

SPORT.FORUM. SCHWEIZ

GROSSEVENTS

SPONSORING

INFLUENCER


HOSPITALITY

REICHWEITE

BIG DATA







25 JAHRE

SPORT.FORUM.

SCHWEIZ

Kaum zu glauben, aber das SPORT.FORUM.SCHWEIZ feiert 2019 die 25. Ausgabe!

In der Welt des professionellen Sports hat sich seit 1995 viel bewegt. Das Wachstum von 120 Teilnehmern und Referenten in der Erstausgabe zu heute, mit über 650 Teilnehmern, zeigt exemplarisch die Entwicklung im professionellen Sport-Business. Am Anfang kreisten alle Themen rund um das Sponsoring. Heute ist die Themenvielfalt, vor allem durch die Digitalisierung, extrem gross.

In den vergangenen 25 Jahren ist das Schweizer Sport-Business kontinuierlich gewachsen. Selbst die Internet-Blase und der Franken-Schock haben keine Auswirkungen gehabt. Wird das so weitergehen? Vieles spricht dagegen. Die Refinanzierung von Sportrechten beispielsweise fällt den klassischen Medien immer schwerer. Die Kosten für Sportveranstalter steigen immer weiter und die Einnahmequellen im Bereich Sponsoring, Hospitality und auch Ticketing scheinen endlich.

Wir werden am 25. SPORT.FORUM.SCHWEIZ alle Themen diskutieren und gemeinsam nach Ideen und Konzepten für die Zukunft suchen. Das Ziel des SPORT.FORUM.SCHWEIZ ist es, Impulse zu geben für jeden Einzelnen, für die Clubs und Verbände wie auch für die Sponsoren und Medien. Ja, die Herausforderungen sind gross, aber die Chancen sind aus unserer Sicht grösser. Seien Sie auch 2019 Teil des «Think-Tank SPORT.FORUM.SCHWEIZ»!

Wir bedanken uns bei allen Partnern, Referenten und Teilnehmern, die das SPORT.FORUM.SCHWEIZ unterstützen und damit die Plattform für Inspiration ermöglichen.

Herzlich willkommen zur Jubiläumsausgabe 2019!



Hans-Willy Brockes
Geschäftsführer, ESB Marketing Netzwerk



PREMIUM PARTNER



NEP Switzerland
Volketswil, nepswitzerland.ch

sportsevision

sportsevision
Rorschach, sportsevision.com



Nielsen Sports
Köln, niensensports.com



Teleclub
Zürich, teleclub.ch



Ochsner Sport
Dietikon, ochsnersport.ch



Ticketcorner
Rümlang, ticketcorner.ch

FORUM PARTNER



Adringo
Zürich, adringomedia.com



Promotion Tools
Schlieren, promotion-tools.ch



Crif
Zürich, crif.ch



Raiffeisen Schweiz Genossenschaft
St. Gallen, raiffeisen.ch



iRewind
Zürich, irewind.com



Reflection Marketing
Zürich, reflection-marketing.com



Levuro
Zürich, levuro.com



Stats Perform
Unterföhring, statsperform.com



Placeit
Bonn, placeit.de

PARTNER SPORTS NIGHT



SUPPORTER & AUSSTELLER



MEDIEN PARTNER



Handelszeitung



persönlich



Stadionwelt®





Alle Spiele live

Bezahle nur das Spiel, welches du schauen willst

CHF 7.50 pro UEFA Champions League Spiel*

... oder schaue alle Spiele live – bequem im Abo.

Das Paket für echte Sportfans! CHF 29.90 pro Monat**

Live im Teleclub Studio dabei sein!

Jetzt anmelden unter teleclub.ch/livestudio



*Im Einzelabruf auf Swisscom TV und Sunrise TV
**Auf Swisscom TV

HAUPTBÜHNE

🕒 28. November 2019 // 09.00

📍 KKL Luzern, Luzerner Saal

Moderation | Steve Schennach, Geschäftsführer, Schweizer Sporthilfe

Begrüssung

Hans-Willy Brockes, Geschäftsführer, ESB Marketing Netzwerk

Urs Zeier, CEO, Zeier Consultants

Top-Assets, Top-Sponsoring: Das Zusammenspiel von Marken und Sport-Influencern

Das globale Sportbusiness fokussiert sich immer stärker auf die absolute Spitze der Sponsoringnehmer. Insbesondere Sportstars gewinnen nach dem Social-Influencer-Hype für Marken an Bedeutung - zum Beispiel die Stars der Formel 1 und Formel E. Was bedeutet das für die breite Masse der Profisportler? Welche Trends lassen sich für die Schweiz feststellen? Wie sehen attraktive Rechtepakete aus?

Lars Stegelmann, Executive Vice President Commercial, Nielsen Sports ¹¹

Daniela Ryf: Karriere, Sponsoren und danach? | Interview

Die vierfache Ironman-Weltmeisterin Daniela Ryf ist nicht nur Triathletin, sondern setzt ihre Stärken jetzt schon in der Entwicklung ein. Ob Sportbekleidung oder Nahrung - Ryf arbeitet schon während ihrer Karriere sehr eng mit ihren Sponsoren zusammen. Wie wichtig ist es, sich bereits in der Aktivzeit um eine Weiterentwicklung der Marken und Brands zu fokussieren? Wohin führt der Weg nach der Karriere?

Daniela Ryf, vierfache Ironman-Weltmeisterin ¹²

Sportrechte & Sportmedien: Wer sind die Gewinner 2022? | Diskussion

Im Schweizer Sportrechte-Markt ist viel in Bewegung. Die bevorstehende Rechtevergabe für die Swiss Football League und das Schweizer Eishockey lassen ein Wettbieten und neue Sendekonzepte erwarten. Werden weitere Rechte wie die Champions-League-Spiele ins Privatfernsehen wandern? Welche Sendeformate, Sportarten und Events sind im Kampf um Marktanteile wie attraktiv? Sind «neue Wettbewerber» in den nächsten Jahren von Bedeutung?

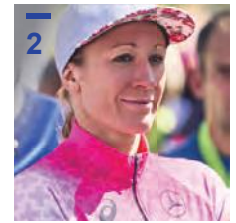
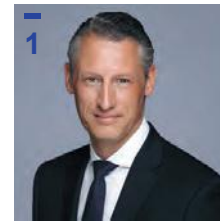
Roland Mägerle, Leiter Sport SRF und Business Unit Sport, SRG SSR ¹³

Wolfgang Elsässer, CEO, Cinetrade ¹⁴

The future of motorsport

Motorsport is experience and sport. Motorsport stands for emotions. Brands focus on emotions. People follow emotions. How can motorsport achieve sustainable aims and stimulate a general opinion to improve even our earth?

