

# SPORT

# FORUM SCHWEIZ

MEDIEN FORUM

RESPONSIBILITY FORUM

FAN MARKETING FORUM

CRM SOURCING FORUM

BRAND MANAGEMENT FORUM



# Im Sport zählt die Kommunikation! **AUCH IN IHREM UNTERNEHMEN?**

« Dann lassen Sie uns gemeinsam eine Kommunikationslösung finden – wir haben für jeden das Passende dabei! »

## EasyBusiness Festnetz

Preiswerte Preselection

Keine Mindestvertragslaufzeit

Sekundengenaue Taktung

Keine Änderungen am  
Anschluss notwendig

## EasyBusiness Direct

NEU

TalkEasy-Anschluss

3 Rufnummern kostenlos

Optional mit DSL-Leitung

Auch international richtig  
günstig telefonieren

## EasyBusiness DSL


DSL-Flatrate

Bis zu 50'000 kbit/s


Hohe Performance

Hochwertige Hardware  
mit zahlreichen Funktionen  
für Ihr Business


Fordern Sie jetzt den kostenlosen und unverbindlichen Rechnungsvergleich von TalkEasy an und überzeugen sich selbst.

 Nutzen Sie unsere kostenlose telefonische Fachberatung:

**0800 360 510**

 Schildern Sie uns Ihre individuellen Anforderungen per E-Mail:

**Business@TalkEasy.CH**

 Informieren Sie sich online über unsere Unternehmenslösungen:

**TalkEasy.CH/Business**



 **TalkEasy.ch**  
*Talk about swiss*



## **SPORT.FORUM.SCHWEIZ 2013 DAS SCHWEIZER BRANCHENEVENT FÜR SPONSOREN – MEDIEN – SPORTMANAGER**

450 Teilnehmer, 60 Referenten und 5 Spezial-Foren. Das sport.forum.schweiz 2013 verspricht alle bisherigen Rekorde zu brechen. Die Schweizer Sport-Business-Welt trifft sich zum 19. Mal und behandelt alle aktuellen Themen der Branche. Das KKL Luzern bietet hierzu den perfekten Rahmen für den ersten Tag. Zur Kongresseröffnung auf der Hauptbühne präsentiert Repucom das Schweizer Sport-Business im Benchmark. Auf Top-Speaker wie Dr. Bernhard Heusler und Walter de Gregorio folgen Best-Cases von Rivella, BMC Switzerland, Die Mobiliar, Laureus Stiftung Schweiz und Datensicherungs-Anbieter Mount10. Das parallele sport.medien.forum begrüsst u.a. Anthony Edgar, IOC und Gabe Lozano, Gründer der ersten Sport-Social-Media Plattform LockerDome. Responsibility, CRM & Sourcing 2.0, Fan-Marketing sowie Brand Management sind weitere Foren gewidmet.

Die Carré Event Night by Art on Ice rundet den ersten Kongresstag ab. Das «who is who» im Schweizer Sport-Business trifft sich im Hotel Schweizerhof! Am 15. November ist eine Breakfast-Session angesagt. Die aktuellen Zahlen zum Second Screen und die Konsequenzen auf das Sponsoring werden von management tools präsentiert. Die Sponsoring-Engagements von TalkEasy, ERDINGER Alkoholfrei und National Suisse sind weitere morgendliche Themen. Den sportlichen Höhepunkt setzt der Europameister Viktor Röhlin!

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

**Ihr ESB-Team**



**DIDIER DÉFAGO  
GIBT ALLES  
FÜR OCHSNER SPORT.**

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

**OCHSNER  
SPORT**

Starke Marken. Starke Preise.

## TIMETABLE

Donnerstag, 14.11.2013

KKL Luzern				
	Luzerner Saal	Auditorium	Clubraum 3+4	Clubraum 5+6
08.30		Check In und Begrüssungskaffee		
09.00	Begrüssung			
09.15	sport.forum.schweiz		responsibility.forum	
11.15		Kaffeepause		
11.45	sport.forum.schweiz	medien.forum		fan.marketing.forum
12.30	ecosport.ch-Award			
13.00				
13.15		Mittagspause		
13.45				
14.15	sport.forum.schweiz	medien.forum	brand.management.forum	crm.sourcing.forum
16.00		Kaffeepause		
16.30	sport.forum.schweiz			crm.sourcing.forum

Hotel Schweizerhof, Zeugheersaal

18.30 Carré Event Night by Art on Ice

Freitag, 15.11.2013

Hotel Schweizerhof, Zeugheersaal

08.00 Breakfast Session

## VERANSTALTER



Europäische Sponsoring-Börse

### Der Schweizer Sport setzt auf die ESB!

Die ESB Europäische Sponsoring-Börse ist DIE Networking-Plattform im Sponsoring- und Eventbusiness. Sie hat sich zum Ziel gesetzt seinen Partnern umfangreiches Fachwissen, vielfältige Kommunikationsmöglichkeiten, einen individuell abgestimmten Support sowie zahlreiche Kontaktmöglichkeiten zu bieten. Dabei fördert die ESB Europäische Sponsoring-Börse gezielt Kooperationen und Geschäftskontakte für neues Business. ESB-Partner profitieren von:

- **Kontakte:** Das ESB-Netzwerk umfasst knapp 300 professionelle Agenturen, Unternehmen, Dienstleister, Profivereine aus den Bereichen Sport, Sponsoring und Event. Gezielt auf Wunsch bieten sich Ihnen jederzeit die richtigen und wichtigen Ansprechpartner.
- **Know-how:** Die ESB ist Marktführer für Kongresse, Seminare & Lehrgänge im professionellen Sport-, Sponsoring- & Eventbusiness.
- **Kommunikation:** Branchenrelevante Newsletter und ESB-Pressedienst für kontinuierliche Bekanntheitssteigerung bei Ihrer Zielgruppe.

