

SPORT

FORUM SCHWEIZ

MEDIEN FORUM

RESPONSIBILITY FORUM

FUSSBALL FORUM

SPORTINFRASTRUKTUR FORUM

EVENTSICHERHEIT FORUM



Für Events die in Erinnerung bleiben...



*Broadcast
Display
Event
Installation
Media*



Mediatec

Mooswiesstrasse 32 | CH-9200 Gossau | +41 71 388 00 55
info@mediatecgroup.ch | www.mediatecgroup.ch



SPORT.FORUM.SCHWEIZ 2012 DAS SCHWEIZER BRANCHENEVENT FÜR SPONSOREN – MEDIEN – SPORTMANAGER

400 Teilnehmer, 60 Referenten und 5 Spezial-Foren, das ist der Rekord-Rahmen des sport.forum.schweiz 2012. Die Schweizer Sport-Business-Welt trifft sich zum 18. Mal und behandelt alle aktuellen Themen der Branche. Nach erfolgreichem Umzug findet auch in diesem Jahr der erste Tag im KKL Luzern statt. Auf der Hauptbühne werden Themen wie Raiffeisen-Super League und Schweizer Eishockey, Sponsoring-Beispiele von Cornécard, MILKA und WÜRTH behandelt. Das parallele sport.medien.forum hat die Schwerpunkte TV-Sponsoring und Social Media. Weitere Foren finden statt zu den Themen Responsibility, Sportinfrastruktur, Event-Sicherheit sowie Fussball.

Die Schweizerhof Sports Night rundet den ersten Kongresstag ab. Das «who is who» im Schweizer Sport trifft sich! Am 15. November ist eine Breakfast-Session angesagt. Die aktuellen Zahlen zum Schweizer Sponsoren-Verhalten werden von SPORT + MARKT präsentiert. Die Olympia-Bewerbung Graubünden 2022 sowie die Sponsoring-Engagements von Procter & Gamble, McDonald's und erdgas sorgen für einen hochinformativen Vormittag. Den sportlichen Höhepunkt setzt die Olympiasiegerin Nicola Spirig!

Wir freuen uns, Sie beim sport.forum.schweiz zu begrüßen.

Ihr ESB-Team



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.

TIMETABLE

Mittwoch, 14.11.2012

KKL Luzern					
	Luzerner Saal	Auditorium	Clubraum 1+2	Clubraum 3+4	Clubraum 5+6
08.30	Check In und Begrüssungskaffee				
09.00	Begrüssung				
09.15	sport.forum.schweiz	medien.forum	sportinfrastruktur		
09.30				responsibility.forum	
11.00			Kaffeepause		
11.30	sport.forum.schweiz	medien.forum	sportinfrastruktur	responsibility.forum	
12.30	ecosport.ch-Award				fussball.forum
13.00	Mittagspause				
14.15	sport.forum.schweiz	medien.forum	eventsicherheit.forum		
16.00			Kaffeepause		
16.30	sport.forum.schweiz		eventsicherheit.forum		

Hotel Schweizerhof, Zeugheersaal

18.30 Schweizerhof Sports Night

Donnerstag, 15.11.2012

Hotel Schweizerhof, Zeugheersaal

09.00 Breakfast Session

VERANSTALTER

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

- ein Netzwerk von spezialisierten Agenturen und Beratern sowie Sponsoren aus allen Bereichen des Sponsoring- 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»

Die ESB öffnet Ihnen Türen und schafft Mehrwerte für Ihr tägliches Business.

Kontakt: www.esb-online.com | info@esb-online.com | Tel. +41 71 223 78 82

PROGRAMM HAUPTBÜHNE

08.30 Check In und Begrüssungskaffee

09.00 Begrüssung | **Hans-Willy Brockes, CEO, ESB Europäische Sponsoring-Börse**

09.15 **Eine 1. Bilanz zur Raiffeisen Super League**

Wie und welche Ergebnisse erzeugte das Namingsponsoring der Raiffeisen-Gruppe in der Medien- und Marktanalyse? Wie sind die Meinungen und Einstellungen von Besuchern, Medien-Zuschauern und in Social-Media? Welche Konsequenzen entstehen für die Clubs und deren Sponsoren?

Knut Hackbarth, COO, management tools media, Beckenried

Oliver Plauschinat, Mitglied der Geschäftsleitung, Pressrelations, Düsseldorf

09.45 **Diskussionsrunde | RAIFFEISEN SUPER LEAGUE – Win-Win oder alter Wein in neuen Schläuchen?**

Welche Ziele verfolgen die Partner? Sind erste Ergebnisse erkennbar? Was ist in den nächsten Phasen zu erwarten? Wie präsentiert sich das Produkt Raiffeisen Super League in 5 Jahren? Welche Erfahrungen sind übertragbar von der tipp3-Bundesliga?

Oliver Niedermann, Bereichsleiter Sponsoring & Events, Raiffeisen Schweiz, St. Gallen

Claudius Schäfer, CEO, Swiss Football League

Philip Newald, Vorstandsvorsitzender, Österreichische Sportwetten Gesellschaft, Wien

10.30 **Das Ticketkauf-Verhalten in der Schweiz: Potentiale für Veranstalter und Sponsoren**

«Mehr Zuschauer» will jeder Veranstalter, aber wie lässt sich dies erzielen? Welche Erfahrungen wurden mit welchen Kooperationen und welchen Veranstaltungen erreicht? Wie ist das Ticketkauf-Verhalten in der Schweiz? Helfen Promotions, um neue Leute ins Stadion zu bringen?

