11./12. November 2021 // Luzern

Presenter placeit

SPORT.FORUM. SCHWEIZ

ARENA-ERLEBNIS
AUDIO & MEDIENNUTZUNG
GROSSVERANSTALTUNGEN
INVESTOREN & SPONSOREN
SINNSTIFTUNG & NACHHALTIGKEIT



©Thomas Hodel

blue NEP nielsen OCHSNER SPORT sportsevision ticketcorner

nielsen

GEMEINSAM IHRE HERAUSFORDERUNGEN MEISTERN

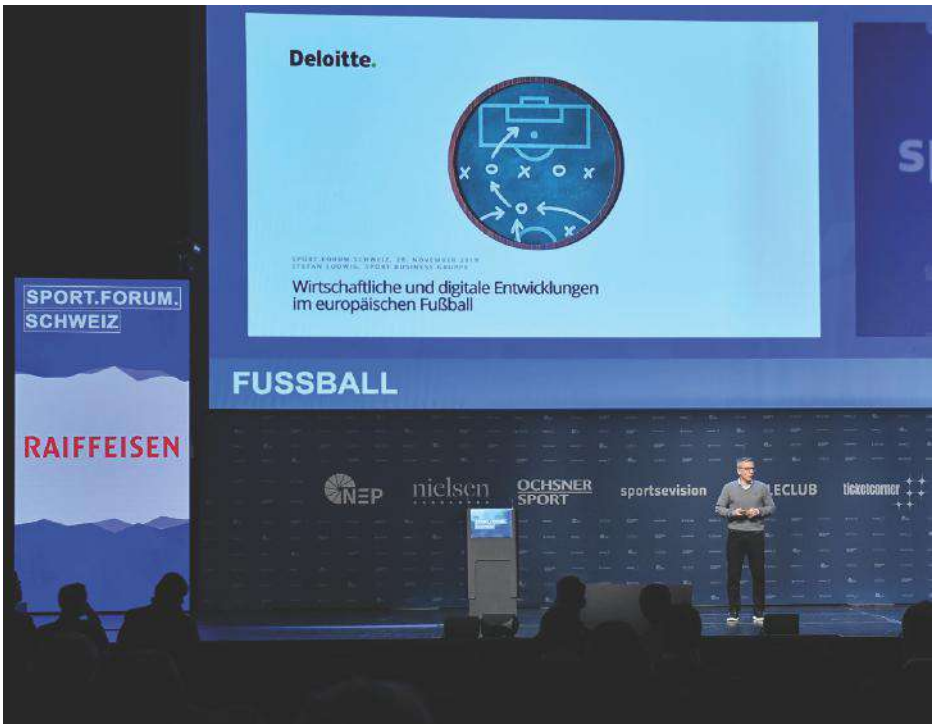


NIELSEN SPORTS

Ihr unabhängiger Partner im
Sport- und Entertainmentbusiness

FORSCHUNG | ANALYSEN | BERATUNG

Nielsen Sports | Scheidtweilerstr. 17 | 50933 Köln | Deutschland
contactsports@nielsen.com | nielsensports.com









27. SPORT.FORUM.SCHWEIZ IN LUZERN

Sehr geehrte Damen und Herren

In den 20er Jahren des vergangenen Jahrhunderts stürzten sich die Menschen nach überstandenem Krieg und Spanischer Grippe in eine Zeit des wirtschaftlichen Aufschwungs und des «wilden» Vergnügens. Ich will nicht spekulieren, ob wir wieder «Roaring Twenties» erleben werden oder ob es eben nur eine wirtschaftliche Erholung und Normalisierung sein wird. Sicher ist, es wird Gewinner und Verlierer nach Corona geben. Es zeichnet sich bereits ab, dass die Schweiz zu den Gewinnern gegenüber anderen (stark verschuldeten) Ländern gehören wird. Finanzdienstleister, Gesundheits-, Digital- und eCommerce-Unternehmen sind sicherlich auch Krisengewinner. Aber wie wird es dem Sportbusiness ergehen?

Am diesjährigen SPORT.FORUM.SCHWEIZ wollen wir die Weichen stellen, dass es auch im Sport goldene Zwanziger werden: Dazu werden neue Sponsoringchancen, wie die der Kryptowelt, ebenso wie visionäre Investorenmodelle beleuchtet. Die konsequente Digitalisierung schafft neuartige Fanerlebnisse, ermöglicht Sponsoren mehr digitalen Nutzen aus Partnerschaften zu ziehen und die Kosten zu senken. Sinnstiftung und Nachhaltigkeit sind weitere Treiber für mehr Sponsoring-Nutzen und -Alleinstellung.