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

Kontakt: [www.esb-online.com](http://www.esb-online.com) | [info@esb-online.com](mailto:info@esb-online.com) | Tel. +41 71 223 78 82

## PROGRAMM HAUPTBÜHNE

**09.00 Begrüssung** | [Hans-Willy Brockes, CEO, ESB Europäische Sponsoring-Börse](#)

**09.15 Das Schweizer Sport-Business im Benchmark**

Wie stellt sich die Schweiz im Vergleich zu Nationen wie Österreich oder den Niederlanden dar? Lassen sich Sponsoring und Vermarktung vergleichen? Was können Schweizer Sportanbieter und Sponsoren von diesen Ländern lernen?

[Pascal Schulte, Director Sales Germany & Switzerland, Repucom](#)

**09.45 Leadership beim FC Basel 1893 – Anforderungen an Unternehmens- und Teamführung**

[Dr. Bernhard Heusler, Präsident FC Basel, Partner WENGER PLATTNER](#)

**10.30 Hochverrat? Wenn Journalisten die Seite wechseln. Ein Reisebericht.**

Der Journalist Walter de Gregorio schrieb unter anderem für Die Zeit, das Tages-Anzeiger Magazin, die Weltwoche und war Sportchef des Blick. Seit gut zwei Jahren verantwortet er Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit der FIFA. Was hat der ehemalige Sportjournalist des Jahres seit seinem Frontwechsel erlebt? Wie begegnen ihm die ehemaligen Kollegen und wie beurteilt er die Qualitätsdiskussion rund um die Schweizer Medien?

[Walter de Gregorio, Direktor Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, FIFA](#)

**Panel Diskussion | Leitung: Christian Gartmann, Inhaber, gartmann.biz**

[Walter de Gregorio, Direktor Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, FIFA](#)

[René Lüchinger, Partner bei Lüchinger Publishing, Chefredaktor «Blick» ab 1.1.2014](#)

[Janine Geigele, CEO mont4.com, Head of PR and Media Relations Leichtathletik EM 2014 Zürich](#)

[Matthias Ackeret, Chefredaktor «Persönlich», Schweizer Wirtschaftsmagazin für Kommunikation](#)

**11.15 Kaffeepause**

**11.45 Das Laureus Erfolgskonzept: Starke Markenpartnerschaften**

Die Laureus Foundation wurde 2000 von den Stiftern Mercedes-Benz und Richemont (IWC) gegründet. Die Aktivitäten der Laureus Foundation geniessen höchste Anerkennung in den Medien und in der Öffentlichkeit. Dazu tragen u.a. ihre Schirmherren und Botschafter bedeutend bei. Die Partnerschaft mit den BSC Young Boys Bern und Ochsner Sport ist ein aktuelles Beispiel, wie es der Laureus Foundation gelingt «Win-Win-Partnerschaften» zu schliessen. Was können Sponsoren, Sportanbieter und andere Non-Profit-Organisationen von Laureus Schweiz lernen?

[Evelyn Fankhauser, Geschäftsführerin, Laureus Stiftung Schweiz](#)

[Matthias Schlatter, Marketingleiter, Ochsner Sport](#)

[Alain Kappeler, COO BSC Young Boys/Stade de Suisse](#)

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

Nachhaltige Sportevents bringen Mehrwerte – für Sponsoren, Teilnehmende und die Veranstalter. Beim ecosport.ch-Award 2013 werden besonders wirkungsvolle und innovative Massnahmen von Schweizer Sportveranstaltern in den Themen Verkehr und Energie aufgezeigt und mit einem Preisgeld von insgesamt 30 000 Franken ausgezeichnet. ecosport.ch ist die nationale Umweltplattform für Sportveranstalter von Swiss Olympic und den Bundesämtern für Sport, Umwelt, Raumentwicklung und Energie. [www.ecosport.ch](http://www.ecosport.ch)

**13.00 Mittagspause**

**14.15 «Ein eingespieltes Team» – Business Tuning im Sport-Sponsoring!**

tolimit betreut und berät u. a. Deutsche Post DHL, Sony & Driscoll's bei deren Sport-Engagements.

[Hans-Bernd Kamps, Inhaber & CEO, tolimit GmbH](#)

[Marcus Auth, Leiter Training & Conferences, Siegfried Vögele Institut](#)

[Daniela Rebholz, Relationship-Expert, tolimit GmbH](#)

**Moderation:**

**Steve Schennach, Dosenbach-Ochsner**

**Christian Gartmann, gartmann.biz**

**Hans-Willy Brockes, ESB Europäische Sponsoring-Börse**

**14.45 BMC Switzerland: Excitement Marketing in a Competitive Landscape (Vortrag in Englisch)**

The BMC brand has global strength and is especially strong in Switzerland. However, in recent years, the brand has been neglected in favor of emphasis on its products and engineering. In short, BMC product has outpaced the BMC brand. Historical analogues have ended in failure, even with extremely well-known companies. This presentation will discuss how BMC is re-energizing its brand, and how BMC will revamp its marketing to meet 21st century consumer expectations.