Alejandro Agag, Founder & Chairman, Formel E ¹⁵



nielsen

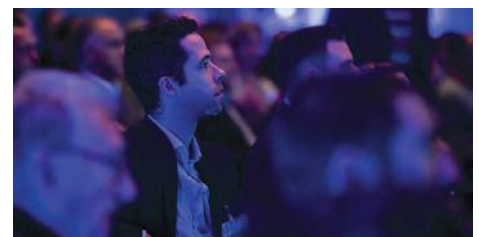


SRF

CINETRADE



FORMULAE



Schneller im Schnee.



Skitickets für Spontane
gibt's bei Ticketcorner.



Die Ticketcorner Ski App
für über 70 Skigebiete.

ticketcorner 

🕒 28. November 2019 // 09.30

📍 KKL Luzern, Raum 1

Moderation | Michael Thomann, Thomann Hospitality Management

Special Olympics: Winter Games in der Schweiz?

Die World Winter Games sind mehr als nur ein Sportevent. In den Sportarten Ski Alpin, Snowboard, Langlauf, Schneeschuhlaufen und Unihockey messen sich die besten Athleten mit geistiger Beeinträchtigung. Wann kommen die World Winter Games in die Schweiz? Wie profitiert der Schweizer Tourismus?

Bruno Barth, National Director, Special Olympics Switzerland

Andermatt-Sedrun - Eine Ski-Region wird zum Headliner

Eine durchdachte Infrastruktur und Planung, Nachhaltigkeit und Umweltfreundlichkeit in Gestaltung und Betrieb sowie ein solides Finanzierungsmodell sind Massstäbe und Werte, welche bei der Entwicklung einer Wintersport-Destination entscheidend sind. Welche Strategien führten in Andermatt-Sedrun zum jetzigen Erfolg und wie wird nun vom Projektmodus in den Betriebsmodus geschaltet? Erste beeindruckende Erfahrungswerte.

Rainer Flaig, CEO, Andermatt-Sedrun Sport

Eishockey-WM 2020: Heimspiel als Chance für den Standort Zürich?

Nach 11 Jahren ist die Schweiz vom 8. bis 24. Mai 2020 wieder Gastgeberin der IIHF Eishockey-Weltmeisterschaft in Zürich & Lausanne. Unter dem Motto «Let's make History» kämpfen 16 Nationen im Hallenstadion Zürich und in der brandneuen Lausanne Arena um den Weltmeistertitel. Welche Chancen bietet dieser internationale Top-Event dem Standort Zürich, was für Ziele verfolgt Zürich Tourismus? Ein Vergleich der Weltmeisterschaften von 1993 und 2009 mit 2020 und der Rad-WM 2024.

Felix Frei, CEO, VSSA

Martin Sturzenegger, CEO, Zürich Tourismus

Vom Wintersport zur Ganzjahresdestination: Ein Überlebensakt? | Diskussion

Die Alpen gehören zu den wichtigsten Wintersportregionen weltweit und sind deshalb von grosser Bedeutung für den Schweizer Tourismus. Der Klimawandel, die starke Währung und der Konkurrenzdruck stellt für die Schweizer Skiregion eine grosse Herausforderung dar. Hat der Wintertourismus in der Schweiz noch eine Zukunft? Was erwartet der Konsument?

Martin Sturzenegger, CEO, Zürich Tourismus

Matthias In-Albon, CEO, Bergbahnen Destination Gstaad

Pascal Jenny, Tourismusdirektor, Arosa Tourismus



Forum by:

Ticketcorner ist Schweizer Marktführer und bietet modernste Ticketvertriebslösungen für Veranstaltungen jeder Art. Dazu gehört neben Events im Entertainment, Kultur- und Sport-Bereich auch das Skiticketing-Angebot für 70 Skigebiete. Den Ticketverkauf für über 15'000 Veranstaltungen pro Jahr wickelt das Unternehmen über ein hochfrequentiertes Internet-Portal, ein modernes Call Center und an schweizweit über 1'400 Vorverkaufsstellen ab. Die Ticketcorner AG ist zu 100 Prozent Tochter der Ticketcorner Holding AG, welche zu je 50 Prozent der CTS Eventim AG und der Ringier AG gehört.

ticketcorner.ch | ticketcorner.ch/prime

ticketcorner.ch/ski

Mit auf der Bühne





Karte
bestellen &
profitieren

Dein Club – Deine Karte. Mit exklusiven Vorteilen.

- alle Sonntags-Spiele der Raiffeisen Super League mit 50% Rabatt
- das Fifa Museum und 500 weitere Museen gratis
- bis CHF 40 kontaktlos bezahlen

und viele weitere Vorteile auf:

welovefootball.ch/vpay



RAIFFEISEN

FUSSBALL

🕒 28. November 2019 // 11.30

📍 KKL Luzern, Luzerner Saal

Moderation | Steve Schennach, Geschäftsführer, Schweizer Sporthilfe

krone.at-eBundesliga – Vorbild für die Schweiz?

Mit der krone.at-eBundesliga hat die Österreichische Fußball-Bundesliga den Einstieg in die digitale Gaming-Welt eingeleitet. Die virtuelle Liga läuft bereits in der dritten Saison und hat sich als jährliches Highlight im eSports-Jahreskreislauf etabliert. Welche Möglichkeiten ergeben sich für die Liga, die Vereine und den Fussball? eSport als Pflichtfeld, als kommerzielles Model oder doch nur «nice-to-have»?

Christian Ebenbauer, Vorstand, Österreichische Fußball-Bundesliga

360Grad-Fussball-Erfolg

Was sind die wichtigsten Entwicklungen der Fussball-Ligen, die nicht zu den Top 5 in Europa gehören? Wo steht die Schweiz? Inwiefern kann es wirtschaftlich sinnvoll sein, dass gemeinsame Infrastruktur beispielsweise bei der Digitalisierung genutzt wird? Was kann man aus Skandinavien oder amerikanischen Profiligen lernen?

Stefan Ludwig, Leiter Sport Business, Deloitte

Swiss Football League: Quo vadis? | Diskussion

Die Swiss Football League steht vor grossen Herausforderungen. Nach der Entscheidung zum neuen Spielmodus werden sowohl die Medien- wie auch die Marketingrechte ab der Periode 2021/22 neu vergeben. Wie realistisch sind Einnahme-Steigerungen oder ist die Schweiz von der internationalen Entwicklung abgekoppelt? Wie haben sich die Bedürfnisse von Medien und Sponsoren geändert?

Claudius Schäfer, CEO, SFL

Claudia Lässer, Leitung Sport, Teleclub

Markus Lüthi, Präsident, FC Thun

André Stöckli, Leiter Sponsoring & Events, Raiffeisen

RAIFFEISEN

Forum by:

Die Raiffeisen Gruppe ist die führende Schweizer Retailbank und besitzt eine hervorragende regionale und lokale Verankerung. Raiffeisen ist national seit 2005 im Schneesport als Sponsor von Swiss-Ski und allen Ski-Regionalverbänden aktiv und im Fussball seit der Saison 12/13 als Titelsponsor der Raiffeisen Super League sowie als direkter Partner aller Clubs. Im 2016 hat Raiffeisen für die lokalen Projekte erfolgreich die Crowdfunding Plattform lokalhelden.ch lanciert. Das gesamte Engagement verstärkt die Wahrnehmung von Raiffeisen als dynamische, moderne und leistungsorientierte Bank. raiffeisen.ch | welovefootball.ch

Mit auf der Bühne



Deloitte.