Know-how, Kontakte und Kommunikation sind das ESB-Markenversprechen. Wir freuen uns, dass wir diese wieder im gewohntem LIVE bieten können. Dies wird insbesondere durch die Treue und das Engagement der Kongress-Partner und der inzwischen über 500 ESB-Mitglieder möglich. Ihnen allen, aber auch den Referenten und Moderatoren gilt mein herzlicher Dank!

Lassen Sie uns zusammen die Goldenen Zwanziger einläuten!

Hans-Willy Brockes
Geschäftsführer, ESB Marketing Netzwer

PRESENTER

placeit

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

PREMIUM PARTNER

blue Entertainment
blue.ch

Nielsen Sports
nielsensports.com

sportsevision
sportsevision.com

NEP Switzerland
nepswitzerland.ch

Ochsner Sport
ochsnersport.ch

Ticketcorner
ticketcorner.ch

FORUM PARTNER

361/DRX, arready.de
MashupMedia, mashupmedia.ch

gazenergie, gazenergie.ch
Swiss Volunteers, swissvolunteers.ch

ML Sport
mlsport.cc

Raiffeisen
raiffeisen.ch

WWP Weirather-Wenzel & Partner
wwp-group.com

Cycling Unlimited
cycling-unlimited.ch

Klein Computer System
klein.ch

placeit
placeit.de

WESOUND
wesound.de

PARTNER SPORTS NIGHT

Adcom

AUDIORENT CLAIR

EVEX

FELDSCHLÖSSCHEN

HOTEL SCHWEIZERHOF LUZERN

MEDIEN PARTNER

LEADER digital

na•news aktuell

persönlich

smartville digital

SPONSORING extra

Stadionwelt®

SUPPORTER & AUSSTELLER

KYOCERA

LODRESSO

LUZERN

noson

ONLINEPRINTERS

OZONOS

rounds

yawave

KKL LUZERN

Check-In ab 08:30

Donnerstag 11.11.2021	9.00	10.00	11.00	12.00	13.00	14.00	15.00	16.00	17.00	18.00	**Raum**
Hauptbühne											Luzerner Saal
Tourismus											Raum 1
Marke & Story											Raum 2
Grossveranstaltungen											Luzerner Saal
Audio											Raum 1
Ausdauer											Raum 2
Digitales Engagement											Raum 3
Business Networking											Foyer
Kompass 2022											Luzerner Saal
Sinnstiftung Spitzen- & Breitensport											Raum 1
Outdoor Events											Raum 2
Content & Media											Raum 3
Wintersport											Luzerner Saal
Arena-Erlebnis											Raum 1
Neue Sponsoring-Partnerschaften											Raum2
Lauftreff											Haupteingang

HOTEL SCHWEIZERHOF LUZERN

Donnerstag 11.11.2021	9.00	10.00	11.00	12.00	13.00	14.00	15.00	16.00	17.00	18.00	19.00
Sports Night											

Freitag 12.11.2021	8.00	9.00	10.00	11.00	12.00	13.00	14.00	15.00	16.00	17.00	18.00	19.00
Frühstück												
Breakfast Session												

BUSINESS NETWORKING

11. November 2021 // 14.00

KKL Luzern, Foyer

Auch in der 27. Ausgabe bietet das SPORT.FORUM.SCHWEIZ den Gästen viel Raum für Networking und Erfahrungsaustausch. Beim «Speednetworking» haben 20 Teilnehmer die Möglichkeit, sich systematisch innerhalb von 30 Minuten zu vernetzen. Die Anmeldung erfolgt im Voraus per Mail an Felix Berger | berger@esb-online.com.







ENTERTAIN YOUR ARENA



SLAM SYSTEMS

SKALIERBARES MULTIMEDIA SYSTEM



IHR PARTNER FÜR LED HARD - UND SOFTWARE

rounds BY sportselab

INFO@ROUNDS.CH WWW.ROUNDS.CH +41 71 511 20 20

HAUPTBÜHNE

11. November 2021 // 09.00

KKL Luzern, Luzerner Saal

Moderation | Christian Gartmann, Inhaber, gartmann.biz

Begrüssung
Hans-Willy Brockes, Geschäftsführer, ESB Marketing Netzwerk
Sven Maurmann, Geschäftsführer, placeit
Matthias Berger, CEO, sportsevision

Neue Investoren. Neue Sponsoren. Neue Kanäle.
Startet für den professionellen Sport jetzt auch die Ära der «Goldenen Zwanzigerjahre» mit Wirtschaftsaufschwung und euphorischer Stimmung? Ist das Interesse von Investoren an Schweizer Clubs im Vergleich zum internationalen Markt «normal» und wie sehen erfolgreiche Investment-Cases aus? Werden FinTechs und Kryptofirmen die wichtigsten Sponsoren des neuen Jahrzehnts? Wie wird «Nach-Corona» der Finanzierungs-Mix im professionellen Sport aussehen?
Pascal Schulte, Vice President Sales Operations & Account Management, Nielsen Sports | [1]