**Matt Heitmann, Head of Marketing, BMC Group**

**15.15 Mobiliar – Partner des Schweizer Hallensports**

Die Mobiliar Versicherung ist seit vielen Jahren Sponsor im Schweizerischen Unihockey. Nun wird diese Strategie auf die Sportarten Volleyball, Handball und Basketball ausgeweitet. Welche Ziele verfolgt die Mobiliar? Wie werden diese umgesetzt? Welche Erfahrungen mit dem Swiss Unihockey-Engagement fließen in die neuen Kooperationen?

**Beat Ackermann, Leiter Sponsoring & Events, Die Mobiliar**

**Diskussionsrunde | Neue (Sponsoring-)Zeiten im Schweizer Hallensport?!**

Welche Konsequenz hat das Engagement der Mobiliar für Volleyball, Handball, Basketball und Unihockey? Wie werden die Sportarten zukünftig medial dargestellt? Ist Schweizer Hallensport auch für andere Sponsoren attraktiv? Inwiefern steht ein nationales Engagement der Mobiliar regionalen Sponsoren (aus der Versicherungswirtschaft) im Wege?

**Werner Augsburger, Geschäftsführer, Swiss Volley**

**Beat Ackermann, Leiter Sponsoring & Events, Die Mobiliar**

**Simon Laager, Director Marketing & Events, IMS Sport AG**

**Daniel Bollinger, Geschäftsführer, swiss unihockey**

**16.00 Kaffeepause**

**16.30 Sportler trinken – nachhaltig – RIVELLA**

Transparente Produktkommunikation, Umweltverantwortung und konsequente Markenpflege sind so unantastbar wie das jahrzehntelange Sport-Engagement von Rivella. Vom regionalen Sporttag bis zum Top-Event mit internationaler Ausstrahlung engagiert sich Rivella im Schweizer Sport. Wie funktioniert nachhaltiges Sportsponsoring?

**Adrian Ehrbar, Leiter Sports / Events, Rivella**

**17.00 MOUNT10 – «brand building» durch Sportsponsoring**

Der Datensicherungs-Anbieter MOUNT10 sponserte 2010 erstmals die Curling EM. Weitere Engagements wie Curling EM 2011, FIS- und Bob-Events folgten. Was sind die «Learnings»? Wie sieht der Status Quo und Ausblick in die Zukunft aus?

**Flo Schwenk, Geschäftsleitung, MOUNT10**



Pascal Schulte



Bernhard Heusler



Walter  
de Gregorio



René Lüchinger



Janine Geigele



Evelyn  
Fankhauser



Matthias Schlatter



Alain Kappeler



Hans-Bernhard  
Kamps



Marcus Auth



Daniela Rebholz



Matt Heitmann



Beat Ackermann



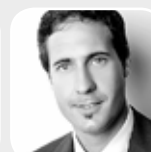
Werner  
Augsburger



Simon Laager



Daniel Bollinger



Adrian Ehrbar



Flo Schwenk



**WE WATCH.**

**WE LISTEN.**

**WE ASK.**

# WER DAS SPORTBUSINESS KENNT UND WEISS, WIE FANS SICH VERHALTEN, SPIELT ERFOLGREICH

Als Vordenker in der Sportmarketingforschung verstehen wir die DNA der Sportfans – was sie hören und sehen, wie sie reagieren und wie ihr Verhalten sich mit der Zeit ändert.

Mit unserem Wissen und unseren 25 Jahren Erfahrung in



**MARKET RESEARCH**



**MARKET INTELLIGENCE**



**MEDIA EVALUATION**



**CONSULTANCY**



**COMMERCIAL AUDITING**

verstehen Sie Ihre Zielgruppen, verfolgen Sie die Aktivitäten Ihrer Wettbewerber und sind Sie ihnen einen Schritt voraus.

Treffen Sie die richtigen Marketing- und Sponsoringentscheidungen auf Basis fundierter Daten und Fakten, und erreichen Sie mit uns Ihre Ziele.

Tel.: +49 (0) 221 430 730 | +49 (0) 721 912 600 | [deutschland@repucom.net](mailto:deutschland@repucom.net)