Urs Wyss, CMO, Ticketcorner, Rümlang

11.00 Kaffeepause

11.30 **Milka: Eine Wintersport-Sponsoring Erfolgsgeschichte**

Seit 17 Jahren ist MILKA Sponsor im Alpinen Skisport. Die aufblasbare Lila-Kuh ist nicht von den Weltcup-Pisten wegzudenken und das «Milka Ski Team» ergänzt die Strategie mit Testimonials. Was sind Erfolgsfaktoren des Engagements?

Andreas Gollhofer, Manager Sponsoring & Event Marketing, Kraft Foods Europe Services, Wien

12.00 **The Risk of Sponsoring Events**

What happens if the sponsor's logo or happening is involved in a major accident? A research, done by ConCom Safety, involving large companies, promoters, brand managers, legal advisors, crowd safety managers and sponsors revealed some of the threats that sponsors or promoters might not have thought about. This presentation can give you knowledge of the risks of sponsoring events and advise on how to minimize them.

Morten Therkildsen, owner of the Danish Crowd Safety Management company, ConCom Safety



Knut Hackbarth



Oliver Plauschinat



Oliver Niedermann



Claudius Schäfer



Philip Newald



Urs Wyss



Andreas Gollhofer



Morten Therkildsen

Moderation:
Steve Schennach,
Hans-Willy Brockes

12.30 Verleihung ecosport.ch-Award 2012 – der Nachhaltigkeitspreis für Sportevents

Nachhaltige Sportevents bringen Mehrwerte – für Teilnehmer, Zuschauer, Sponsoren und auch für die Veranstalter selbst. Beim ecosport.ch-Award werden sechs Schweizer Sportveranstalter für die Umsetzung besonders wirkungsvoller Massnahmen in den Bereichen Umwelt und Nachhaltigkeit mit einem Preisgeld von insgesamt 30'000 Franken ausgezeichnet. Während der Preisverleihung zeigen die Gewinner auf, mit welchen Massnahmen sie die Jury überzeugen konnten. Nachmachen ist nicht nur erlaubt, sondern gewünscht! ecosport.ch, die Umweltplattform von Swiss Olympic, bietet interessierten Sportveranstaltern wertvolle Empfehlungen, nützliche Tipps und Erfahrungswerte sowie weiterführende Links rund um die Themen Umwelt und Nachhaltigkeit im Sport. www.ecosport.ch

Mit Simone Niggli, mehrfache OL-Weltmeisterin und Siegerin Gesamtweltcup 2012



13.00 Mittagspause

14.15 Eishockey Schweiz – Quo Vadis ?

Wo steht das Schweizer Eishockey aus der Perspektive des Marketings? Bestimmen fehlende sportliche Erfolge der Nati und die Krise der Kloten Flyers das öffentliche Bild? Was kommt bei Sponsoren an? Wie wirken sich der neue TV-Vertrag und der neue Spengler Cup-Vertrag auf die Zukunft aus?

Moderation: Michael Fritschi, Leiter Sportredaktion Teleclub, Volketswil

Impuls: Zahlen und Fakten der Eishockey-Zielgruppe Schweiz

Lukas Hammer, Director Marketing & Communication, Swiss Ice Hockey Federation, Zürich

Diskussionsrunde mit:

Marc Furrer, Präsident, Swiss Ice Hockey Federation, Zürich

Thomas Zimmermann, Leiter Sponsoring, PostFinance, Bern

Jürgen Krucker, CEO / Managing Director, IMG Schweiz, Zürich

Rolf Bachmann, COO, SCB Eishockey, Bern

15.00 On: Laufschuhe engineered in Switzerland – eine Erfolgsstory!

100'000 Paar Laufschuhe mit «Wolkeneffekt» hat die Schweizer Marke On seit der Markteinführung vor zwei Jahren bereits verkauft. Damit ist die junge Schuhfirma aus Zürich ein Senkrechstarter, dessen grösste Herausforderung das Management des schnellen Wachstums ist. Wie gehen die Gründer die Herausforderungen an? Welche Erwartungen und Engagements haben die Investoren? Wie geht die On-Story weiter?

Olivier Bernhard, Entwickler und Gründer On, 3facher Duathlon-Weltmeister & 6facher Ironman-Sieger

Dr. Caspar Coppetti, Vertriebsleiter und Gründer On

Peter Fanconi, Unternehmer und Investor



Lukas Hammer



Marc Furrer



Thomas
Zimmermann



Jürgen Krucker



Rolf Bachmann



Olivier Bernhard



Caspar Coppetti



Peter Fanconi

15.30 Trail-Running: Laufen als Trendsportart?!

Der Gelände- bzw. Waldlauf ist die älteste Form des Laufens. Unter dem Begriff «Trail Running» erlebt dieses Laufen in der Natur, abseits vom Asphalt, aktuell eine wahre Renaissance. Mit dem Konzept «TRAIL-MANIAK – european trail running experience» wird anhand mehrerer Produktschienen (Events, Camps/Touren und Lauftreffs) nun auch den Partnern aus der Wirtschaft, dem Tourismus und der (Sport-)Industrie der Zugang zu diesen rasant wachsenden Zielgruppen eröffnet. «Let us enterTRAIL you!»

Mario Schönherr, Mastermind Trail-Maniak, Klagenfurt am Wörthersee / München

16.00 Kaffeepause

16.30 Würth & Special Olympics

Special Olympics ist die weltweit grösste Sport-Organisation für Menschen mit geistiger Behinderung. Die Würth-Gruppe Schweiz unterstützt Special Olympics Switzerland als Premium-Partner. Das Engagement aus Sicht des Sponsors.