NFT – Hype oder nachhaltige Finanzquelle?
Das Geschäft mit digitalen Sammelkarten auf der Blockchain boomt. Fanzone.io ist einer der Player, der beispielsweise vom Deutschen Fussball-Bund DFB eine Lizenz erworben hat. Porsche Digital fördert Fanzone.io als Investor und weitere Lizenzpartnerschaften stehen kurz vor dem Abschluss. Wie funktioniert das NFT-Geschäftsmodell? Warum wird dies die Finanzierung im Sport nachhaltig verändern?
Björn Hesse, Co-Founder & CMO, Fanzone.io | [2]

YB-Fan-Token: Erste Erfahrungen & Perspektiven
BSC Young Boys hat mit Socios.com den YB-Fan-Token kreiert. Welche Form der Club-Finanzierung konnte damit erreicht werden? Wie entscheiden die Fans über den Token im Club mit?
Wanja Greuel, CEO, BSC Young Boys |[3]

Fussball Schweiz: Neue Besitzer – neue Perspektiven?
Neue Besitzverhältnisse bei einigen der Credit Suisse Super League Clubs haben die Diskussion «Investoren gegen Tradition» neu entfacht. Welche finanziellen und strategischen Perspektiven entwickeln sich, wenn sich finanzstarke Investoren engagieren? Wie wichtig sind strategische Allianzen mit internationalen Fussball-Clubs? Gewinnt oder verliert die Super League?
Martin Blaser, CEO, F.C. Lugano | [4]
Maurice Weber, Präsident, FC Wil | [5]
Wanja Greuel, CEO, BSC Young Boys | [3]

OYM – von der Vision zur Realität | Interview
Das OYM wurde 2016 von Sportvisionär Dr. Hans-Peter Strebel ins Leben gerufen. Seit 2020 vereint die OYM AG mit Sitz in Cham (ZG) hochspezialisierte Infrastrukturen für Athletiktraining, Prävention und Rehabilitation, modernste Sport-Performance-Flächen und interdisziplinäre Forschung unter einem Dach. Die zielgerichtete, systematische Weiterentwicklung des individuellen Potenzials der Athletinnen und Athleten basiert auf den vier OYM Kernkompetenzen: OYM Athletic Training, OYM Athlete Health Management, OYM Nutrition und OYM Research&Development. Dr. Hans-Peter Strebel ist davon überzeugt, dass eine erfolgreiche Zukunft des Schweizer Spitzensports nur durch eine gezielte Förderung von Nachwuchsathletinnen und -athleten gesichert werden kann. So entstand die anspruchsvolle Idee, Athletiktraining und Wissenschaft in hochmodernster Infrastruktur miteinander zu verbinden.
Dr. HP Strebel, Sportvisionär & Investor, OYM | [6]

Medienkonsum 2022 | Diskussionsrunde
Analoges TV, Pay-TV, Streaming, Social Media und auch Audio bieten 24/7 Programm. Welche Zielgruppen erreichen welche Kanäle und Absender? Wie wichtig sind Interaktion und Entertainment? Wie können Sponsoren und Werbepartner authentisch und wirksam eingebunden werden? Ist Twitch für junge Zielgruppen der TV-Ersatz und damit «Retter» für Nischensportarten?
Roland Mägerle, Leiter, Sport SRF & Leiter, Business Unit Sport. | [7]
Wolfgang Elsässer, CEO, Blue Entertainment | [8]
Alexander Walkenhorst, Inhaber, SPONTENT | [9]