**GLOBAL LEADERS IN SPORTS MARKETING RESEARCH**

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

## PROGRAMM RESPONSIBILITY.FORUM

- 9.15** **Transparenz – ein Schutzfaktor für Sponsoren gegen Folgen von Sportbetrug**  
 Für Sponsoren ist es interessant, ihre Produkte im Rampenlicht des Sports zu zeigen. Nur kann urplötzlich ein Held als Dopingsünder dastehen, ein Topanlass als Bestechungsfall, ein Traumerfolg als Betrug. Doping und Korruption geht weit und sitzt tief an der Spitze des Sports. Müssen Sponsoren das dulden? Dürfen Sie vom Sport eine korruptionsfreie Governace, transparente Verfahren und Rechenschaft fordern?  
**Daniel Eckmann, Jurist mit Spitzensportkarriere / Berater, Klaus-Metzler-Eckmann und Lehrbeauftragter an der Universität Bern**
- 9.45** **Die Arbeit von «Transparency International» im Sport: Status Quo und Ausblick**  
 TI Schweiz bekämpft die Korruption und fördert so das ethische Verhalten in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft. Der Fokus liegt dabei auf der Information, Prävention und Beratung. Ein Ratgeber für Sportverbände weist auf die Gefahren der Korruption hin und stellt Präventionsmassnahmen vor. Was wurde bis jetzt erreicht? Was sind die Ziele und Aktivitäten für die nächsten Jahre?  
**Jean-Pierre Méan, Präsident, Transparency International Schweiz**
- 10.15** **Nachhaltigkeitsbericht – Ein Leitfaden für Schweizer Sportveranstalter**  
 Nachhaltigkeit von Sportanlässen gewinnt an Bedeutung. Doch was bedeutet ein nachhaltiger Sportanlass? Und wie können Sie als Sportveranstalter Ihre Nachhaltigkeitsleistung ausweisen? Der neu entwickelte Leitfaden für Sportveranstalter gibt eine konkrete Anleitung dafür, wie Sportveranstalter Nachhaltigkeitsberichte erstellen können.  
**Irene Perrin, Bereichsleitung Nachhaltigkeitsstrategie und -kommunikation, BSD Consulting**
- 10.45** **75. Eidgenössisches Turnfest 2013: Ökologisch – ökonomisch – sozial**  
 Mit 60 000 Turnerinnen und Turner sowie 200 000 Besucher hat das ETF 2013 in Sachen Nachhaltigkeit neue Massstäbe gesetzt: Beispiel Verkehrsmanagement: 96% der Turnenden sind mit ÖV nach Biel gereist! Wie organisiert man einen Sportgrossanlass nachhaltig und erfolgreich? Wie werden Teilnehmer, Sponsoren, Besucher, Anwohner und Volunteers einbezogen?  
**Fränk Hofer, Direktor, Eidgenössisches Turnfest Biel**
- 11.15** **Kaffeepause**
- 12.30** **Preisverleihung ecosport.ch-Award I HAUPTBÜHNE Details auf Seite 6**



Daniel Eckmann



Jean-Pierre Méan



Irene Perrin



Fränk Hofer

### 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. 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](http://www.swissolympic.ch)



## PROGRAMM SPORT.MEDIEN.FORUM

### 11.45 **Aktive Themensetzung: Wie man Sportereignisse in den Medien richtig inszeniert.**

Massgeschneiderte Ideen und Geschichten verhelfen einem Sportevent zu zusätzlicher Medienpräsenz: Was muss ein Veranstalter tun, um (gut) in die Medien zu kommen? Die Sportjournalistin Janine Geigele bereitet seit Monaten das redaktionelle Terrain für die Leichtathletik EM 2014 vor. Ein Blick hinter die Kulissen.

**Janine Geigele, Head of PR and Media Relations, Leichtathletik EM 2014 Zürich**

### 12.15 **Infrastruktur und Betreuung: Was Medienschaffende brauchen, um professionell über eine Veranstaltung zu berichten.**

Seit Torino 2006 arbeitet Cornelia Schmid an Olympischen Spielen in Medienzentren und betreut Journalisten. Auch beim New York Marathon gehört die Schweizerin seit Jahren zum Medienteam. Was brauchen Medienschaffende, um am Event gut arbeiten zu können? Welche Bedeutung haben tadellos funktionierende Media Operations als Visitenkarte eines Events und was können kleinere Events von den «Grossen» lernen?

**Cornelia Schmid, Partner, Lemongrass Communications**

### 12.45 **Herausforderung Infrastruktur: Kommunikation, IT und New Media für Sportanlässe**

Die Bereitstellung von Veranstaltungen live über das Internet sowie die Bewirtschaftung von Video-Inhalten und -Portalen sind zunehmende Bedürfnisse von Medienunternehmen, Eventveranstaltern und Grossfirmen. Swisscom Event & Media Solutions ist Partner vielfältiger Grossveranstaltungen wie dem Eidg. Schwing- und Älplerfest, World Economic Forum und der MTB & Trial Europameisterschaft. Was sind die grössten Herausforderungen heute und morgen? Welche Lösungsansätze gibt es?

**Stefan Rupp, CEO, Swisscom Event & Media Solutions AG**

### 13.15 **Mittagspause**

**Themenschwerpunkt: Online Video**

### 14.15 **Sports on YouTube – Engaging with your fans through video**

Online Video spielt zusehends eine grössere Rolle für Sport-Veranstalter, Ligen, Vereine und ihre Fans. Die Olympischen Spiele, das Redbull Stratos Projekt, aber auch die Weltmeisterschaften im Fechten fanden bereits auf YouTube statt – live und on-demand. Online Video bietet grossartige Möglichkeiten, um mit den eigenen Fans zu kommunizieren und sie an sich zu binden.

**Christoph Heimes, Manager Strategic Partner Development, YouTube Sport EMEA**

**Leitung:**  
**Christian Gartmann,**  
**gartmann.biz**

**14.50 Zu den besten Europas gehören: Der SC Bern im digitalen Powerplay.**

Der SC Bern positioniert sich als einer der besten Eishockey-Clubs von Europa und geht neue Wege: Der amtierende Schweizer Meister hat eine digitale Marketing-Strategie entwickelt, um in der Branche neue Benchmarks bezüglich Markenbekanntheit und Reichweite zu schaffen. «SCB TV» ist ein zentraler Eckpfeiler der neuen Strategie, um Geschichten rund um den SCB in Form von Videobeiträgen emotional und packend zu erzählen.