Andrea Frei, Leiterin Kommunikation, Würth-Gruppe Schweiz, Chur

Statt Ausgrenzung: Integration in die regulären Sportstrukturen!

Über den gegenseitigen Wert und Nutzen der Integration von geistig behinderten Menschen als Sportler in «normale» Sportorganisationen.

Bruno Barth, Geschäftsführer / National Director, Special Olympics Switzerland, Zürich

17.00 1:1 Talk | Cornèrcard Cancellara Challenge Sportsponsoring-Modell mit Nachhaltigkeit?

Am 9. Juni 2012 traten 300 begeisterte Hobby-Radfahrer zum Auftakt der 76. Tour de Suisse bei der dritten Cancellara Challenge von Cornèrcard den Vergleich mit dem Berner Olympiasieger und den vierfachen Weltmeister im Zeitfahren an. Innerhalb kürzester Zeit waren die begehrten Startplätze für das 7,3 Kilometer lange Zeitfahren auf der komplett abgesperrten Originalstrecke der Tour de Suisse mit Start und Ziel in Lugano vergeben. Was macht dieses Sportereignis einmalig? Welche Strategien verfolgt Cornèrcard mit seinen Sponsoring-Aktivitäten? Wo liegen die Herausforderungen?

Alessandro Seralvo, Direktor Cornèrcard, Lugano



Mario Schönherr



Andrea Frei



Bruno Barth



Alessandro Seralvo

ab 18.30 Uhr: «Schweizerhof Sports Night». Detail auf Seite 19

Moderation:
Dr. Heinz Rütter,
Rütter + Partner,
Rüschlikon

PROGRAMM SPORTINFRASTRUKTUR.FORUM

in Zusammenarbeit mit



9.30 Internationale Trends und Tools im nachhaltigen Eventmanagement und der Berichterstattung

Neue internationale Instrumente zum nachhaltigen Eventmanagement und der Berichterstattung sollen Eventveranstaltern zu einem Qualitätsgewinn verhelfen. Was sind die Vor- und Nachteile dieser Instrumente? Wie unterstützen diese die Eventorganisatoren?

ISO 20121 Norm und GRI-EOSS Framework

Prof. Dr. Jürg Stettler, Hochschule Luzern, Institut für Tourismuswirtschaft ITW

Erfahrungen aus dem ersten Nachhaltigkeitsbericht nach GRI-EOSS in der Schweiz:

FIVB Beach Volleyball Swatch World Tour – 1to1 Energy Grand Slam Gstaad

Ruedi Kunz, Turnierdirektor, Sport Events Gstaad

Diskussion | Nachhaltigkeits-Management in der Praxis

Was bringen die Instrumente? Welche Risiken lauern? Was ist in der praktischen Umsetzung unrealistisch? Welche Bedürfnisse und Anforderungen haben Veranstalter?

Prof. Dr. Jürg Stettler, Hochschule Luzern, Institut für Tourismuswirtschaft ITW

Ruedi Kunz, Turnierdirektor, Sport Events Gstaad

Pierre-André Weber, Bundesamt für Sport BASPO, Magglingen

Jakob Etter, QUM – Leiter Kerzerslauf

Vertreter von Swiss Olympic, Ittigen bei Bern

Christian Savioz, CEO, Star Division, Schlieren

11.00 Kaffeepause

11.30 Das neue AROSA Sport- und Kongresszentrum: Ein erster Erfahrungsbericht

Durch die Neueröffnung des Sport- und Kongresszentrums im Dezember 2011, kann Arosa Tourismus nun die komplette Palette an Kongress- und Seminarinfrastruktur anbieten. Ihnen steht nun, neben den Seminarräumlichkeiten der Arosener Hotels, Kapazität für rund 2000 Personen auf 2500m² zur Verfügung. Eine Auswahl von zehn verschiedenen Räumen mit Tageslicht bietet den geeigneten Rahmen für kleinere und mittlere Kongresse, Tagungen, Bankette sowie Sport- und Kultur-Veranstaltungen.

Roland Schuler, Leiter Sport- und Kongresszentrum Arosa / Vizedirektor Arosa Tourismus

12.00 Gewinn durch Partnerschaften: Die Erfolgsgeschichte Hallenstadion Zürich

Mit einem Gewinn von 1,73 Millionen Franken schloss das Hallenstadion das Geschäftsjahr 2011 ab. Grund dafür ist nicht nur die hervorragende Auslastung, sondern auch die enge Zusammenarbeit mit Partnern. Die «Strategischen Partner», «Preferred Partner & Supplier» sowie «Logenpartner» bilden ein Rückgrat des Businesscases Hallenstadion. Welchen Nutzen haben die Partner, wie profitiert das Hallenstadion und wie werden die Partner-Programme in der Zukunft weiterentwickelt?