TELECLUB



DIGITALE REICHWEITE

🕒 28. November 2019 // 11.30

📍 KKL Luzern, Raum 1

Moderation | Christian Gartmann, Inhaber, gartmann.biz

Cross-Media Content im Sport

Wie können die verschiedenen Inhalte bei Sportevents für die Social Media Manager und Onlineredaktoren nearlive auf dem Smartphone verfügbar gemacht werden? Schlüsselfaktoren für die Optimierung der Inhalte auf den jeweiligen Social Media Kanal.

Samuel Gähwiler, Geschäftsführer, Levuro

Jungfrau-Marathon – nach 36 Stunden ausverkauft

Durch optimierten Umgang mit den digitalen Fanaudiences konnten in diesem Jahr beim Jungfrau-Marathon sowohl der Ticketverkauf als auch die Merchandise-Umsätze gesteigert werden. Wie funktioniert die digitale Zusammenarbeit mit den Sponsoren? Wie wird der Inhalt zielgruppengerecht aufbereitet? Welche Herausforderungen gibt es zu meistern?

Toni Alpinice, OK-Präsident, Jungfrau-Marathon

Ein Gewinn für alle: Beat Feuz' Podestfahrt auf Social Media

Wie finden die 11 Swiss-Ski-Sportarten Aufmerksamkeit durch Videocontent im Social Web? Vier unterschiedliche Videokategorien, (teils) erstellt im «Milizsystem», schaffen Reichweite und sichern Authentizität bei Athleten, Fans und Partnern.

Simon Linder, Digital Content Manager & Leiter Newsroom, Swiss-Ski

ClipMyHorse.TV - OTT als Chance für Randsportarten?

Der führende Online-Broadcaster ClipMyHorse.TV ist bei über 800 Reitsport- und Zuchtveranstaltungen weltweit aktiv und bietet den Nutzern rund 25.000 Stunden live-Content für die Fans pro Jahr. Wie wurde das Onlinevideoportal erfolgreich? Warum sind Angebote wie ClipMyHorse.TV für Sportler, Fans, Veranstalter und Verbände ein wichtiger Baustein für die mediale Darstellung ihres Sports in der Zukunft?

Markus Detering, Geschäftsführer, ClipMyHorse.TV

LEVURO

Forum by:

Cross-Media Content Marketing ist für Brands und Sportinhalte nicht mehr wegzudenken. Die Planung und das Publizieren von Kampagnen über die verschiedenen Social Media Plattformen, inklusive dem Einbezug von Ambassadors und Athleten können neu auch per Smartphone effizient durchgeführt werden. Levuro bietet eine Lösung für die Umsetzung solcher leistungsstarker Cross-Media-Kampagnen, Live und On Demand. Die Kosten lassen sich signifikant reduzieren, das Fan Engagement erhöhen und der Inhalt effektiv verbreiten. Dafür wurde Levuro mit dem Yahoo Sports Technology Award 2018 ausgezeichnet.

levuro.com

Mit auf der Bühne



SwissSki





Wir bringen auch Ihren Sportevent ins Fernsehen.

Neu auch mittels Remote Production und 5G-Übertragung.



BEHIND POWERFUL PRODUCTION

www.nepswitzerland.ch

GROSSEVENTS SCHWEIZ

🕒 28. November 2019 // 11.30

📍 KKL Luzern, Raum 2

Moderation | Patrick Cotting, CEO, CCI Cotting Consulting

Branding: Nur Deko oder doch mehr?

Die Komplexität vor Augen und die Einfachheit zum Ziel: Über die Kreation einer unverkennbaren Identität mit maximaler Flexibilität für einen internationalen Multisport-Anlass. 30. Winteruniversiade, 21. bis 31. Januar 2021, Zentralschweiz und Lenzerheide.

Fabienne Meyerhans, Marketing & Sponsorship Director, Winteruniversiade 2021
Yves Herger, Inhaber, HI Schweiz

IFSC Kletter-WM 2018 – Grosser Erfolg – auch finanziell

Nach 25 Jahren kehrte der grösste internationale Kletter-Event wieder nach Österreich zurück. Unter dem Motto «Innsbruck 2018 – make friends. climb. celebrate» trafen sich rund 700 Athleten aus 65 Ländern zum Kräftemessen. Welchen Impact konnte die Kletter-WM bei der Stadt freisetzen? Welche wirtschaftlichen Erfolge konnten erzielt werden?

Mag. Michael Schöpf, Sports Manager, Kletterverband Österreich

Rad-WM 2024 – Vermächtnis für die Region Zürich und den Radsport?

Stadt und Kanton Zürich sowie Swiss Cycling bekennen sich zu einer Rad-WM, die Wirkungen über die Renntage hinaus erzielt. Die Kandidatur und der Zuschlag für 2024 bauen auf dem von der Hochschule Luzern entwickelten Leitfadens auf, mit dem Ziel die WM zu nutzen, um ein Vermächtnis für den Radsport und die Region zu schaffen.

Prof. Dr. Jürg Stettler, Leiter Institut für Tourismuswirtschaft, Hochschule Luzern
Markus Pfisterer, Geschäftsführer, Swiss Cycling
Raffael Noesberger, Projektleiter, Stadt Zürich

Bedeutung von Hospitality zur Finanzierung von Grossevents | Diskussion

Wie wichtig sind Hospitality-Pakete für den Mehrwert eines Events? Welche Rolle spielen sie in der Budgetplanung? Welche Erwartungen verspricht man sich von der Digitalisierung?

Tobias Grenacher, Partnership & Operations Director, Daimani
Urs Hunkeler, Geschäftsführer, Winteruniversiade 2021

Mit auf der Bühne



DIGITALE SPONSORING-STRATEGIEN

🕒 28. November 2019 // 11.30

📍 KKL Luzern, Raum 3

Moderation | Nico Decurtins, Head of Business Development, iRewind

Using innovation to activate 42.000 Fundraisers in the UK

The British Heart Foundation's vision is a world free from the fear of heart and circulatory diseases, raising money to research cures and treatments. Hear how the charity uses digital innovation in their sporting events to activate and support fundraising.

Lee Sumner, Marketing Manager, British Heart Foundation

Wirkungsvolle Nutzung digitaler Plattformen im Sponsoring

Wie können Unternehmen ihre Sponsoring-Engagements mittels digitaler Plattformen verstärken und eine breitere Aktivierung über einzelne Events hinaus erreichen?

Lorenz Müller, Senior Account Manager, Octagon Worldwide, London

ASICS: Digitale Aktivierung von Running Events

ASICS setzt europaweit bei Laufveranstaltungen wie dem Frankfurt Marathon auf neue Videotechnologien zur Kundengewinnung und -ansprache. Mit Cloudlösungen werden personalisierte Videos aufgezeichnet, die jeder Teilnehmer nach dem Rennen erhält. Welchen Nutzen sieht ASICS in der neuen Technologie und wohin geht die Reise?