**Marc Lüthi, Geschäftsführer, SCB Eishockey AG**

**Simon Muster, Senior Berater / Strategischer Planer, Republica AG**

**Urs Koller, Geschäftsführer, MySign AG / VJii Productions AG**

**15.25 Sport im Archiv: Technische Möglichkeiten und praktische Anwendung am Beispiel der Swiss Football League**

Nicht nur archivieren sondern auch die Videos den Clubs zur Verfügung stellen. Ein einfaches, simples System ermöglicht die richtigen Clips schnell zu publizieren.

**Henrik Øystein Wolff Helgesen, Executive Vice President / Sales & Marketing, Media Network AS**

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

**16.00 Kaffeepause**



Cornelia Schmid



Stefan Rupp



Janine Geigele



Christoph Heimes



Marc Lüthi



Simon Muster



Urs Koller



Henrik Øystein  
Wolff Helgesen



Roger Müller

**PRESENTED BY:**

Die Swisscom Event & Media Solutions AG unterstützt Eventagenturen, Corporate Communications Abteilungen, Sport- und Kulturorganisationen umfassend in den Bereichen Telekommunikation, IT, Media und Entertainment. Sie bietet Beratung, Planung, Konzeption und Umsetzung aus einer Hand. National und international. Als Experten für Connectivity, Live-Streaming und Media Production liefert sie individuelle Applikationen wie Event-Apps und Web-TV-Solutions. Und bedient Kunden zudem mit Akkreditierungssystemen, LED-Walls, Event-Data-Management-Plattformen und Event-Trucks. [www.swisscom.ch/SEM](http://www.swisscom.ch/SEM)





## 50 % Rabatt auf Sonntags-Spiele

[raiffeisen.ch/memberplus](http://raiffeisen.ch/memberplus)

Als Raiffeisen-Mitglied profitieren Sie exklusiv von 50 % Rabatt auf Tickets sämtlicher Sonntags-Spiele. Entdecken Sie auch unsere weiteren attraktiven Mitglieder-Angebote für Konzerte, Events und Ausflüge in die Schweizer Pärke.



Wir machen den Weg frei

**RAIFFEISEN**

**Moderation:**  
**Steve Schennach,**  
**Dosenbach-Ochsner**

## PROGRAMM FAN.MARKETING.FORUM

- 11.45** «Die St. Pauli-Marketing-Story»  
 – Erfolgreiche Beispiele der Fan-Aktivierung und des Fan-Involvements  
**Michael Meeske, Geschäftsführer, FC St. Pauli**
- 12.15** **Sonntags-Spiele zum ½ Preis & Raiffeisen Super League Family Day: Raiffeisen lockt «neue» Fussball-Fans an...**  
 Mit dem Engagement als Titelsponsor der Raiffeisen Super League hat sich Raiffeisen auch klar das Ziel gesetzt, mitzuhelfen noch mehr Zuschauer in die Stadien zu locken, die Attraktivität der Liga zu steigern und Mehrwert für die Clubs zu generieren. Im Rahmen ihrer Aktivierungsstrategie hat Raiffeisen zwei konkrete Projekte in diesem Bereich umgesetzt und zieht ein erstes, sehr positives und teilweise überraschendes Fazit.  
**André Stöckli, Leiter Sponsoring Fussball, Raiffeisen Schweiz**
- 12.45** **Die Unabhängigkeit der Fans vor Kommerzialisierung – Was sollten Clubs & Sponsoren beachten**  
 Die Fankultur in der Schweiz ist kreativ, lautstark und bunt. Sie trägt mit der guten Stimmung einen grossen Teil zum Erlebnis Fussballspiel bei. Sie beansprucht Autonomie und grenzt sich gegenüber anderen Akteuren und Interessen ab. Speziell die wachsende Kommerzialisierung stösst auf Widerstand. Wie sieht die Lage aus und welche Punkte sollten beachtet werden?  
**Lukas Meier, Leiter FARE Netzwerk, Fanarbeit Schweiz**
- 13.15** **Diskussion I «Kids»: Die Fans von morgen – heute erreichen!**  
 Kids Club, Kids Camps und andere Konzepte, um frühzeitig Kinder zu Sportbegeisterten und Fans zu machen, gibt es zahlreiche. Wie reagieren Kinder (und deren Eltern) auf unterschiedlichste Angebote? Wie profitieren Sponsoren und sind diese Aktivitäten ein Garant für «volle Stadien» in der Zukunft?  
**Dominic Eichenberger, Leiter Marketingkommunikation, STADE DE SUISSE**  
**Stephan Meier, FIFA-Vizeweltmeister, Europameister und 18facher Turniersieger, Beach Soccer**  
**Mario Sager, Inhaber, MS Sports AG**



Michael Meeske



André Stöckli



Lukas Meier



Dominic Eichenberger



Stephan Meier



Mario Sager

### 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. Raiffeisen ist seit der Saison 2012/13 Titelsponsor der Raiffeisen Super League und hat gleichzeitig mit allen Clubs der Liga in Partnerschaft abgeschlossen. Das Engagement verstärkt die Wahrnehmung von Raiffeisen als dynamische, moderne und leistungsorientierte Bank. Vom Engagement profitieren sollen insbesondere aber auch 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.raiffeisen.ch](http://www.raiffeisen.ch) | [www.sfl.ch](http://www.sfl.ch)