Felix Frei, Direktor, Hallenstadion, Zürich

12.30 Preisverleihung ecosport.ch-Award | HAUPTBÜHNE Details auf Seite 7

13.00 Mittagspause

PRESENTED BY:

Seit fast 30 Jahren ist die APA Firmengruppe eine 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. Das Unternehmen ist 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



25 ticketcorner.ch
years
of emotion



HERZLICHEN DANK AN UNSERE JUBILÄUMS-PARTNER



RAIFFEISEN



cornercard



intercard



MANOR*



SKIDATA
KUDELSKI GROUP



Moderation:
Christian Gartmann,
 gartmann.biz, St. Moritz

PROGRAMM SPORT.MEDIEN.FORUM

- 09.15 TV-Sponsoring am Beispiel «Olympia-Presenting», Sport aktuell und Sportpanorama**
 Das Sponsoring von TV-Formaten gehört längst zu den Sponsoring-Klassikern. Eine Studie zur Olympiade 2012 zeigt Nutzen und Wirkung auf. Das Instrument Mediacompass ermöglicht SPORT-Mediaplanung. Was ist der Status Quo im TV-Sponsoring 2012?
Martin Erpen, Leiter Sponsoring und Crossmedia, Publisuisse, Zürich
- Anschliessende Diskussion | Does & Don'ts des TV-Sponsoring**
Jörg Beer, CEO, Fleurop-Interflora (Schweiz), Wangen b. Dübendorf
Serge Grand, Leiter Sponsoring & Events, Group Mutuel, Zürich
Gabriela Moraschini, Direktion Eurosport Media Schweiz/Österreich/Holland, Baden
- 10.30 Entertainment meets Sport: Trends im Medienverhalten und die Konsequenzen für den Sport**
 UFA Lab entwickelt crossmediale Formate für TV, Online und Mobile sowie Games jedweder Art, Applikationen, Widgets und Onlineplattformen. Welche Trends sind auch für den Sport relevant? Wie sehen Geschäftsmodelle aus?
Jens-Uwe Bornemann, Vice President Digital Ventures & Innovation, UFA Film & TV Produktion
- 11.00 Kaffeepause**
- 11.30 Der Social Media Guide von Swiss Olympic**
Vertreter von Swiss Olympic, Ittigen bei Bern
- 12.00 Impulsvortrag und Interview | Mike Kurt: Social Media für die Karriere nach der Karriere?!**
 Social Media hilft Sportler und deren Sponsoren dauerhaft in der öffentlichen Wahrnehmung zu sein. Mike Kurt nutzt Facebook und Twitter auch vor und während der Olympischen Spiele. Wie lässt sich Social Media auch für die Karriere nach der Karriere nutzen?
Mike Kurt, 3-facher Olympiateilnehmer Kanuslalom, ehem. Welt- und Europameister Kanuslalom
- 12.30 Neue und klassische Medien erfordern neue Berufsbilder und Qualifikationen: Ein Überblick**
Benjamin Willems, Vertrieb & Marketing, IST Studieninstitut, Düsseldorf
- 13.00 Mittagspause**
- 14.15 Revolution Social Media**
 Zahlen und Fakten wie Sport-Clubs, deren Fans und Sponsoren europaweit Social Media nutzen. Wo stehen die Schweizer Clubs im internationalen Vergleich?
Mario Leo, Geschäftsführer, RESULT Sports & RESULT Consulting, München
- 14.45 Borussia Dortmund: Fans & Freunde in den digitalen Medien**
David Görge, Leiter Neue Medien, Borussia Dortmund
- 15.15 Und die Schweiz? Wie sieht der Kommunikations-Alltag im Schweizer Sport aus?**
 Welche Medien haben heute welche Relevanz? Wie wichtig sind die Klassiker Print und TV im Vergleich zu Twitter & Co.? Wie müssen sich Management und Spieler verhalten, welche Kommunikationsregeln gibt es?
Adrian Fetscherin, Kommunikations- und Marketingchef, Grasshopper Club Zürich
- 15.45 Abschlussdiskussion | Mit den Referenten des Nachmittags**

PRESENTED BY:

RESULT Sports «veredelt» Inhalte für Sportorganisationen und hat sich auf die erfolgreiche Integration und den Einsatz der «Neuen Medien» (mobile Kommunikation und Soziale Netzwerke) im Sport & Entertainment spezialisiert. Ähnlich dem Ansatz einer «Boutique» sind die Aktivitäten der RESULT Sports individuell, qualitativ äußerst hochwertig, leidenschaftlich und zielgruppengerecht aufgebaut. Referenzen der RESULT Sports sind u.a. das BVB FAN FON, die mobile Vermarktung der Deutschen Eishockey Liga (DEL) und der TSV 1860 München. Die RESULT Sports veröffentlicht dazu monatlich das «Social Media und Sport Magazin». www.result-sports.de



OFFIZIELLES SPORTGESCHÄFT DER SWISS FOOTBALL LEAGUE.



**WIR
GEBEN
FUSSBALLFANS
WAS ZUM
ANZIEHEN.**



JETZT ONLINE
www.ochsnersport.ch



**OCHSNER
SPORT**

Starke Marken. Starke Preise.

Moderation:
Dr. Patrick Cotting,
CCI Cotting Consulting,
Zürich

PROGRAMM RESPONSIBILITY.FORUM

09.30 SPAR Handball BonusCard: Wie Umsatz Jugendarbeit unterstützt

Der Schweizerische Handball-Verband und die SPAR Handels AG, Schweiz, haben im Sommer eine neue Form der Zusammenarbeit kreiert: Die Mitglieder und Freunde des Schweizer Handballs tragen durch ihre Einkäufe und der Verwendung der SPAR BonusCard zur Förderung der Jugendarbeit bei. Sie erhöhen über den zum Ende der Saison ausgeschütteten Jugend- Prozentsatz die Sponsoring-Summe selbst.

Wolfgang Frick, Leiter Marketing SPAR Gruppe, St. Gallen

10.15 Kelly's sucht den Superdribbler

Der österreichische Snackhersteller Kelly's tourte mit einem Casting der besonderen Art durch Österreich: Kinder aller Altersklassen (und Erwachsene) können sich auf einem genormten Lauf- und Dribbelparcours miteinander messen und versuchen den «Weltrekord» von Lionel Messi zu unterbieten. Kelly's animiert damit zu Bewegung und Spass!