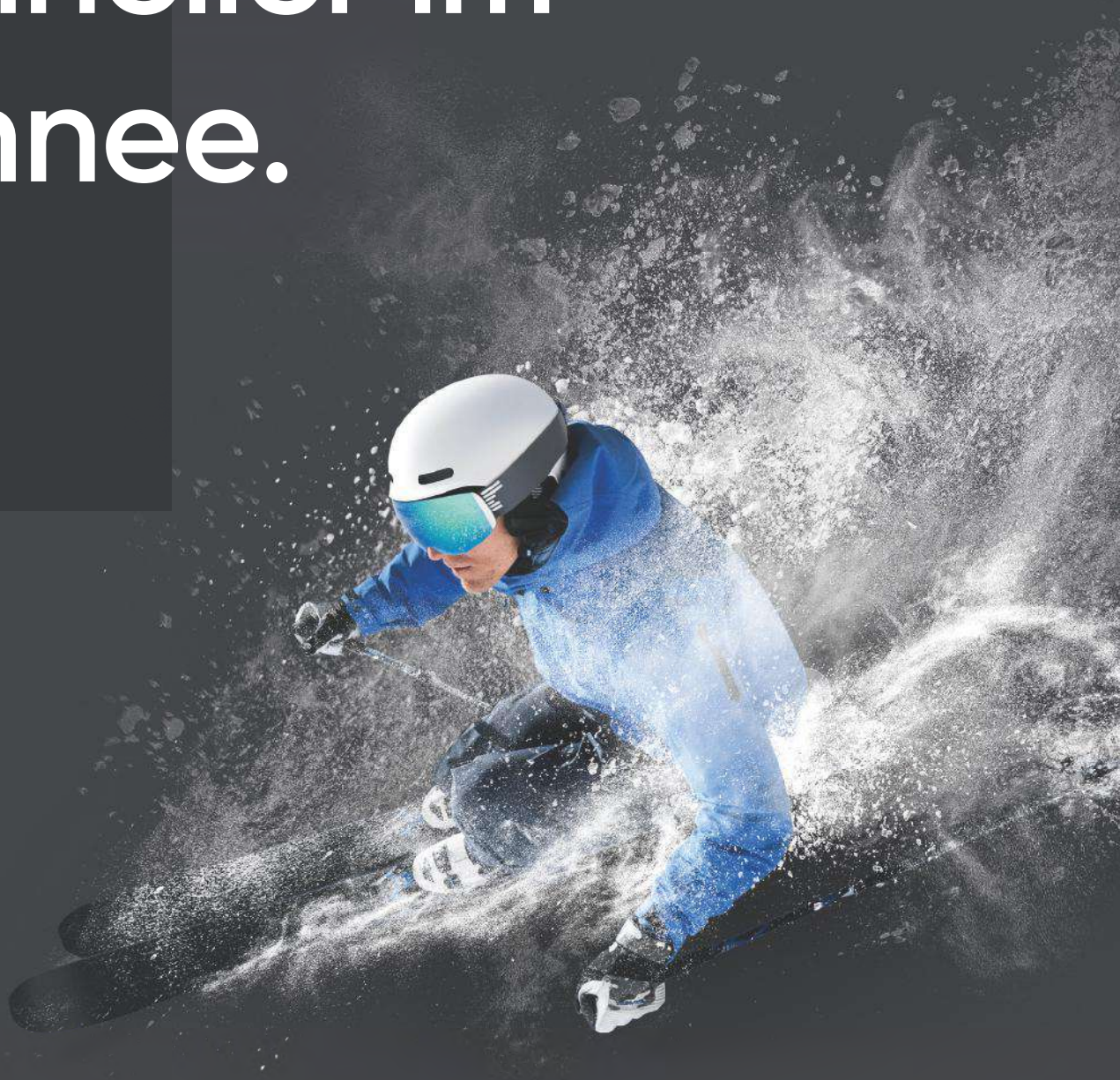








Schneller im Schnee.



Skitickets für Spontane gibt’s bei Ticketcorner.

Die Ticketcorner Ski App
für rund 60 Skigebiete.

ticketcorner

TOURISMUS

11. November 2021 // 09.30

KKL Luzern, Raum 1

Moderation | Michael Thomann, Inhaber & CEO, THOMANN Hospitality Management

Schweizer Bergbahnen in der Krise: wie lange fahren sie noch? | Interview
Niederschläge, Corona und fehlende internationale Gäste wirken sich verheerend auf Gästezahlen und Umsätze aus. Welche innovativen Produkte und Impulsprogramme können die Bergbahnen im zunehmenden Verdrängungskampf retten? Welche Rolle spielt dabei der (Spitzen-)Sport und Sportevents? Wer wird auf der Strecke bleiben?
Berno Stoffel, Direktor, Seilbahnen Schweiz

Visionäre Projekte | Diskussion
Reto Gurtner, Präsident & Delegierter des VR, Weisse Arena Gruppe
Raphael Krucker, CEO, Andermatt Swiss Alps

Digitalisierung der Tageskasse in der Freizeitbranche / Ticketcorner Skip
Mit nur drei Klicks zum Eintrittsticket statt an der Tageskasse anstehen. Ticketcorner nutzt die Beliebtheit & Einfachheit von QR Codes in Verbindung mit M-Commerce-Lösungen. Dies entlastet die Tageskasse und digitalisiert den Tageskassenkunden. Zunächst wird die neue Funktion im Ticketing-System Ticketcorner Skip eingesetzt, welche für den Freizeit- & Kulturbereich optimiert ist. Scan & Go heisst es zukünftig im Eingangsbereich.
Enrico Karg, Business Unit Manager Skip, Ticketcorner
Praxis-Beispiel: Bernd E. Link, CEO, Swiss Classic World Luzern