**RAIFFEISEN**

# 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](http://www.management-tools.ch)

**Moderation:**  
**Daniel P. Huber,**  
**rbc Solutions AG**

## PROGRAMM CRM.SOURCING.FORUM

- 14.15 Merchandising-Erfolgsfaktoren: Welche Einflüsse (neben sportlichem Erfolg) bestimmen den ROI im Merchandising?**  
 Millionengeschäft Merchandising – Der Verkauf von Fanartikeln boomt seit Jahren. Was sind die Grundlagen einer erfolgreichen Fanartikelvermarktung? Welche aktuellen Trends und Entwicklungen sind im Merchandisingbusiness zu verzeichnen? Welche Rolle spielen dabei die Neuen Medien für den Vertriebs Erfolg?  
**Andreas Ullmann, Director Business Development, REPUCOM Deutschland AG**
- 14.50 Gewinnen mit Sourcing 2.0**  
 Interne Kompetenzen lassen sich heute dank neusten Technologien intelligent mit externen vernetzen. Wie kann die Welt des Sports von Sourcing 2.0 profitieren? Welche Chancen bietet es Sportvereinen und Veranstaltern? Best Cases von Swiss-Ski Pool, BMC, Puma und Jack Wolfskin zeigen spannende Möglichkeiten auf.  
**Milo Stössel, CEO, MS Mail Service AG**
- 15.25 Fundraising mit System**  
 Der Schweizer Spendermarkt ist gesättigt. Spenderinnen und Spender werden zunehmend anspruchsvoller und kritischer, ihre Loyalität zu den einzelnen Organisationen nimmt ab. Umso wichtiger ist eine effiziente Marktbearbeitung. Erfolgsbeispiele von Schweizer Non-Profit-Organisationen wie der Schweizer Sporthilfe.  
**Marc-André Pradervand, Senior Consultant, rbc Solutions AG**
- 16.00 Kaffeepause**
- 16.30 CRM im Sport – vom Kunden zum Fan**  
 Big Data ist in aller Munde. Doch was wirklich zählt ist eine kundenorientierte, freundliche Betreuung der Kunden und Interessenten sowie eine gute und möglichst vollständige Datenbasis. Wie können Sportvereine und Verbände ihre Mitglieder-, Ticket- und Merchandising-Käufer-Daten sinnvoll in ein CRM-System integrieren und worauf kommt es beim Daten- und Adressmanagement an?  
**Daniel P. Huber, Head of Business Development, rbc Solutions AG**
- 17.00 Aus Fans werden Förderer: So funktioniert Crowdfunding in der Schweiz!**  
 «I believe in you» ist die erste Crowdfunding-Plattform, welche sich ganz auf die Finanzierung von Schweizer Sportprojekten spezialisiert – Sportförderung der neuesten Generation!  
**Mike Kurt, 3-facher Olympiateilnehmer Kanuslalom, Co-Founder I believe in you GmbH**  
**Fabian Kauter, Olympiateilnehmer Fechten, Co-Founder I believe in you GmbH**



Andreas Ullmann



Milo Stössel



Daniel P. Huber



Marc-André Pradervand



Mike Kurt



Fabian Kauter

### PRESENTED BY:

MS Mail Service ist führende Sourcing-Partnerin im Distanzhandel. Das Unternehmen bietet Lösungen, die den Versand von Waren und Mailings, die Kundenpflege und den Onlinehandel abdecken. Ihre Fanartikel sind in zuverlässigen Händen.

**www.ms-direct.ch**

rbc ist schweizweit führende Premium-Gesamtanbieterin im Dialogmarketing und Contact Management. Ihr Tätigkeitsfeld umfasst Consulting und Project Management, Data Intelligence und Data Services, CRM Solutions und Services sowie Customer Interaction Management. **www.rbc.ch**

**ms. MS MAIL SERVICE**  
 www.ms-direct.ch



generating and improving contacts.



Hautnah  
dabei  
an den  
besten  
Sport-  
Events.



Mediatec

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

Broadcast | Event | LED-Screen

Mediatec Switzerland AG

CH-8604 Volketswil  
[info@mediatecgroup.ch](mailto:info@mediatecgroup.ch)

Moderation:  
Dr. Patrick Cotting,  
CCI Cotting Consulting

## PROGRAMM BRAND.MANAGEMENT.FORUM – PASSION.ENGAGEMENT.RESULTS

### 14.15 Passion Drivers™ – Quantifying why fans are fans (Vortrag in Englisch)

Viele Informationen über Fans sind allgemein bekannt und leicht zugänglich. Wer sie sind, was sie machen, woher sie kommen und wann und wo sie mit Sport, Entertainment und Lifestyle Aktivitäten in Kontakt sind. Aber eine Frage bleibt häufig unbeantwortet – die Frage nach dem «Warum». Das von Octagon entwickelte Tool Passion Drivers™ zielt genau hierauf ab und untersucht auf Basis von 100 000 Fan-Interviews in 12 Ländern zu 25 Sportarten und Events Fanverhalten mit Hilfe qualitativer und quantitativer Methoden, um so eine Verbindung zwischen den Fans und ihrer Leidenschaft herzustellen.