Mag. Maria Bauernfried, Marketing-Direktorin, Kelly's, Wien

Wolfgang Alexander Paes, Speed4 System, Zug

11.00 Kaffeepause

11.30 Sport powered by ewz – Frauen, Mädchen und Nachwuchs im Sponsoring-Fokus

Verschiedene Vereine und Veranstaltende fördern die Frauen und Mädchen zu wenig. Mit der Unterstützung des ewz müssen Vereine in die Förderung dieser Zielgruppe investieren, wenn sie ewz als Sponsor haben wollen. Damit soll der Mädchenanteil und die Akzeptanz markant erhöht werden. Mit der Förderung des Nachwuchss- und Frauensport unterstreicht ewz seine «gesellschaftliche Verantwortung».

Harry Graf, Leiter Corporate Communications, ewz, Zürich

12.30 Verleihung ecosport.ch-Award 2012 | HAUPTBÜHNE Details auf Seite 7



Wolfgang Frick



Maria Bauernfried



Wolfgang
Alexander Paes



Harry Graf

PRESENTED BY:

«for the spirit of sport» – der Leitsatz für gesunden, respektvollen, fairen und erfolgreichen Sport. Als Dachverband setzt sich Swiss Olympic auf nationaler wie internationaler Ebene für die Interessen des Spitzensports ein. Gleichzeitig unterstützt Swiss Olympic gezielt Aktivitäten des Breitensports und sorgt in der Öffentlichkeit aktiv für die Verankerung der olympischen Werte – Excellence, Friendship, Respect. Der Sport bietet hervorragende Möglichkeiten ethische Werte vorzuleben.

Swiss Olympic vermittelt durch seine Ethik-Programme Wissen, klärt auf, schafft Verbindlichkeit und beeinflusst positiv das Verhalten sowie die Verhältnisse im organisierten Sport. Dabei steht die sportliche Leistung immer im Vordergrund. Beim responsibility.forum engagiert sich Swiss Olympic auch in diesem Jahr am Beispiel der Werte-Diskussion mit Stakeholdern aus Wirtschaft, Wissenschaft, Sport und zeichnet Sportveranstalter mit innovativen Massnahmen im Bereich Umwelt und Nachhaltigkeit mit dem ecosport.ch-Award aus. www.swissolympic.ch


swiss
olympic
for the spirit of sport



MEDIA PARTNER

Blick

**SCHWEIZER
ILLUSTRIERTE**

IMMER MITTENDRIN!

MEINE LIGA



**MEIN STADION
MEINE MANNSCHAFT
MEIN FUSSBALL**

MAINSPONSOR

SPONSORS

RAIFFEISEN



Moderation:
Steve Schennach,
Dosenbach-Ochsner,
Dietikon

PROGRAMM FUSSBALL.FORUM

11.30 Bayer 04 Leverkusen: Wie steigert man die Attraktivität für Zuschauer und Sponsoren?

Die «Werkself» von Bayer 04 Leverkusen ist es gewohnt, um die Sympathien der Zuschauer zu kämpfen. Zahlreiche Marketing-Massnahmen haben den Weg begleitet. Im Doppelpass mit Sponsoren lassen sich Ticketabsatz und Atmosphäre positiv entwickeln!

Meinolf Sprink, Direktion Kommunikation/ Marketing, Bayer 04 Leverkusen

12.15 Sponsoren aktivieren Fans: Konzepte und Umsetzung

Die Erweiterung der Zielgruppe «Stadionbesucher» und die Erhöhung der Verweildauer im Stadion sind einige wichtige Schlüsselfaktoren, um die Attraktivität von Sportveranstaltungen zu erhöhen und somit Stadien besser zu füllen. Fanaktivierungen von Sponsoren unterstützen diese Zielsetzung. Konkrete Beispiele zeigen auf, wie die «herkömmlichen Fans», aber auch weitere Interessierte mit einem attraktiven Angebot «gelockt» werden können. Vorevents (59 Minuten Count-Down etc.) und deren Inszenierung sorgen für eine Win-Win-Situation.

Simon Trägner, Geschäftsführer, akzio!, München

12.45 Diskussion | Volle Stadien in der Raiffeisen Super League: Ein gemeinsames Ziel?!

Wie lassen sich in der Zukunft Synergien für das Ziel «volle Stadien» ziehen? Welche Massnahmen von Clubs, Medien und Sponsoren bringen welche Ergebnisse?

Urs Wyss, CMO, Ticketcorner, Rümlang

Ilja Känzig, CEO / Delegierter des Verwaltungsrats, BSC Young Boys, Bern

Bill Mistura, CEO, FC St. Gallen

André Stöckli, Gesamtprojektleiter Fussball, Raiffeisen Schweiz, St. Gallen

Roger Müller, Mitglied der GF / Head of Media and Marketing, Swiss Football League

13.30 Mittagspause



Meinolf Sprink



Simon Trägner



Urs Wyss



Ilja Känzig



Bill Mistura



André Stöckli



Roger Müller

PRESENTED BY:

Der Fussball ist die beliebteste Sportart der Schweiz. Die Raiffeisen Gruppe ist die führende Schweizer Retailbank und besitzt eine hervorragende regionale und lokale Verankerung. Die Swiss Football League und Raiffeisen sind mit dem Beginn der Saison 2012/13 eine enge Partnerschaft eingegangen. Profitieren sollen insbesondere die Clubs und der Schweizer Fussball. Eines der erklärten Ziele ist es, durch «vollere Stadien» die Attraktivität und Wertigkeit des Fussballs weiter zu steigern.