Lehren aus der Pandemie & Chancen für den Tourismus daraus? | Diskussion
Der Schweizer Tourismus leidet stark unter der Corona-Pandemie. Ausländische Gäste bleiben aus und auch die Hotelübernachtungen sind teilweise drastisch gesunken. Nachhaltigkeit soll in die Zukunft weisen. Welche Rollen spielen dabei Investitionen in Infrastrukturen? Welches Potenzial liegt noch im Sommergeschäft? Können touristische Hauptmagnete ohne asiatische Gäste überleben?
Martin Vincenz, CEO, Graubünden Ferien
Marcel Perren, Tourismusdirektor, Luzern Tourismus
Fabrizio Gull, stv. Geschäftsführer, Moosalp Tourismus und Moosalp Bergbahnen
Dr. Josef Schirgi, Geschäftsführer, Serfaus-Fiss-Ladis

ticketcorner

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 rund 60 Skigebiete. Den Ticketverkauf für 15'000 Veranstaltungen und 10 Mio. Tickets pro Jahr wickelt das Unternehmen über einen hochfrequentierten Webshop, eine mobile App, eine Bestell-Hotline und schweizweit rund 200 Vorverkaufsstellen ab. Die Ticketcorner AG ist zu 100% Tochter der Ticketcorner Holding AG, welche zu je 50% der CTS Eventim AG & der Ringier AG gehört.
ticketcorner.ch

Mit auf der Bühne

Seilbahnen Schweiz Remontées Mécaniques Suisses Funivie Svizzere Pendicularas Svizras
WEISSE ARENA GRUPPE
ANDERMATT SWISS ALPS
SWISS CLASSIC WORLD LUZERN 1.-3. OKTOBER 2021
Graubünden Ferien
LUZERN LUCERNE DIE STADT. DER SEE. DIE BERGE.
MOOSALP REGION
Serfaus·Fiss·Ladis

MARKE & STORY

11. November 2021 // 09.30

KKL Luzern, Raum 2

Motion Identity – FIBA-Basketball
«We are Basketball. Dynamic. Emotional. Playful.» Diese Positionierung in Bild- und Audio-Sprache machen den internationale Basketball Verband FIBA bei Turnieren und Aktivitäten wiedererkennbar. Woraus besteht ein Branding Toolkit für konsequentes Storytelling?
Markus Schmidt, Managing Director, UnitedSenses

Das GIRLS ONLY Motorsport-Team
Auch in der Männerdomäne Motorsport ist Frauenpower angekommen. Seit 2018 bestreitet das Team, bei dem sowohl die Fahrerinnen wie auch die Teammitglieder alle weiblich sind, Motorsport auf internationalem Niveau. Wie reagieren Partner, Sponsoren und Publikum? Wie findet die Kommunikation des Teams statt? Tut sich GIRLS ONLY leichter, Partner zu gewinnen, weil es eine starke Positionierung ist und in den Zeitgeist passt?
Daniela Rebholz, Potentialentfalterin, DARE
Nicole Willems, Teamchefin, Girls Only

Zurich Games funktionale Sportwettkämpfe – sponsered by «Balz & Rolf»
Wettkämpfe aus Olympischem Gewichtheben, Körpergewichtsübungen oder Elemente aus der Gymnastik und dem Ausdauersport gehören zum Programm der Zurich Games. Der Erfolg der Sportart «Functional Fitness» ist unter anderem der Digitalen Transformation zu verdanken. Die Online-Plattform für Gesundheitsprodukte «Balz& Rolf» engagiert sich u.a. mit dem Fitnessteller im Glas «Nosh Pots».
Alberto De Gruttola, Gründer, Zurich Games
Balz Aklin, CEO, Balz&Rolf

Swiss Raw: 5000 km über den Atlantik | Interview
In wenigen Wochen startet für die Crew von Swiss Raw das Abenteuer anlässlich der Talisker Whisky Atlantic Challenge. Wie wird dieses Sportabenteuer finanziert? Wie sieht die Kommunikationsstrategie aus? Gibt es einen Sponsoring-Markt für «Extremsport»? Wie nutzt der Hauptsponsor KGS Swiss Diamond Technologie das Engagement?
Yves Neupert, Teammanager, Swiss Raw

Mit auf der Bühne

unitedsenses
DANIELA REBHOLZ
girls only Ready to rock the Green Hell
ZURICH GAMES
EST. 2020 BALZ & ROLF SWITZERLAND
SwissRaw



Nur das Beste für die Besten.

Bester internationaler Klubfussball mit unserem besten Sportpaket:
Erlebe die UEFA Champions League exklusiv mit blue Sport.