Jeff Ehrenkranz, Managing Director Octagon Europe, Middle East & India  
Marc Brix, General Manager Octagon Germany

### 15.00 Brand Audit – Doping für Ihre Marke.

Markenemotionalisierung durch Sponsoring, Testimonials oder Partnerschaften droht die endgültige Rationalisierung. Einkauf, Finanzen und Controlling fordern kennzahlengetriebene Markenentwicklung und sitzen zunehmend von Anfang an am Tisch. Wie ist diesem Trend noch Herr zu werden? Ein Brand Audit liefert die richtigen Antworten.

Ralph Kaebe, Geschäftsführer, evog Deutschland GmbH

### 15.30 Marke braucht Schutz: Auch im Sportsponsoring?

Naming- und Titelsponsoring integriert häufig die Marke des Sponsors in einen Veranstaltungs- oder Bezeichnungs-Zusammenhang. Ob Fisherman's Strongmanrun oder Postfinance Arena: Wer darf diese Begrifflichkeiten wie benutzen oder sogar für sich werblich nutzen? Welche Schutzmöglichkeiten insbesondere auch im Internet (Domains, Facebook-Seiten etc.) bestehen? Wieviel Markenschutz-Know-how benötigen Naming-Entscheidungen?

Regina Richter, Lawyer, SWISS REPORT AG



Jeff Ehrenkranz



Marc Brix



Regina Richter



Ralph Kaebe

#### PRESENTED BY:

Passion. Engagement. Results – mehr als 800 Experten, verteilt auf 68 Büros in 22 Ländern, machen Octagon zur weltweit führenden Beratungsagentur im Sponsoring. Für die Bereiche Sport, Entertainment und Lifestyle deckt Octagon das gesamte Dienstleistungsspektrum im Bereich Consulting und Support ab. Dazu zählen u.a. Strategieberatung, Marketingkonzeption sowie Sponsoringaktivierung, Eventmanagement und Merchandising. Octagon Athletes & Personalities bietet Sportlern, Künstlern und Persönlichkeiten ganzheitliches Karrieremanagement. Momentan werden weltweit rund 800 Klienten betreut. In Deutschland ist Octagon an den Standorten Frankfurt, Düsseldorf und Köln vertreten. [www.octagongermany.com](http://www.octagongermany.com)

# TICKETCORNER PRIME.

Live-Entertainment für exklusive Gäste



## **Ticketcorner PRIME. – Der neue exklusive Service für Firmenkunden**

Ob Kundenevent, Jubiläumsfest oder Mitarbeiteranlass. Mit Ticketcorner PRIME. erhalten Sie Zugang zu den besten VIP Packages und Tickets für Shows, Konzerte, Sportanlässe und Openairs in der ganzen Schweiz. Suchen Sie nach einem massgeschneiderten Event mit Live-Entertainment? Dann sind wir Ihr richtiger Ansprechpartner!

**Ticketcorner PRIME.**

**E-Mail: [prime@ticketcorner.ch](mailto:prime@ticketcorner.ch)**

**Tel. +41 (0) 44 818 33 33**

**ticketcorner.ch**  
PRIME. 

# CARRÉ EVENT NIGHT

by art on ice

## Die Sports Night wird zur Carré Event Night!

Zum ersten Mal präsentiert die Carré Event AG,  
Art on Ice Production AG, die grösste Sport- und Event-  
Netzwerkplattform der Schweiz, die Sports Night.

Die «Carré Event Night 2013» startet um 18.30 Uhr  
im Hotel Schweizerhof. Ein Muss für alle Entscheider  
der Schweizer Sport- und Eventszene.

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.



Presenter

**CARRÉ**  
Business & Public Events

AXA PRESENTS  
**Art on Ice**

Weitere Partner

**FELDSCHLÖSSCHEN**

**JMT**  
Mietmobiliar

**publisuisse**

**SCHWEIZERHOF**

## PROGRAMM BREAKFAST SESSION

### 08.00 Breakfast Session im Hotel Schweizerhof Luzern

Der zweite Kongresstag bietet spannende und attraktive Themen aus dem Sport-Business gepaart mit einem reichhaltigen Frühstücksbuffet!

### 09.00 Talk mit TalkEasy: Sponsoring und wie es beim Kunden ankommt

Der Telefonanbieter TalkEasy war insgesamt 4 Jahre Sponsoring-Partner des FCZ und 2 Jahre davon Hauptsponsor. Ab dieser Saison ist TalkEasy Partner der Kloten Flyers im Eishockey. Welche Strategie verfolgt TalkEasy? Wie werden Sponsoring Entscheidungen getroffen?

[Fredy Scheucher, Managing Partner / CEO, TalkEasy](#)

### 09.30 Mehr Erfolg im Sponsoring dank Second Screen?

Secondscreen, mobile Medien und andere Veränderungen wirken sich auch auf Angebot und Nachfrage von Sportinhalten aus. Welche Konsequenzen erwachsen daraus für das Sponsoring?

[Roland Rosset, Geschäftsführer, management tools](#)

### 10.00 ERDINGER Alkoholfrei – Mehr Absatz durch Biathlon & Triathlon?

Der isotonische Durstlöscher ERDINGER Alkoholfrei ist aus dem Triathlon- und Biathlonsport nicht mehr wegzudenken. Profiathleten wie Magdalena Neuner und Nicole Leder, aber auch ambitionierte Amateursportler starten für das Team ERDINGER Alkoholfrei. Was sind die Erfolgsfaktoren des Sponsoring-Engagements?