www.sfl.ch | www.raiffeisen.ch



RAIFFEISEN

PROGRAMM EVENTSICHERHEIT.FORUM

14.15 Extremwettereinflüsse bei Sportgrossveranstaltungen

Das Thema «Wetter» hat die diesjährige Open-Air Saison bestimmt wie kaum ein anderes: Zusammenbrechende Zelte, Blitzeinschläge, Veranstaltungsabbrüche und Geländerräumungen. Aber «Wetter» ist nicht allein ein Festivalthema – alle Veranstalter und auch Betreiber von Versammlungsstätten werden sich in Zukunft mehr und mehr Gedanken machen müssen, wie sie auf extreme Wetterereignisse vorbereitet sind – dies beginnt bei den gängigen Verkehrssicherungsmaßnahmen und endet bei organisatorischen Massnahmen zur Publikumslenkung. Wie verändert man die Wahrnehmung der Besucher? Welche Schulungsmassnahmen für Sicherheitskräfte sind notwendig?

Sabine Funk, Geschäftsführerin, IBIT Internationales Bildungs- & Trainingszentrum für Veranstaltungssicherheit, Düsseldorf

15.00 Sicherheit und Fanzusammenarbeit

Die Spitzensportclubs in den Sportarten Eishockey und Fussball müssen immer mehr in die Sicherheit investieren: Anreise, Einlass, während des Spiels, Rückfahrt. Sicherheitskosten sind ein steigender Budgetposten für die Clubs. Immer wieder kommt es zu gewaltsamen Auseinandersetzungen zwischen Fans und Fans, Fans und Sicherheitskräften, Fans und Polizei. Solche Auseinandersetzungen können gefährlich sein für andere Matchbesucher. Sie verursachen Sachschaden – und sie verursachen nicht selten einen Imageschaden für den betroffenen Club. Wer sind diese Fans? Wie können sie in Konzepte miteinbezogen werden? Das Fallbeispiel der Rapperswil-Jona Lakers.

Käthi Ganz, Projektleiterin «Gewaltfreier Sport – Sport als Vergnügen», Rapperswil Jona Lakers

15.45 Kaffeepause

16.00 Wachsende Anforderungen: Sicherheitskonzepte erstellen und beurteilen

Sportevents sind Publikumsmagneten: Für grosse und kleine Veranstaltungen ist eine umsichtige Planung das A und O. Umfangreiche Auflagen der Behörden sind zu berücksichtigen – immer häufiger wird dabei auch ein Sicherheitskonzept als Bewilligungsgrundlage von amtlicher Seite vorausgesetzt. Ein Top-Thema also für die Organisatoren: Doch wie erstellt man ein Sicherheitskonzept? Oder wie kann man ein von externen Partnern vorgelegtes Sicherheitskonzept kompetent beurteilen? Die gute Nachricht zuerst: Ein Sicherheitskonzept zu entwickeln, lässt sich professionell erlernen.

Andreas Mestka, international anerkannter Experte für Event-Sicherheit, Sicherheitsunternehmer und Fachreferent, S-Hoch3, St. Gallen

PRESENTED BY:

S-Hoch3 ist das Bildungszentrum für Sicherheitsdienstleister und Veranstalter. Die unabhängige Ausbildungseinrichtung setzt mit ihren Aus- und Weiterbildungen einen hohen Qualitätsstandard für die Qualifikation in Sicherheits- und Dienstleistungsberufen. Der Fokus des perfekt aufeinander abgestimmten Schulungsprogramms liegt auf den Themen Sicherheit, Safety und Sozialkompetenz. Vom Nothelferkurs bis zum Crowd Management werden die Lerninhalte von erfahrenen, Top-Profis vermittelt. Am Ende steht jeweils ein anerkannter Abschluss, der Voraussetzung für die weitere berufliche Karriere ist. Das modulare Kursangebot richtet sich sowohl an Einsteiger als auch Profis in der Sicherheitsbranche, an angehende Security-Unternehmer, öffentliche Dienstleister sowie Veranstalter und NGOs für Kriseneinsätze. Die drei Initianten kennen die Sicherheitsbranche aus langjähriger Praxis und wissen, welche beruflichen Fachkenntnisse heute und in Zukunft gefordert sind. Sie können dank ihrer Marktcompetenz die S-Hoch3-Absolventen sehr gezielt auf die wachsenden beruflichen Anforderungen vorbereiten. www.s-hoch3.ch



Bildungszentrum für Sicherheit,
Safety und Sozialkompetenz
www.s-hoch3.ch

Moderation:
Andreas Mestka,
S-Hoch3, St. Gallen

16.30 Sicherheit sichtbar machen: Präsenz von Personal und moderner Technologie

Die Besucher von Sportevents wünschen sich ein sicheres Gefühl, ohne jedoch überwacht zu werden. Eine Gratwanderung für Sicherheitsdienstleister und Stewards. Hinzu kommen die unterschiedlichen Sicherheitsbedürfnisse von Besuchergruppen: V.I.P.-Loge, Fanzone – und möglicherweise sogar Ultras. Beim Einsatz von entsprechend ausgebildetem und gut vorbereitetem Personal ist viel Sensibilität gefragt. Wer ist wann an welchem Ort richtig? Mobile Videoüberwachung kann zusätzlich sinnvoll unterstützen: Unaufdringlich, deeskalierend – und doch sichtbar.

