasshopper-Club Zürich aufgenommen. GC-Unihockey ist heute mit seinen 28 Teams und seinen rund 450 Mitgliedern der grösste Unihockey-Verein der Schweiz. Die ersten Mannschaften der Herren und der Damen starten in der NLA.

Die Firma unihoc ist einer der führenden Hersteller im Unihockeysport. Als Sponsor tritt unihoc bei Verbänden, Spitzenvereinen und Spitzenspielern auf.

Die ISA International Sports Agency AG ist seit November 2002 neuer Vermarktungspartner des Schweizerischen Eishockeyverbandes (SEHV).

11:00

Kaffeepause

11:20

Sportler-Sponsoring - Potentiale und deren Chancen im Markt Schweiz

Referat

Lernen von Concordia BTV Luzern: Warum dem BLICK „zuviel nackte Haut“ immer eine Schlagzeile wert ist!

Die Volleyballerinnen des ConcordiaBTV Luzern liessen sich für einen Jahreskalender mit „viel nackter Haut“ fotografieren und folgten so einem Trend, den bereits viele Sportler und insbesondere Sportlerinnen eingeschlagen haben, um ihren Marktwert zu steigern. Welche positiven wie auch negativen Folgen hatte das Fotoshooting für den ConcordiaBTV, die Spielerinnen und die Sponsoren?



Klaus Zaugg, Blick Sport, Zürich

Renato Orlando, Zentral-Präsident Schweizer Unihockey-Verband, Bern

Erwin Gross, Inhaber IMS-Marketing, Bern

Jörg Beer, Vorstandsmitglied GC Zürich, Sektion Unihockey und im Hauptberuf tätig als Leiter Sponsoring von SF DRS

Alex Matt, Geschäftsführer unihoc sport GmbH und ehemaliger Unihockey-Nationalspieler

Christoph Schredt, Geschäftsführer ISA International Sports Agency AG, Buchs

Daniel Herdener, Präsident Concordia BTV, Luzern



Jörg Beer



Alex Matt



Christoph Schredt



Daniel Herdener



Oskar Gut



Dr. Stephan Netzle

Ralf Grengel, Geschäftsführer
Powerplay Medienholding AG,
Berlin

Referat

Testimonial-Marketing und -Sponsoring am Beispiel Claudia Pechstein und Uschi Disl

Seit zehn Jahren zählt Claudia Pechstein zur Weltspitze der Eisschnellläuferinnen. Galt sie lange als schlecht bzw. lediglich regional vermarktbar, veränderte sich die öffentliche Wahrnehmung von Medien und Unternehmen nach ihrem Doppelsieg von Salt Lake City. Sponsoring-Partner von Claudia Pechstein sind nun Wella, Audi, Actimeb und die Sektfirma Schloss-Wachenheim.

12:30

Wie sieht erfolgreiches Einzelsportler-Sponsoring in der Schweiz aus?

Diskussionsrunde

Die ATAG Asset Management ist seit 2001 Sponsor von Roger Federer und hat sich damals entschieden, einen talentierten Sportler, der jedoch noch vor dem grossen Karriere-Durchbruch stand, zu sponsern. Diese Strategie kann spätestens seit dem Wimbledon-Sieg Federers als sehr erfolgreich bezeichnet werden.

Erdgas Ostschweiz ist seit Jahren Sponsor von André Bucher und anderen Leichtathleten in der Schweiz. Welche Tendenzen und Perspektiven sind im Einzelsportler-Sponsoring in der Schweiz zu sehen?

13:30

Mittagspause

14:30

Parallel-Workshop

Workshop

„Das Sponsoring von Athleten aus rechtlicher Sicht“

- Case Study

Wer kann über die Vermarktungsrechte an einem Athleten verfügen? Was ist beim Aushandeln von Sponsorverträgen mit Athleten zu beachten? Wie kann den Up's and Down's einer Sportlerkarriere im Sponsorvertrag Rechnung getragen werden? Anhand einer Case Study entwickeln wir konkrete Antworten auf die typischen Fragen im Zusammenhang mit dem Individualsponsoring.

Workshop

Sport + Massenmedien: Inhaltliche Aspekte und Rezeption des Mediensports

16:00

Ende der Veranstaltung

Hinweis:

19:00

Verleihung Swiss Beach Awards

Wahl der Beach VolleyballerInnen 2003 durch den Schweizerischen Volleyballverband in Zusammenarbeit mit Guwa Sports Management. Die Ehrung der Preisträgerinnen und Preisträger findet im Rahmen einer Sportgala im Casino Luzern statt.

TeilnehmerInnen des sport.forum.schweiz 2003 zahlen bei ihrer Buchung SFr. 150,- statt SFr. 250,-. Weitere Informationen: info@guwa.ch oder Tel.: 041 6109944

- Awards**
- Best Defense Player
 - Best Blocker
 - Best Server
 - Youngster of the Year
 - MVP (most valuable player)





Die Sportart AG ist national führend in den Bereichen Sportvermarktung und Sportmarketing. Schwerpunkte bilden dabei die Publikumssportarten Fussball und Eishockey.