Medhi Benmamar, Senior Manager Digital Marketing Running, ASICS EME
Nico Decurtins, Business Development & Member of the Management Board, iRewind



Forum by:

iRewind gehört weltweit zu den Vorreitern im stark wachsenden Segment von personalisierten Videos. Einsatz findet die Technologie in verschiedenen Industrien, darunter Sport, Unterhaltung und Freizeit. Letztlich geht es darum, Marken so zu aktivieren, dass ein messbarer persönlicher Bezug mit der Zielgruppe hergestellt werden kann.

irewind.com

Mit auf der Bühne



INNOVATIONEN

🕒 28. November 2019 // 14.30

📍 KKL Luzern, Luzerner Saal

Moderation | David Jäger, Managing Director, Reflection Marketing

Vom Sponsoring zum Ecosystem

Julius Bär wagt den nächsten Schritt. Dabei integriert die Bank ihre Sponsoring-Engagements geschickt in ein Ökosystem und kreiert dadurch maximale Business-Relevanz. Welche Chancen und Herausforderungen bietet der Aufbau eines ganzheitlichen Ökosystems?

Pascal Kreder, Board Member, Reflection Marketing

Marco Parroni, Head of Global Sponsorships, Julius Bär

Hallenstadion – von der Mehrzweckhalle zur Marketing-Plattform

Im kompetitiven Veranstaltungsmarkt buhlen immer mehr Player um die Aufmerksamkeit von Besuchern. Arenen werden zu einem wichtigen Teil einer gesamtheitlichen Event-Experience. Wie entwickelt sich das Hallenstadion zu einer Marketing-Plattform? Welche Chancen bietet dies Besuchern und Partnern?

David Jäger, Managing Director, Reflection Marketing

Felix Frei, CEO, Hallenstadion

Weltklasse Zürich – vom reinen Stadion-Event zur gesamtheitlichen Experience

Nach den Olympischen Spielen wird Zürich 2020 zum wichtigsten Schauplatz der Leichtathletik. Nebst dem Weltklasse-Meeting im Stadion Letzigrund wird der Top-Event für eine neue und nachhaltige Erlebnis-Dimension im Herzen der Stadt sorgen. Wie entwickelt sich der Traditionsanlass weiter? Welches sind die Erfolgsfaktoren der neuen Experience-Plattform?

Christoph Joho, Co-Meeting-Direktor, Weltklasse Zürich

Vom Pony zum Unicorn - Insights aus dem Experience Marketing Trend Report 2020

Das Leben ist kein Ponyhof. In Zeiten gesättigter Märkte stehen Unternehmen, Verbände und Veranstalter vor grossen Herausforderungen. Einblicke in den Trend Report 2020 zeigen, welche Innovationen Sie nicht ausser Acht lassen sollten, um nicht vom Sattel zu fallen.

Harry Hofstetter, Business Development, Reflection Marketing

Forum by:

Reflection Marketing ist die führende Agentur für zukunftsweisende strategische Lösungen im Bereich Marketing und Experience Marketing. Als Herausgeber des «Experience Marketing Trend Reports» setzt sich die Agentur mit den aktuellsten Entwicklungen in den Bereichen Marketing, Sponsoring und Events auseinander. Mit eigens entwickelten strategischen Instrumenten begleitet Reflection Marketing führende Unternehmen, Sponsoren, Verbände und Veranstalter dabei, ihr Marketing auf die veränderten Bedürfnisse ihrer Kunden und Zielgruppen auszurichten.

reflection-marketing.com

Mit auf der Bühne

Julius Bär



KUNDENBINDUNG

🕒 28. November 2019 // 14.30

📍 KKL Luzern, Raum 1

Moderation | Daniel Zuber, Leitung Kongresse, ESB Marketing Netzwerk

CRIF – Kenne deinen Fan und deine Kunden

Klubs, Ligen und Verbände wollen ihre Fans aktivieren, Merchandising-Umsätze steigern und Sponsoren finden. CRIF kann vorhandene Adressdaten anreichern, Auskünfte über Bonität liefern und Datencluster für gezielte Kampagnen erstellen. Gezielte Merchandising-Kampagnen und Leads sind so planbar. Wie treiben Daten Marketing- und Umsatzziele voran?

Sami Dätwyler, Key Account Manager, CRIF

Young Boys Bern – Digitale Fan-Strategie

In Folge des 13. Meistertitels der Vereinsgeschichte veranstaltete der BSC Young Boys ein ganz besonderes Fanerlebnis und personalisierte 12.000 Videos der Meisterfeier. Wie wichtig ist die digitale Kommunikation mit den Fans? Welche Resonanz erzielt der Club mit seinen digitalen Kampagnen?

Daniel Marti, Leiter Marketing, BSC Young Boys

Die digitale Zukunft des FC St.Gallen 1879

Der FC St.Gallen hat seine ganzheitliche digitale Fanstrategie neu konzipiert. Welchen Mehrwert erhalten die Fans? Wie profitiert der FC St.Gallen? Wie viel Potential steckt im Wachstum an digitalen Followern, durch Webseite, OTT, Fan-Bereich «Mein FCStG» sowie Live Matchcenter mit inkludiertem Webradio?

Troy Lüchinger, Bereichsleiter Marketing, FC St.Gallen

Digitale Transformation von Sportorganisationen

Kontinuierliche (digitale) Veränderungen, Internationalisierung und Monetarisierung werden für Sport-Institutionen zur grossen Herausforderung. Was muss eine Kommunikationsabteilung heute liefern? Wie können Athleten, Clubs und Sponsoren die digitale Transformation optimal nutzen, um einen Mehrwert für Fans zu liefern und wie werden sie zur digitalen Einheit?

Mario Leo, CEO, RESULT Sports



Forum by:

CRIF ist in der Schweiz die führende Anbieterin von Wirtschaftsinformationen. CRIF unterstützt ihre Kunden mit Lösungen für das Kreditrisikomanagement, die Betrugsbekämpfung und der Adresspflege entlang des gesamten Kundenlebenszyklus. Zudem bietet CRIF entscheidungsunterstützende Analysen und Lösungen an, insbesondere zur Optimierung von Kreditanträgen, Portfoliomanagement und Inkassoprozessen.

crif.ch

Mit auf der Bühne



SPONSORING-AKTIVIERUNG

🕒 28. November 2019 // 14.30

📍 KKL Luzern, Raum 2

Moderation | Patrick Seitter, Projektleiter, ESB Marketing Netzwerk

Jungfrau-Marathon – Messbarkeit von Live-Marketing

Livealytics misst die Frequenz und Aufenthaltsdauer von Event-Besuchern. Beim Beispiel «Jungfrau-Marathon» werden die Aktivitäten der Sponsoring-Aktivierung gemessen. Wie funktioniert Livealytics? Perspektiven des Data-Mining bei Live-Events?