Christian Klier, Experte für Sicherheits- und Ordnungsdienste, Initiator von viewmobil.tv

17.00 Diskussion | Gute Gäste – Schlechte Gäste: Ist Gewalt im Stadion verhinderbar?

Welche Massnahmen verhindern Gewalt im Umfeld von Sportevents? Warum lässt sich kein Konsens der Verantwortlichen im Umgang mit Gewalttätern finden? Wie kann ein Dialog zwischen Fans, Clubs und öffentlicher Hand entstehen? Wie reagieren Sponsoren auf «Gewalt»?

Moderation: Markus Scherrer, St. Galler Tagblatt, St. Gallen

Beat Hensler, Kommandant, Luzerner Polizei

Thomas Gander, Co-Leiter, Fanarbeit Basel / Geschäftsführer Fanarbeit Schweiz

Andreas Mestka, Geschäftsführer, S-Hoch3, St. Gallen

Käthi Ganz, Projektleiterin «Gewaltfreier Sport – Sport als Vergnügen», Rapperswil Jona Lakers

Christian Schöttli, Mitglied GL und Verantwortlicher Sicherheit + Prävention, Swiss Football League



ab 18.30 Uhr: «Schweizerhof Sports Night». Detail auf Seite 19

Sportsponsoring



Media Monitoring Analysen und Research

management tools media behält die Augen offen

Messen Sie Ihre Sponsoren-Präsenz in Text und Bild.
Print, TV, Radio, Online und Social Media. Tagesaktuell.

Unser Eyetracking-System verrät Ihnen, wohin der Zu-
schauer zuerst sieht. Platzieren Sie Ihr Logo richtig.

Ihr innovativer Medienbeobachter und Marktforscher aus der Innerschweiz

management | tools

MEDIA MONITORING & ANALYSIS

www.management-tools.ch

SCHWEIZERHOF SPORTS NIGHT

18.30 «Schweizerhof Sports Night» im Hotel Schweizerhof Luzern, Zeugheersaal



«Schweizerhof Sports Night 2012»

Nach einem Tag voller Inputs und News aus dem Sportbusiness ist die Zeit zum Geniessen gekommen. Bereits zum vierten Mal wird die grösste Sportbusiness-Party im Hotel Schweizerhof Luzern ausgetragen.

Die «Schweizerhof Sports Night 2012» startet um 18.30 Uhr im Zeugheersaal. Ein Muss für alle Entscheider der Schweizer Sportszene. Lassen Sie es sich nicht entgehen, Ihre Geschäftspartner und Freunde aus der Branche zu treffen und neue Kontakte zu knüpfen. Geniessen Sie das herrliche Ambiente sowie alle Köstlichkeiten der Schweizerhof-Küche.
www.schweizerhof-luzern.ch



Feldschlösschen Getränke AG

Feldschlösschen unterstützt die «Schweizerhof Sports Night 2012» im Rahmen des sport.forum.schweiz, denn Feldschlösschen ist das Schweizer Bier und steht für Schweizer Qualität und Tradition.

www.feldschloessen.ch



PROGRAMM SPORT.FORUM.SCHWEIZ

08.00 Breakfast Session im Hotel Schweizerhof Luzern

Nach erfolgreicher Premiere im Vorjahr, wird auch 2012 das sport.forum.schweiz mit der Breakfast Session abgerundet.

09.00 Sponsoring-Barometer 2012: 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

09.30 Lokale Relevanz trotz internationalen Engagements – geht dies? The McDonald's way.

Anhand aktueller Beispiele wird gezeigt, wie lokale Aktivitäten in die internationale Konzernstrategie passen und somit Sport-Sponsoring nicht zum reinen Selbstzweck dient.

Thomas Truttmann, Marketing & Communications Director McDonald's Schweiz, Head of Sports Europe

10.15 Die Olympia-Bewerbung Graubünden 2022

Die Machbarkeitsstudie liegt vor, der Bundesrat hat eine Defizitdeckung zugesagt und auch die Bündner Regierung spricht sich klar für die Olympia-Bewerbung aus. Sind damit schon die wichtigsten Hürden genommen? Wie soll die Kandidatur zum Erfolg geführt werden? Was fehlt? Was sind die Schwächen? Wie lässt sich eine Olympia-Euphorie wecken?

**Gian Gilli, Sportdirektor Swiss Olympic und Direktor des Vereins Graubünden 2022
Matthias Remund, Direktor BASPO Bundesamt für Sport, Magglingen**



Pascal Schulte



Thomas Truttmann



Gian Gilli



Matthias Remund



Arne Schepker



Nicola Spirig



Andreas Mehr

Moderation:
Hans-Willy Brockes

11.00 Die Procter & Gamble (P&G) «Danke Mama» Kampagne: Eine andere Art von Sport-Marketing

Als jüngster IOC Top Partner hat P&G zu den Olympischen Spielen London 2012 seine erste Dach-Marken Kampagne lanciert. Warum bewirbt P&G auf einmal aktiv die Firma hinter seinen Marken? Wie kam es zu der «unorthodoxen» Kampagne «Danke Mama»? War die Kampagne auch nur annähernd so erfolgreich wie Ihr Aushängeschild Nicola Spirig (Olympiasiegerin London 2012)? Wie hat die Schweizer Sportgemeinschaft von der Kampagne profitiert?

[Arne Schepker, Marketingleiter, P&G Schweiz](#)

11.30 Interview I Nicola Spirig: Der Olympiasieg und seine Konsequenzen

Wie hat sich die Stellung gegenüber Medien und Sponsoren gegenüber der Zeit vor dem Olympiasieg verändert? Warum arbeitet Nicola Spirig nicht mit einer Agentur zusammen? Welche langfristige Positionierung sieht Nicola Spirig für sich in der Sportmarketing-Welt? Welche Erfahrungen hat sie mit ihren persönlichen Sponsoren gemacht? Wieviel Zeit/Kapazität besteht für Sponsoring-Verpflichtungen?