[Florian Sosna, Leiter Sponsoring, Privatbrauerei ERDINGER](#)

### 11.00 Viktor Röthlin: Sport- & Marketing-Perspektiven

Wird die Leichtathletik EM 2014 der Karrierehöhepunkt für Viktor Röthlin? Welche Perspektiven ergeben sich nach der Karriere? Was sind die Perspektiven in der Zusammenarbeit mit dem Hauptsponsor Raiffeisen und den Sponsoren Asics, isostar, Ochsner Sport und Alpha-Innotec? Welche Ziele verfolgt «VIKMOTION», ein Unternehmen, an dem Viktor Röthlin beteiligt ist?

### 11.45 Nationale Suisse & Roger Federer: Gemeinsame Werte leben

«Individuell, erfolgreich, sympathisch» – Tennislegende Roger Federer ist der ideale Markenbotschafter und Partner für Nationale Suisse. Was vor über sieben Jahren als Werbekampagne begann, ist heute integraler Bestandteil einer zielgruppenorientierten Unternehmensstrategie. Wie wird kommuniziert? Welche Synergien entstehen aus der Partnerschaft? Wie profitieren Kunden, Mitarbeiter und die übrigen Stakeholder?

[Claudia Giorgetti, Head Group Marketing, Nationale Suisse](#)



Fredy Scheucher



Roland Rosset



Florian Sosna



Viktor Röthlin



Claudia Giorgetti

Moderation:  
Christian Gartmann, gartmann.biz  
Steve Schennach, Dosenbach-Ochsner



## Hotel Schweizerhof Luzern - Wo Luzern Geschichte(n) schreibt

An prominentester Lage der Leuchtenstadt Luzern treffen Sie bei uns auf einen zentralen Ausgangspunkt für Festivals, exklusive Shopping-Angebote in nächster Umgebung und erreichen sämtliche Sehenswürdigkeiten der Stadt in wenigen Gehminuten.

Seit Mitte April 2013 begrüßen wir Sie in 52 neu renovierten Superior Doppelzimmern und Junior Suiten, wo die Schweizerhof-Geschichte lebendig wird.

## EVENTPARTNER



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

## KONGRESSTECHNIK



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

## MEDIENPARTNER



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



[www.persoendlich.com](http://www.persoendlich.com)



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



[www.m-k.ch](http://www.m-k.ch)



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



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



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



[www.werbewoche.ch](http://www.werbewoche.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



### BODENTATTOOS

Uwe Standop  
+49 2534 973 34 78  
info@bodentattoos.com  
www.bodentattoos.com



Mietmobiliar

### MOBILIAR

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



### WERBEARTIKEL

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



Document Solutions

### 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 56 2000 555  
m.canonica@schaerer-partner.ch  
www.schaerer-partner.ch

## ANMELDUNG

Das sport.forum.schweiz findet am 14./15. November 2013 im KKL Luzern sowie im Hotel Schweizerhof statt.



Onlineanmeldung unter [www.sportforumschweiz.ch](http://www.sportforumschweiz.ch)  
oder senden Sie uns das Anmeldeformular per Fax an +41 (0)71 223 78 87

Ich melde mich gemäss Ihren Bedingungen verbindlich zur Teilnahme beim sport.forum.schweiz an.

**Option 1**

- 2 Tage | 14.+15.11.13  
CHF 1490.– zzgl. MwSt.  
beinhaltet:
- sport.forum.schweiz inkl. aller Foren
  - Verpflegung
  - Carré Event Night
  - 1 Übernachtung inkl. Frühstück
  - Breakfast Session

**Option 2**

- 1 Tag | 14.11.13  
CHF 1190.– zzgl. MwSt.  
beinhaltet:
- sport.forum.schweiz inkl. aller Foren
  - Verpflegung
  - Carré Event Night

**Option 3**

- 1 Tag | 15.11.13  
CHF 690.– zzgl. MwSt.  
beinhaltet:
- Carré Event 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. + 15.11.13  
CHF 990.– zzgl. MwSt.  
beinhaltet: siehe oben

**Option 2 | Swiss Olympic**

- 1 Tag | 14.11.13  
CHF 890.– zzgl. MwSt.  
beinhaltet: siehe oben

**Option 3 | Swiss Olympic**

- 1 Tag | 15.11.13  
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: \_\_\_\_\_

Ihre Teilnahmebestätigung sowie weitere Informationen erhalten Sie in den nächsten Tagen.

### AGB

Die Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eintreffens berücksichtigt. Bei Stornierung (nur schriftlich) bis eine Kalenderwoche vor Kongressbeginn wird eine Stornogebühr von 50% der Kongressgebühr fällig. Danach wird der gesamte Teilnehmerbetrag erhoben. Bei rechtzeitiger Nennung eines Ersatzteilnehmers entfällt die Stornogebühr. Die Rechnung ist innerhalb 14 Tagen nach Rechnungslegung zahlbar. Diese Anmeldung ist verbindlich. Für allfällige Programmänderungen, Druckfehler und Referenten-Ausfälle übernimmt der Veranstalter keine Haftung.

### Kontakt

ESB Marketing Consult AG  
Postfach 519  
CH-9001 St. Gallen  
Telefon: +41 (0)71 223 78 82  
Ansprechpartnerin: Bianca Grünwedel  
Email: [gruenwedel@esb-online.com](mailto:gruenwedel@esb-online.com)

### Veranstaltungsort

Kultur- und Kongresszentrum KKL Luzern,  
Hotel Schweizerhof Luzern