Simon Tuck, Managing Partner, Livealytics

Toni Alpinice, OK-Präsident, Jungfrau-Marathon

Emmi YoQua Fitness Tour – Digitales Marketing durch Micro-Influencer

Zielgruppenaktivierung ist das A und O für eine erfolgreiche Kampagne. Mit Swisser werden neue Produkte mithilfe von Influencern den Schweizer Konsumenten nähergebracht. Was versteckt sich hinter dem Projekt von Emmi und Swisser? Welchen Mehrwert bieten Influencer-Kampagnen? Auf welche Art und Weise wurden die Influencer in die Kampagne integriert? Wie lässt sich eine Verbindung zwischen Marke und Produkt erfolgreich generieren?

Christian Wolfer, Head of Business Development, Promotion-Tools

N.N., Emmi Group

Sponsoring-Aktivierung – von Live bis Social | Diskussion

Die Aktivierung von Sponsoring-Engagements kann auf vielfältige Art bestritten werden. Statt eines «entweder – oder» wird heute regelmässig «360° aktiviert». Was bedeutet das in der Praxis? Welche Schwerpunkte muss man bei unterschiedlichen Sponsoring-Arten setzen? Was sind positive und weniger gute «Learnings»?

Pascal Mühlheim, Head of Sponsoring, Emmi Group

Björn Wäspe, Group Head Brand Activation, Sponsorship & Events, UBS



Forum by:

Promotion-Tools AG ist eine inhabergeführte, unabhängige Sales & Live Marketing Agentur mit Hauptsitz in Zürich und Niederlassungen in Lausanne und Lugano. Als Mitglied des internationalen SSI Netzwerks ist Promotion-Tools weltweit präsent. Promotion-Tools konzipiert, integriert und realisiert Sales und Live Marketing Projekte für KMU und Grossunternehmen und entwickelt und implementiert projektbezogene Digitallösungen. Daraus entstand der Spin-off livealytics.com sowie die Micro-Influencer Plattform swisser.ch.

promotion-tools.ch

Mit auf der Bühne



CONTENT

🕒 28. November 2019 // 14.30

📍 KKL Luzern, Raum 3

Moderation | Christian Gartmann, Inhaber, gartmann.biz

(Sport) Content Marketing als Ablöser der klassischen Werbemassnahmen?

Wer heute gute Werbung machen will, muss unterhalten. Denn Werbung kommt nur an, wenn sie Menschen berührt oder bereichert. Geschieht das nicht, ist die Audience weg. Content Marketing setzt hier neue Impulse. Klassische Werbemassnahmen in den Medien werden durch Native Advertising abgelöst. Wie stark kann Sport-Storytelling Kunden binden und Kaufinformationen geben?

Philip Hohl, Managing Partner, adRingo

Chrigel Maurer Gleitschirmerlebnis am 6. Red Bull X-Alps | Diskussion

Die Red Bull X-Alps gelten als härtester Gleitschirm-Wettkampf der Welt. Das weit über 1.000 Kilometer lange Rennen von Salzburg nach Monaco per Gleitschirm und zu Fuss, wurde bereits zum 6. Mal in Serie vom Gleitschirm-Profi Chrigel Maurer aus Adelboden gewonnen. Evoq begleitete den Spitzensportler während zehn Renntagen. Über den Rennverlauf berichtete evq in den sozialen Kanälen live. Über 2.000 Fans konnten in der kurzen Zeit organisch hinzugewonnen werden und über 400.000 Beitragsaktionen wurden verbucht.

Adrian Schaffner, Geschäftsführer, evq

Chrigel Maurer, Red Bull X-Alps-Champion

Wie wird Sport zum Content-Lieferant? | Diskussion

Content Marketing ist inzwischen fest verankert im Marketing von B2C- und B2B-Unternehmen. Sport liefert aktuellen und attraktiven Content, der jedoch nicht immer zum gemeinsamen Vorteil von Sponsor und Sportanbieter eingesetzt wird. Wie gelingt die Auspielung von Sport-Content für Sponsoren? Sind begleitende Massnahmen wie Native Ads sinnvoll oder notwendig?

Philip Hohl, Managing Director, adRingo

Marco Berto, Media Planer, Konnex

Adrian Schaffner, Geschäftsführer, evq



Forum by:

Die adRingo GmbH mit Sitz in Zürich ist die führende Anbieterin für Native Advertising, die Marketingfachleuten eine Plattform bietet, um Native Kampagnen mobile über einzigartige Formate auszuliefern. Der adRingo Marketplace bietet Zugang zu exklusiven Premium Platzierungen im Newsfeed von den führenden Schweizer Mediahäusern. Nebst umfassender Beratung werden massgeschneiderte Content-Distributions-Konzepte erarbeitet und bei Bedarf auch die nötigen Werbemittel erstellt.

adringomedia.com

Mit auf der Bühne



BIKE SERVICE @OFFICE



BIKE SERVICE ANGEBOT AN IHREM UNTERNEHMENS-STANDORT

Der nächste Sommer kommt bald!
Mit OCHSNER SPORT können Sie und Ihre Mitarbeitenden zukünftig sicher in die neue Velo- und Bikesaison starten.

OCHSNER SPORT bietet einen mobilen Bike Service Support für KMUs, Mittel- und Grossunternehmen in der gesamten Schweiz an.

Bike Kontroll- & Sicherheitscheck

Preis: CHF 39.00

Sicherheitskontrolle von Licht, Glocke, Bremsen, Räder, Schaltung und Schrauben. Einfach und unkompliziert! Am Morgen das Bike bringen, am Abend mitnehmen!

Während 1-2 Tagen gastiert unsere mobile Werkstatt an einem exklusiven Standort direkt bei Ihrer Unternehmung und bietet einen unkomplizierten Kontroll- und Sicherheitscheck an.

Am Morgen das Bike bringen, am Abend mitnehmen! Unsere erfahrenen Mechaniker können bis zu 40 Bikes von Ihren Mitarbeitenden pro Arbeitstag bearbeiten. Ein toller Service von uns und Ihnen an Ihre Mitarbeitenden.

BOTSCHAFTER & INFLUENCER

🕒 28. November 2019 // 16.30

📍 KKL Luzern, Luzerner Saal

Moderation | Hans-Willy Brockes, Geschäftsführer, ESB Marketing Netzwerk

Viktor Röthlin – Kernkompetenz Laufen!

Als Spitzensportler war Viktor Röthlin als Markenbotschafter gefragt. Statt die Engagements nach der Karriere «auslaufen» zu lassen, ist er inzwischen die personifizierte Running-Kompetenz von OCHSNER SPORT. Er gestaltet und konzipiert Läden, schult Mitarbeiter, wählt Sortimente aus, gibt Workshops und leitet Sport-Reisen. Zudem bringt der ausgebildete Physiotherapeut mit seiner Firma VIKMOTION Bewegung ins Leben vieler Menschen und dies nicht nur mit seinem eigenen Lafevent dem SWITZERLAND MARATHON light. Was ist das Konzept? Und wie gelingt die Umsetzung?