29.90 CHF/Mt.

Jetzt bestellen
unter blue.ch/sport

blue

GROSSVERANSTALTUNGEN

11. November 2021 // 11.30

KKL Luzern, Luzerner Saal

Lucerne 2021: Return on Investment für Tourismusregionen einer Grossveranstaltung
Ein Drittel des Universiade-Budgets wird von den Zentralschweizer Kantonen und der Stadt Luzern getragen. Welche Einnahmen verspricht sich eine Region kurzfristig aus einem solchen Engagement? Was sind die langfristigen Benefits? Welche Kanäle sollen bespielt werden? Mit welcher Strategie geht man eine solche Herausforderung an? Wie spricht man die junge Community an?
Urs Hunkeler, Organisationskomitee, Winteruniversiade Lucerne 2021

«New Heights for Handball»: Schweiz-Bewerbung 2026 / 2028 kurz vor der Entscheidung
Jürgen Krucker, CEO, Swiss Handball

Unihockey Männer Weltmeisterschaft 2022
Daniel Kasser, OK-Präsident, WM 2022

Volunteer Management Lucerne 2021 Universiade
Wie gelangt man als Grossevent an Volunteers? Welche Kanäle sind besonders erfolgreich? Welches ist die Motivation eines Volunteers? Welche Goodies kommen bei den potenziellen Volunteers gut an?
Kevin Bossard, Projektleiter Marketing, Winteruniversiade Lucerne 2021

Grossevents zwischen Idealismus & Wirtschaftsfaktor | Diskussion
Wie gut eignet sich die Schweiz als Standort für Grossevents? Wie wichtig ist die Unterstützung und Finanzierung durch die öffentliche Hand? Welche Rahmenbedingungen sollten verbessert werden, um Grossveranstaltungen in der Schweiz attraktiv, effizient und nachhaltig umzusetzen? Wie sieht die Strategie «Unterstützung Sportgrossanlässe» des BASPO aus und welche Auswirkungen wird diese haben?
Stefan Leutwyler, Sportpolitische Geschäfte, Leiter Verbände/Sportanlässe, BASPO
Mark Wirz, Geschäftsführer, Swiss Volunteers
Jürgen Krucker, CEO, Swiss Handball

Forum by:

Gazenergie ersetzte im März 2019 die Marke Erdgas und repräsentiert dabei nicht mehr nur ein einzelnes Gasprodukt, sondern Gas (Erdgas, Biogas und andere erneuerbare Gase) und dessen Infrastruktur. Das Schweizer Gasnetz ist ein bedeutender Pfeiler der Energieversorgung unserer Gesellschaft. Die durch den VSG unterstützten Verein Swiss Volunteers zeichnet sich mit einem Netzwerk von mehr als 60'000 registrierten Volunteers schweizweit aus, welche rund 100 Sport- und Kulturevents pro Jahr unterstützen. Dies macht die Non-Profi t Organisation zu einem wichtigen Partner im Bereich Volunteering für viele Veranstalter in der Schweiz. **gazenergie.ch**

Mit auf der Bühne

AUDIO

11. November 2021 // 11.30

KKL Luzern, Raum 1

Audio Branding – zusätzlicher Markenwert für Team D
Auch Sound spiegelt im Sport die ganze Palette an Emotionen wider und ist ein noch unterschätztes Alleinstellungsmerkmal der Markenidentität. Gemeinsam mit den Marken-Verantwortlichen von Team D (DOSB) zeigt WESOUND, wie ein einzigartiges akustisches Erscheinungsbild für die Olympischen Athlet*innen von Team D entwickelt wurde. Anhand verschiedener audiovisueller Implementierungs-Beispiele gibt Team D Einblick hinter die Kulissen und demonstriert dabei, warum richtiges Audiomanagement der Garant für einen nachhaltigen Erfolg von Audio Branding ist.
Carl-Frank Westermann, Geschäftsführer, WESOUND
Florian Frank, Ressortleiter Marketing, DOSB (Deutscher Olympischer Sportbund)

Sport & Audio: ein starkes Team – Rechte, Konzepte & Vermarktung
Podcasts, Radio, Streaming: Audio boomt wie nie zuvor - Hören ist das neue Sehen. Mit SPORTRADIO DEUTSCHLAND ist erstmals ein reines Sportradio lanciert worden und Clubradios wie das vom FC St. Gallen sind ein weiterer Beleg für diese Entwicklung. Was gibt es zu beachten? Wem gehören welche Rechte? Wie können Ligen, Clubs und Sponsoren von Audio profitieren? Wie werden Audio-Rechte im deutschen Markt (u.a. Deutsche Fußball Liga und Deutscher Fußball-Bund) genutzt.
Jascha Lux, Geschäftsführer, Z-SPORTS

FC St.Gallen 1879 im Radio-Universum
Der FCSG informiert seine Fans mit seinem eigenen DAB-Radiosender «FCSG.FM» die ganze Woche aus erster Hand über ihren Lieblingsverein, vom Morgenkaffee bis zum Einschlafen. News und Fakten aus dem Verein werden in ein abwechslungsreiches Musikprogramm eingebettet. Mit dem Open Air St.Gallen wurde ein kompetenter Partner aus der Region für die Gestaltung des Musikprogramms gefunden. Welche Strategie verfolgt der älteste Fussballclub in Kontinentaleuropa? Wie sieht die Refinanzierung aus? Wie werden die Sponsoren und Partner integriert?
Ivo Forster, CEO, FC St.Gallen Event AG
Troy Lüchinger, CMO, FC St.Gallen Event AG