12.00 Erdgas & Nicola Spirig

Erdgas ist ein langjähriger Partner von Nicola Spirig. Durch ihren Olympiasieg bricht dennoch ein neues Zeitalter an. Der Beitrag zeigt auf, wie die Partnerschaft bisher von Seiten des Sponsors genutzt wurde und welche Strategie für die Zukunft geplant ist.

[Andreas Mehr, Projektleiter Sponsoring, Verband der Schweizerischen Gasindustrie, Zürich](#)



VERANSTALTER



Europäische Sponsoring-Börse

www.esb-online.com

KONGRESSTECHNIK



www.mediatecgroup.ch

MEDIENPARTNER



www.eurosport.ch



BRAND-EXPERIENCE | MESSEN | EVENT | DESIGN

www.expodata.ch



WIR BRINGEN SIE
INS SPIEL

www.ims-sport.ch



www.m-k.ch



www.publisuisse.ch



www.sponsoringextra.ch



www.swissmarketing.ch



www.swissregiokombi.ch

SUPPLIER & AUSTELLER



AUTOSHUTTLE

Armin Schuler
+41 56 463 96 62
armin.schuler@amag.ch
www.amag.ch



WERBEMITTEL

Brigitte Golchert
+49 2631 389 13 29
golchert@apa.de
www.apa.de



BODENTATTOS

Andreas Schmich
+41 41 760 82 82
schmich@asphalt-art.de
www.asphaltartmedia.com



Mietmobiliar

MOBILIAR

Andreas Kern
+41 61 312 61 20
a.kern@jmt-mietmobiliar.ch
www.jmt-mietmobiliar.ch



AUSSTELLER

Peter Kaiser
+41 71 313 99 11
pk@kaiserpromo.com
www.kaiserpromotion.com



FOTOKOPIEN

Peter Arnet
+41 44 908 49 49
peter.arnet@dch.kyocera.com
www.dch.kyocera.com



EVENTTISCHDECKE

Gudrun Boll
+49 7063 933 161
gudrun.boll@patide.de
www.patide.de



GRAFIK

Marco Canonica
+41 62 888 81 10
m.canonica@schaerer-partner.ch
www.schaerer-partner.ch

ANMELDUNG

Das sport.forum.schweiz 2012 findet am 14./15. November 2012 im Kultur- und Kongresszentrum KKL Luzern sowie im Hotel Schweizerhof***** statt.

Zur «Schweizerhof Sports Night 2012» am 14. November 2012 trifft sich das «Who is Who» der Schweizer Sportbusiness-Branche.

Bitte melden Sie sich online unter www.sportforumschweiz.ch an oder senden Sie untenstehendes Anmeldeformular per Fax an: +41 (0)71 223 78 87.

Teilnahmegebühren:

Option 1

2 Tage | 14.+15.11.12

CHF 1490.– zzgl. MwSt.

beinhaltet:

- sport.forum.schweiz inkl. aller Foren
- Verpflegung
- Schweizerhof Sports Night
- 1 Übernachtung inkl. Frühstück
- Breakfast Session

Option 2

1 Tag | 14.11.12

CHF 1190.– zzgl. MwSt.

beinhaltet:

- sport.forum.schweiz inkl. aller Foren
- Verpflegung
- Schweizerhof Sports Night

Option 3

1 Tag | 15.11.12

CHF 690.– zzgl. MwSt.

beinhaltet:

- Schweizerhof Sports Night
- 1 Übernachtung inkl. Frühstück
- Breakfast Session

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 | 14. + 15.11.12

CHF 990.– zzgl. MwSt.

beinhaltet: siehe oben

Option 2 | Swiss Olympic

1 Tag | 14.11.12

CHF 890.– zzgl. MwSt.

beinhaltet: siehe oben

Option 3 | Swiss Olympic

1 Tag | 15.11.12

CHF 590.– zzgl. MwSt.

beinhaltet: siehe oben

Teilnehmeradresse

Name: _____ Vorname: _____

Firma: _____

Strasse: _____ PLZ / Ort: _____

Tel.: _____ E-Mail: _____

Rechnungsadresse (falls abweichend)

Name: _____ Vorname: _____

Firma: _____

Strasse: _____ PLZ / Ort: _____

Tel.: _____ E-Mail: _____

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

AGB

Mit dem Eingang der Anmeldung entsteht ein rechtsgültiger Vertrag. Die Anmeldebestätigung geht Ihnen in Form einer Rechnung zu und ist innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungslegung zahlbar. Für allfällige Programmänderungen oder Druckfehler übernimmt der Veranstalter keine Haftung. Bei schriftlicher Abmeldung bis zu einer Woche vor Kongressbeginn wird 50% der Teilnahmegebühr berechnet – zu einem späteren Zeitpunkt die gesamte Teilnahmegebühr. Bei rechtzeitiger Nennung eines Ersatzteilnehmers entfällt die Stornogebühr.

Sonderkonditionen für Vereine und Verbände

Um dem organisierten Schweizer Sport die Teilnahme am sport.forum.schweiz 2012 zu erleichtern, sponsern Management Tools, Mediatec, Ochsner Sport, Sport+Markt, Ticketcorner und Swiss Olympic alle Manager und Funktionäre in Verbänden und Vereinen aus der gesamten Schweiz. Bitte nutzen Sie dazu die Anmeldeoption Swiss Olympic!

Veranstaltungsort

Kultur- und Kongresszentrum KKL Luzern,
Hotel Schweizerhof Luzern