Viktor Röthlin, Running-Experte, Ochsner Sport

Swisscom Snow Talents - Sponsoring-Aktivierung mit Mehrwert für Nachwuchs-Athleten
Seit 2001 unterstützt Swisscom Swiss-Ski als Hauptsponsor. Mit dem neuen Programm Swisscom Snow Talents werden fortan schon junge Athleten aktiv in ihrer Karriereplanung unterstützt. Wie wichtig ist die frühzeitige Gewinnung von Sponsoren? Welche Aktivierungspotentiale können aufstrebende Athleten den Sponsoren bieten?

Andrea Meier, Co-Head of Partnership, Sponsoring & Live-Experience, Swisscom

Nevin Galmarini, Snowboard Olympiasieger

Influencer Marketing – Muss Werbung kenntlich sein? | Diskussion

Mountainbikerin Jolanda Neff und Snowboarder Iouri Podladtchikov wurden von der Lauterbarkeitskommission für ihre Postings gerügt. Was bedeutet dieses erste Influencer-Urteil für Sportlerinnen und Sportler? Werden die Möglichkeiten von Sportlern als Markenbotschafter eingeschränkt? Gehört nicht aktive Werbung zu den Gegenleistungen, die ein Sportler für seine Sponsoren erbringen muss? Muss Werbung bei Inhalten erkenntlich sein, auch wenn kein Geld fließt?

Janine Geigele, Management für zahlreiche Athleten

Thomas Meier, Head of Communication, Lauterkeitskommission

Mit auf der Bühne

**OCHSNER
SPORT**

swisscom

**NEVIN
GALMARINI**

**GEIGELE
...COMMUNICATIONS...**

fairs-werbung.ch
Schweizerische Lauterkeitskommission
loyauté-en-publicité.ch
Commission Suisse pour la Loyauté

OUTDOOR SPORT-EVENTS

🕒 28. November 2019 // 16.30

📍 KKL Luzern, Raum 1

Moderation | Sven Maurmann, Geschäftsführer, kippdata
Pascal Jenny, CEO, Arosa Tourismus

Die Deutschland Tour und Eschborn-Frankfurt – Der Radsport auf digitalen Wegen

Mit der neu aufgelegten Deutschland Tour und dem Radklassiker Eschborn-Frankfurt hat der Tour de France-Veranstalter A.S.O. für echte Radsportbegeisterung in Deutschland gesorgt. Dabei bietet die Digitalisierung dem Radsport viele Chancen und Herausforderungen.

Matthias Pietsch, Projektleiter Deutschland, Ges. zur Förderung des Radsports – A.S.O.

Mountainbike Worldcup in Lenzerheide: Innovative Planung & Zuschauersteuerung
Der Verein Bike Weltcup Lenzerheide hat mit den UCI Mountain Bike World Championships 2018 den krönenden Abschluss einer mehrjährigen Eventserie veranstaltet. Im August 2019 und 2020 kehrt die internationale Mountainbike-Elite zurück. Digitale Planung und Kommunikation unterstützen die Organisation in allen Phasen.

Andy Wirth, Vizepräsident, Verein Bike Weltcup Lenzerheide

Jacqueline Odermatt, OK-Mitglied, Verein Bike Weltcup Lenzerheide

Ride the Alps – autofreie Pässe für Velofans

Mit «Ride the Alps» hat Schweiz Tourismus ein unverwechselbares Produkt für Velofahrer geschaffen: Schweizer Alpenpässe, die während einiger Stunden für den motorisierten Verkehr gesperrt werden und ohne Zeitmessung befahren werden können. OCHSNER SPORT ist 2019 als Presenting Partner eingestiegen. Der Sportartikelhändler will die exklusiven Natur-Erlebnisse allen Velo-Fahrern der Schweiz zugänglich machen und eine eigene Community aufbauen.

Samuel Wille, Leiter Strategische Partnerschaften, Schweiz Tourismus

Raffael Zanoni, Teamleiter Sponsoring & Events, Ochsner Sport

placeit

Forum by:

Seit 1998 ist kippdata informationstechnologie führend in der innovativen Nutzung von Web-Technologien. In den vergangenen zwanzig Jahren hat kippdata seinen Kunden massgeschneiderte E-Commerce-, Portal- und Geoinformationslösungen bereitgestellt. Mit dem Produkt placeit geht kippdata wieder neue Wege und stellt ein modernes innovatives Produkt für die integrierte Planung, Information und Durchführung von grossen Sportveranstaltungen vor, mit dem die Digitalisierung in diesem Bereich ohne technische Vorkenntnisse gelingt.

placeit.de

Mit auf der Bühne

A.S.O.
Amaury Sport Organisation

Mercedes-Benz
UCI MOUNTAIN BIKE
WORLD CUP
LENZERHEIDE | SWITZERLAND

Schweiz.
ganz natürlich.

**OCHSNER
SPORT**

NIELSEN SPORTS



KEINE INSIGHTS MEHR VERPASSEN:
[NIENSPORTS.COM/DE](https://www.niensports.com/de)

WIR NEHMEN MIT IHNEN JEDE HÜRDE IM SPORT UND ENTERTAINMENT-BUSINESS



DIGITAL SERVICES

Wie können die Potenziale digitaler Medien im Sponsoring optimal ausgeschöpft werden?



MARKET RESEARCH

Welche Wirkung erzeugt mein Sponsoring in den relevanten Zielgruppen?



MEDIA EVALUATION

Welche Präsenz erreicht mein Engagement und wie viel ist es crossmedial wert?



CONSULTING

Welche Sponsoring-Strategie verspricht mir einen nachhaltigen ROI?



MARKET INTELLIGENCE

Welche Trends und Entwicklungen im Sponsoring muss ich berücksichtigen?



MEDIA AUDIT

Welche Rechte muss ich schützen und wie kontrolliere ich die Exklusivität?

Als weltweit führendes Forschungs- und Beratungsunternehmen der Sport- und Entertainmentbranche analysieren wir seit mehr als 30 Jahren Markt- und Mediadaten und verknüpfen sie mit Nielsen-Insights zu regionalen und globalen Konsumententrends. Zur optimalen Nutzung dieser einzigartigen Datenvielfalt investiert Nielsen Sports kontinuierlich in neue Methoden und Technologien. Auf dieser Basis bieten wir weltweit bereits mehr als 1.700 führenden Marken, Rechthealtern und Medienunternehmen eine verlässliche Entscheidungshilfe und konkrete Handlungsempfehlungen für komplexe Fragestellungen.

BIG DATA

🕒 28. November 2019 // 16.30

📍 KKL Luzern, Raum 2

Moderation | Daniel Zuber, Leitung Kongresse, ESB Marketing Netzwerk

Globaler Datenmarkt & Relevanz für Contentkreation, Vermarktung & Social Media

Mit Stats Perform als grösster Sportdatenanbieter weltweit entstehen mithilfe von Künstlicher Intelligenz und maschinellem Lernen grenzenlose Möglichkeiten für Partner wie Sky, Tipico Bundesliga, Teleclub, uvm. Wie entstehen mit Daten neue Produkte und Kommunikationsmöglichkeiten für Fans?