Forum by:

WESOUND erschafft Konzepte und neue Impulse für den Umgang mit Sound in der digitalisierten Welt. Der Ansatz ist design-getrieben und innovativ. Durch den Einsatz von Musik, Stimme und Sound lädt WESOUND Marken emotional auf und intensiviert so das Markenerlebnis. Als Sound Agentur kümmert WESOUND sich uns um drei Kernbereiche: 1. klassische Brand Sound Entwicklung (Audio Branding, Sound Logo, Brand Voice, Brand Music & funktionale Klänge), 2. das Design von multimedialen Erlebnisräumen auf Ausstellungen, Messen und in Flagship Stores, sowie 3. die Entwicklung von generativen und interaktiven Sound-Systemen für eMobility, VR/AR und Virtual Assistance. **wesound.de**

Mit auf der Bühne



EINMALIGE WETTBEWERBE

ATTRAKTIVE ANGEBOTE

UMSATZBONUS

EXKLUSIVE EVENTS

OCHSNER SPORT CLUB MITGLIED WERDEN UND PROFITIEREN!

Umsatzbonus
CLUB Mitglieder werden regelmässig im Jahr belohnt. Mit jedem Einkauf erhältst du einen attraktiven Umsatzbonus.

Wettbewerbe
CLUB Mitglieder sind Gewinner. Wir verlosen cooles Sport-Equipment und Sportreisen in der Schweiz.

Events
CLUB Mitglieder geniessen exklusive Events. Wir bieten kostenlose Highlights und Vergünstigungen.

Angebote
CLUB Mitglieder profitieren von attraktiven Preis-Reduktionen, sportlichen Konditionen und speziellen Partnerangeboten.

Noch nicht CLUB Mitglied?
Melde dich jetzt kostenlos an:
ochsnersport.ch/club

OCHSNER SPORT

AUSDAUER

11. November 2021 // 11.30

KKL Luzern, Raum 2

Ausdauersport boomt – Was passiert bei den Sponsoren?
Radfahren, Laufen, Schwimmen, Triathlon und Ski Nordisch werden von einem grossen Teil der Bevölkerung aktiv betrieben. Dennoch ist das Sponsoren-Interesse im Vergleich zu Fussball & Co scheinbar gering. Was fehlt? Wie wichtig sind Eventserien, feste TV-Formate und Social Media Communities? Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei Ausdauersport-Veranstaltungen?
Pascal Schulte, Vice President Sales Operations & Account Management, Nielsen Sport

Neue Formate im Ausdauersport | Diskussion
Der Powerman Zofingen, der GP-Gippingen und die TORTOUR gehören zum Establishment des Schweizer Ausdauersports. Wie sprechen die Veranstaltungen unterschiedliche Zielgruppen an, um eine gemeinsame Medien- und Vermarktungsstrategie zu finden? Wie wichtig sind Social-Media-Kanäle und die Digitalisierung der Kommunikation allgemein?
Peter Arnold, Head Communications, Long Distance Duathlon World Championships Zofingen
Mario Klaus, Head Brand Management, Cycling Unlimited
Matthias Rennhard, Präsident OK, Radsporttage Gippingen

Tour de Suisse 2026 – Der nachhaltigste Sportanlass?!
Nachhaltigkeit mit seinen vielfälltigen Ausprägungen bestimmt zunehmend auch die Konzeption und Umsetzung von grossen Sportanlässen. Die Tour de Suisse will bis 2026 zum Vorreiter werden und somit auch Sponsoren eine spannende Plattform geben. Was sind die konkreten Pläne? Wie sollen diese umgesetzt werden?
Joko Vogel, CEO, Cycling Unlimited

Nachhaltigkeit: Perspektiven von Veranstaltungs-Sponsoren | Diskussion
Die Wirtschaft wird auf Nachhaltigkeit umgebaut. Was bedeutet dies für Sponsoring-Beziehungen? Entstehen neue Potentiale? Brauchen Sponsoren im Transformationsprozess auch die emotionalen Plattformen des Ausdauersports? Wie kommuniziert man «ohne Shitstormgefahr»? Was nutzten Zertifizierungen und Greenlabels?
U.a. Sven Schäfer, Group Head Brand Activation, Sponsorship & Events, UBS

Forum by:

Cycling Unlimited AG entwickelt die bedeutendste, übergreifende Community Plattform zugunsten des Schweizer Radsports. Das von Olivier Senn und Joko Vogel geleitete 14 köpfige Team organisiert und vermarktet die grössten Schweizer Profi- und Hobbys-Radsportevents im Premiumbereich wie die Tour de Suisse, das Alpenbrevet und die TORTOUR Ultracycling und Gravel. Cycling Unlimited führt den Schweizer Radsport in die neue wegweisende Ära des 21. Jahrhunderts **cycling-unlimited.ch**