Zu den Vermarktungsmandaten gehören u.a. die Schweizer Fussball-Nationalmannschaften, der Grasshopper-Club Zürich, der Spengler Cup Davos und seit Sommer 2003 auch der Swisscom Cup (Schweizer Fussball Cup), welcher sich an internationalen Massstäben orientiert. Weitere Eckpfeiler des Portefeuilles sind die beiden Stadien „Hardturm Zürich“ und „Eisstadion Davos“.

Die Sportart AG ist eine Tochtergesellschaft der Affichage Holding S.A.



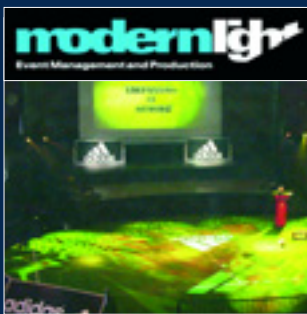
Europäische Sponsoring-Börse

<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:

- eine Internet-Börse mit Sponsoring-Projekten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz
- ein Netzwerk von spezialisierten Agenturen und Beratern in allen Bereichen des Sponsoring/Event-Marketing
- spezielle Weiterbildungsangebote wie Seminare, Kongresse und Weiterbildungslehrgänge
- eine Vielzahl von Publikationen und Studien
- und eine Internet-Börse für Event-Zulieferer unter www.event-shop.ch

Weitere Informationen sind zu finden unter www.esb-online.com.



Wir bauen Events. Das ist eh klar! Und Sie?

Immer wieder neue und überraschende Events für Kundschaft oder Mitarbeitende zu kreieren, ist mit viel Liebe zum Detail verbunden. Modernlight hat ihr Wissen über fast 20 Jahre auf- und ausgebaut und wird, national und international, für ihre professionelle und innovative Arbeit geschätzt. Ein besonderes Augenmerk wird dabei auf die Umsetzung des Corporate Design des Kunden gelegt. Denn nur wenn man genau weiss, für wen man arbeitet, kann man ihn auch richtig in Szene setzen. Regionale KMUs vertrauen genauso auf Modernlight als Event-Partner wie Global Players. Die Firma setzt sich immer zum Ziel, die richtige Form der Veranstaltung zu finden, sei es für Kongresse, Messen, Präsentationen oder Events.



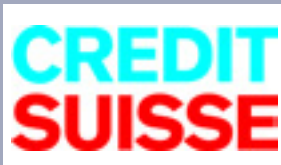
EUROSPORT ist heute die klare Nummer 1 in der internationalen Sportberichterstattung. 300 Millionen Zuschauer in 54 Ländern empfangen das Programm. Durchschnittlich 22 Millionen Zuschauer schalten täglich bei EUROSPORT ein. Für einen Weltrekord sorgt EUROSPORT auch in Sachen Produktion: In insgesamt 18 Sprachen ist der Sender heute zu empfangen, das bedeutet, dass 96 % der Zuschauer technisch in der Lage sind, internationalen Spitzensport in Ihrer Muttersprache zu sehen. Das Internetportal eurosport.com ist mit bis zu 89 Millionen Seitenaufrufen pro Monat mittlerweile das internationale Portal in der Sportwelt. Ein weiterer Bestandteil der Multimedia-Plattform: der neue digitale Sportnachrichtensender EUROSPORTNEWS, erhältlich in 7 Sprachen und mittlerweile 15 Millionen Haushalten ist bereits weit über Europa hinaus in über 70 Ländern empfangbar. EUROSPORT ist eine 100 %ige Tochter der TF1-Gruppe und beschäftigt 650 Mitarbeiter und über 600 freie Kommentatoren und Journalisten, darunter eine Vielzahl ehemaliger Sportstars.

**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



Das «sport.forum.schweiz 2003» findet am 19./20. November 2003 im Casino Luzern statt.

Sport, Wirtschaft und Medien verflechten sich national und international zunehmend. Mit dem «sport.forum.schweiz 2003» hat dieses Zukunftsfeld eine professionelle Kommunikationsplattform.

Sonderkonditionen für Vereine und Verbände

Um dem organisierten Schweizer Sport die Teilnahme am «sport.forum.schweiz 2003» 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 2003!
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

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

«sport.forum.schweiz 2003» am 19./20. November 2003

Ich melde mich gemäss Ihren Bedingungen zur Teilnahme am «sport.forum.schweiz 2003» an. (Bitte die gewünschte Option ankreuzen!)

Option 1:

19./20. November 2003
SFr. 1.590,- zzgl. MwSt.
beinhaltet Seminarmappe, 1 Übernachtung, 2 x Mittagessen, Teilnahme „Night of Sports“ und Pausengetränke

Option 2:

19. oder 20. November 2003
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:

19./20. November 2003
SFr. 990,- zzgl. MwSt.
beinhaltet Seminarmappe, 1 Übernachtung, 2 x Mittagessen, Teilnahme „Night of Sports“ und Pausengetränke

Option 2 Swiss Olympic:

19. oder 20. November 2003
SFr. 590,- zzgl. MwSt.
Teilbelegung an einem Tag Ihrer Wahl, beinhaltet Seminarmappe des jeweiligen Tages, Teilnahme „Night of Sports“, 1 x 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



Grand 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

Name: _____

Vorname: _____

E-Mail-Adresse: _____

Unternehmen: _____

Adresse: _____

Telefon: _____ Telefax: _____

Datum: _____ Unterschrift: _____

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