Dirk Ifsen, Geschäftsführer & SVP DACH, Perform Media Deutschland

Der Stellenwert von Artificial Intelligence (AI) im Sport

In allen Branchen und Bereichen bereits vertreten, schafft auch Stats Perform mit dem Einsatz von AI neue Einsatzmöglichkeiten für Partner, Fans und Zuschauer. Orlando Magic (Basketball) nutzt AI-getriebene Trackingdaten für Analysen und Einschätzungen, um so künftig die besten Draft-Entscheidungen zu treffen. Wie hoch ist der Stellenwert von AI im Sport heute und zukünftig einzuschätzen?

Raphael Reiners, Data Strategy Manager, Perform Media Deutschland

Wie Daten zur Zuschauerexperience werden

Mit umfangreichen Sport-Daten werden Fakten und Statistiken und somit das Fan- und Zuschauererlebnis konkret möglich. Welche neuen Einsatzmöglichkeiten und Content-Formate werden kreiert, um den Mehrwert und das Erlebnis zu steigern? Wie nutzt der Teleclub Daten für die Zuschauerexperience?

Daniel Dengli, Head of Key Account, Perform Media Deutschland

Big Data im Sport | Diskussion

STATS PERFORM

Forum by:

Stats Perform sammelt die detailliertesten Sportdaten der Welt und wandelt sie durch revolutionäre künstliche Intelligenz um, um die tiefgreifendsten Erkenntnisse u.a. für Medien- und Technologieunternehmen sowie Wettanbieter zu gewinnen. Mit der KI-Technologie kann nicht nur eine enorme Menge von Sportdaten erschlossen werden, sondern es entstehen auch neue grenzenlose Möglichkeiten für unsere globalen Partner für neue Produkte und Kommunikationsmöglichkeiten für die Fans.

statsperform.com

Mit auf der Bühne

PERFORM

STATS

TELECLUB

LAUFTREFF

🕒 28. November 2019 // 18.30

📍 KKL Luzern, Haupteingang

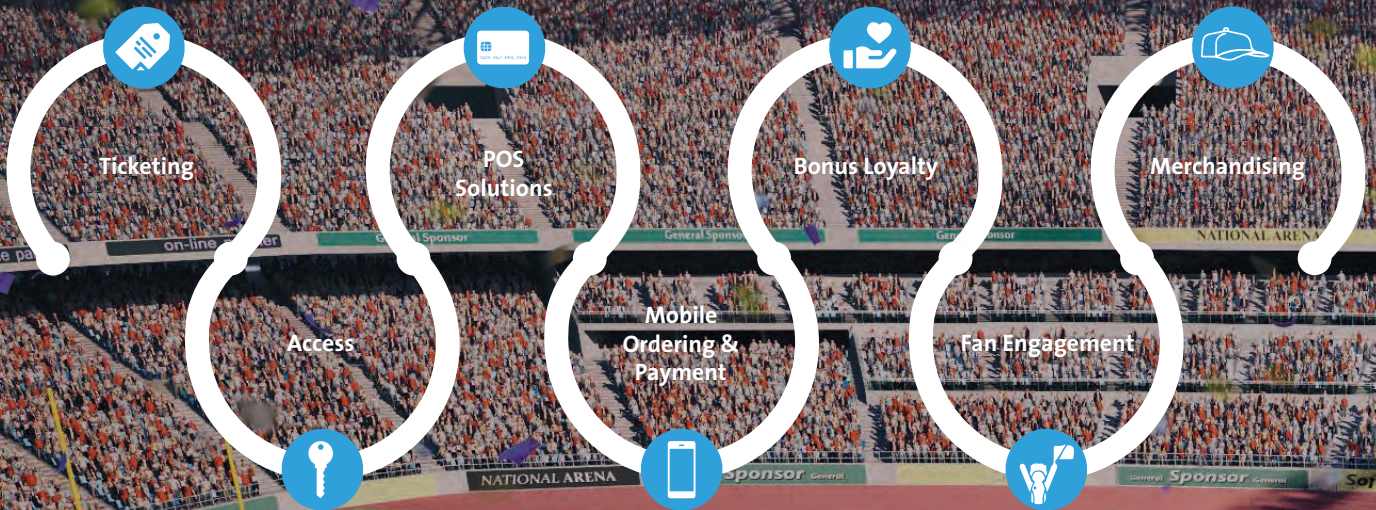
Lauftreff mit OCHSNER SPORT / Viktor Röthlin

Als sportlicher Ausklang zum ersten Kongresstag findet auch im Jubiläumsjahr der «Lauftreff by OCHSNER SPORT» statt. Laufen Sie lockere 30 Minuten in Gesellschaft von OCHSNER SPORT-Mitarbeiter und Lauf-Experte Viktor Röthlin mit und tanken Sie Energie für die Sports Night.



Digital Venue Management

Customer Journey



- ✓ Evention
- ✓ ERP
- ✓ CRM
- ✓ Analytics
- ✓ Reporting

Passion drives Perfection.



Adon Systems

Adon Production AG
 Industriestrasse 15
 CH-5432 Neuenhof
 Schweiz
 +41 56 416 46 46
 +41 56 416 46 47
 production@adon.ch

Adon Germany GmbH
 Konrad-Zuse-Ring 6
 41179 Mönchengladbach
 Deutschland
 +49 2161-990979-0
 +49 2161-990979-9
 info@adon-germany.de

Adon Germany GmbH
 Gervinusstr. 12
 10629 Berlin
 Deutschland
 +49 30-1208308-1
 +49 30-1208308-3
 info@adon-germany.de

Adon Development GmbH
 Konrad-Zuse-Ring 6
 41179 Mönchengladbach
 Deutschland
 +49 2161-990979-0
 +49 2161-990979-9
 info@adon-germany.de

SPORTS NIGHT

🕒 28. November 2019 // ab 19.00

📍 Hotel Schweizerhof

Sports Night mit der Adon Kicker-Weltmeister-Arena

Die Sports Night im Hotel Schweizerhof ist legendär. In angenehmer und entspannter Umgebung werden hier Kontakte geknüpft und Freundschaften geschlossen. Besuchen Sie die Sports Night nach dem Forum, treffen Sie Ihre Geschäftspartner und Freunde aus der Branche und genießen Sie die herrliche Atmosphäre und die kulinarischen Highlights des Schweizerhofs.

Das Highlight der Sports Night 2019 ist die Adon Kicker-Weltmeister-Arena. In packender Stadion-Atmosphäre begrüsst Sie der mehrfache Tischfussball-Weltmeister Chris Marks und fordert Sie und Ihre Freunde zum Duell. Spannung, Tempo und richtige Kicker-Stunts sind garantiert, geht es doch darum, Chris Marks möglichst schlagen zu können. Allen Teilnehmern winkt ein tolles Geschenk. Schauen Sie an der Sports Night bei uns vorbei, gleich neben dem Eingang zum Saal.



Chris Marks,
mehrfacher Tischfussball-Weltmeister



Presented by:

Adon Systems, eine Division der Adon Production AG, hat sich in kürzester Zeit als führender Anbieter im Digital Venue Management etabliert und bietet ihren Kunden eine umfassende und integrierte Software- und Hardware-Gesamtlösung für Stadien, Festivals und andere Einrichtungen der Bereiche Sport und Entertainment. Mit Hilfe der logisch aufeinanderfolgenden Adon-Lösungsmodule (vom Ticketing übers bargeldlose Bezahlen bis hin zum CRM & Merchandising) können jegliche Bereiche einer Customer Journey sukzessive angeboten und umgesetzt werden. Im Zentrum steht dabei die stetige Optimierung der Kunden-Kontaktpunkte sowie die entsprechende ökonomische Gewinnsteigerung der Veranstalter. Namhafte Clubs in Deutschland und in der Schweiz wie RB Leipzig, VfL Wolfsburg, HC Lugano, FC St. Gallen und viele mehr arbeiten mit den 360-Grad-Systemen von Adon.

adon.ch

Partner der Sports Night





sportsevision

sportsevision: your partner for led-perimeter systems

- | in-/outdoor rental & sales
- | operating & controlling
- | installation & technics
- | consulting & developing
- | content & media production

sportsevision ag

Kirchstrasse 27
CH-9400 Rorschach

T +41 71 511 20 20
F +41 71 511 20 21

info@sportsevision.com
www.sportsevision.com

BREAKFAST SESSION

🕒 29. November 2019 // 09.00

📍 Hotel Schweizerhof

Moderation | Christian Gartmann, Inhaber, gartmann.biz

Jeannine Gmelin: Im Alleingang nach Tokio

Nach Entlassung ihres Trainers, Abschied aus dem Schweizer Ruderverband (SRV) und Zweifeln über die fortlaufende Karriere entscheidet sich die grösste Schweizer Olympiahoffnung ihren eigenen Weg zu gehen. Wie reagieren Sponsoren? Wieso konnte mit dem Verband keine Einigung erzielt werden? Wie gestaltet sich die Sonderstellung? Welche Chancen und Risiken verbergen sich hinter der Einzelvermarktung?

Jeannine Gmelin, Ruder-Europameisterin

Arena-Visionen: 365-Tage-Destination & digitales Erlebnis nonstop?

Neu- und Umbau-Projekte für Venues fordern dazu heraus, die Vielfalt der heutigen Möglichkeiten zu nutzen. Beispielsweise soll die CASHPOINT Arena des österreichischen Bundesligisten SCR Altach nicht nur für den (internationalen) Spielbetrieb ausgebaut und modernisiert werden, sondern das gesamte umliegende Gelände bestmöglich zur 365 Tage Destination genutzt werden. Digitalisierung an allen Orten ist gefragt, aber was ist realistisch und auch refinanzierbar? Was wird in wenigen Jahren State of the Art sein und was sind Zukunftssillusionen?

Jens Leonhäuser, Geschäftsführer, Steilpass

Christoph Längle, Geschäftsführer, CASHPOINT SCR Altach

Rover Schudel, CEO, Adon

Matthias Berger, CEO, Sportsevision

Mit Frauenpower zum Boxtitel | Interview

Managerin Hani Guertner will mit ihrem Schützling Ramadan Hiseni den Boxsport aufmischen. Ihre Vision: den ersten echten Boxweltmeister der Schweiz hervorbringen. Wie findet man sich im Macho-Business Boxen zurecht?

Hani Guertner, Boxmanagerin

Ramadan Hiseni, Profi-Boxer, BXA

Mammut Athleten Team – Mountaineering, Climbing & Skiing

Mit dem Pro Team schafft Mammut authentisches Storytelling rund um seine Kernkompetenzen. Wie funktionieren die Partnerschaften? Wie werden klassische und neue Medien integriert? Wie wird Mammut in der Zukunft agieren?

Christoph Schaub, Head of Sponsoring, Mammut

Harte Zeiten? Die Zukunftsperspektive für Sponsoren | Talk

Das SPORT.FORUM.SCHWEIZ ist Plattform für Lösungen, Ideen und Impulse. Was denken die Sponsoren über die Zukunft des Sportsponsoring? Wo liegen Potentiale und Risiken? Wie werden Partnerschaften in Zukunft aussehen? Fünf Thesen und drei Meinungen!

Roland Graf, Leiter Marketing Services Schweiz, V-ZUG

Cyril Grind, Leiter Sportsponsoring, Helvetia Versicherungen

Sandra Caviezel, Head of Sponsorship, Credit Suisse

Christian Hermle, Director of Group Marketing, AMAG

ZugSPORTS - aus dem Festival wird eine Plattform

Stand-alone-Events, die dem Wetterisiko ausgesetzt sind, haben Mühe zu überleben, sie müssen breit abgestützt, zeitgerecht und relevant sein. Wie lässt sich die Zukunft des Festivals generieren?

Daniel Schärer, Geschäftsführer, ZugSPORTS

Mit auf der Bühne

Steilpass
analyse | strategie | projektmanagement



Adon

sportsevision



helvetia

CREDIT SUISSE

amag

**ZUG
SPORTS
FESTIVAL**



TICKET

SPORTFORUMSCHWEIZ.CH



Zweitagesticket CHF 1'490 zzgl. MwSt.
Kongress inkl. aller Foren und Verpflegung



650 Teilnehmer
60 Experten auf der Bühne

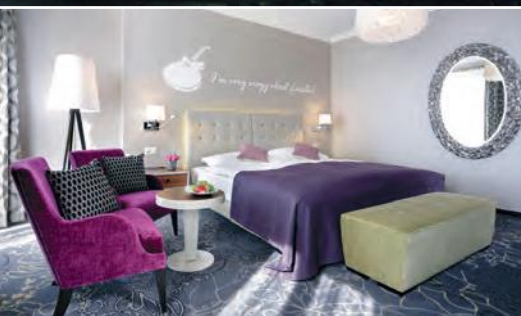


28./29. November 2019
in Luzern



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.



Wir begrüßen Sie in 101 preisgekrönten Zimmern und Suiten, wo die Schweizerhof Geschichte lebendig wird.

Winterspecial: Ab CHF 149.00 pro Person/Nacht im Doppelzimmer. Jetzt buchen!

ESB Marketing Netzwerk
Postfach 519
CH-9001 St. Gallen
Tel. +41 71 223 78 82
esb-online.com

Ansprechpartner
Lukas Querl
E-Mail: querl@esb-online.com

Veranstaltungsorte
KKL Luzern &
Hotel Schweizerhof Luzern

Bildrechte
© Photopress, © Atmospheria,
© Delta Fotografie, © Getty Images,
© Stucki Fotografie,