Mit auf der Bühne

DIGITALES ENGAGEMENT

11. November 2021 // 11.30

KKL Luzern, Raum 3

New Engagement: Digitale Fans als Werttreiber
Aus der Not der Zuschauerverbote wurde die digitale Interaktion neu lanciert. Die Handballer von GC Amicitia Zürich lockten im Durchschnitt 2'500 Zuschauer online, was insbesondere ausgeklügelten Social-Media-Kampagnen zu verdanken ist. Der Unihockey-Supercup lässt die Fans via Social Media entscheiden, welche Teams im Halbfinal aufeinandertreffen. Wie profitieren Sponsoren? Ist das digitale Engagement auch in der Zukunft Werttreiber?
Philip Hohl, Inhaber, MushupMedia & Präsident, GC Amicitia Zürich

Emmi, Volkswagen, Viessmann: Augmented Reality als Booster für neues Fan-Engagement
361/DRX ist ein MarTech-Start-Up für disruptive Augmented Reality und schafft innovative Experience im Sportmarketing und Sponsoring. Welche Reichweiten und Engagements erreichen AR-Kampagnen? Die Fallbeispiele von Emmi mit Wendy Holdener, Volkswagen bei der UEFA EURO 2020, der DFB-Nationalmannschaft sowie Viessmann im Wintersport zeigen, wie man Zielgruppen-Engagement, Reichweite und Fan-Engagement erreichen kann.
Daniel Sack, CEO & Co-Founder, 361 DRX

Digitale Plattformen, Technologie & Performance in der Sponsoring Aktivierung | Disk.
Der Trend zur digitalen Sponsoring-Aktivierung wurde durch die Corona-Krise massiv beschleunigt. Inwiefern hat damit auch die Performance-Messung bzw. das Performance-Marketing Einzug gehalten? Welchen Leverage-Effekt Marken im Bereich des Zielgruppen-Engagements mit Technologie und digitalen Plattform erzielen und messbar machen können, zeigen innovative Best Practice Studies.
Pascal Mühlheim, Head Global Brand Experience, Emmi Schweiz
Benjamin Echaud, Leiter Sponsoring und Events, Die Mobiliar
Dennis Trautwein, Managing Director, Octagon

Forum by:

AR Ready by 361/DRX – Die neue Plattform für innovative, skalierbare & engaging Augmented Reality Experiences. AR Ready schafft eine schnelle und effektive Integration von interaktiven AR Experiences in Marketing- und Produktkampagnen und sorgt für hohes Zielgruppen-Engagement. Dank Automation und ready-to-use Templates wird es Brands ermöglicht, einzigartige und begeisternde AR Experiences für den neuen Marketing-Mix zu kreieren. **arready.de**

MashupMedia ist eine Performance orientierte Boutique Media Agency. Unsere Expertise setzen wir ein, um Kampagnen kanalübergreifend und effektiv zu distribuieren. Durch unsere Unabhängigkeit können wir im richtigen Moment die richtige Technologie im richtigen Kanal einsetzen, um Ziele und Zielgruppen nachhaltig zu erreichen. Wir aktivieren Ihren Brand. Die Performance immer an erster Stelle. **mashupmedia.ch**

Mit auf der Bühne



Gemeinsam regionale Projekte ermöglichen

Mit der kostenlosen Crowdfundingplattform **lokalhelden.ch** von Raiffeisen

RAIFFEISEN

Wir machen den Weg frei

KOMPASS 2022

11. November 2021 // 14.30

KKL Luzern, Luzerner Saal

Eishockey-Business: Quo vadis? | Diskussion
Wie verkraftet das Schweizer Eishockey den Saison-Abbruch? Wie konnte der Ausstieg des Sponsors Zürich Versicherung verhindert werden? Wie steht es um die finanzielle Situation in den Clubs? Wie solidarisch sind Sponsoren, Zuschauer und Fans?
Patrick Bloch, CEO, Swiss Ice Hockey Federation
Mike Schälchli, Präsident, EHC Kloten & Inhaber, TIT-PIT & Vermarkter, Swiss League
Marc Gianola, CEO, HC Davos
Martin Baumann, CEO, Champions Hockey League

LinkedIn Roadmap 2022
Das Netzwerk LinkedIn geniesst in der Wirtschaft eine Alleinstellung und baut diese konsequent aus. Wie präsent müssen Sportanbieter und Sponsoren in LinkedIn sein? Wie entsteht Sponsoren-Nutzen durch Postings und Advertisement? Wie lassen sich der digitale und der reale Business-Club miteinander vernetzen? Was sind die «Must-Dos» im LinkedIn-Jahr 2022?
Thomas Bresmer, Head of Consulting, Hutter Consult

Sponsor-Tech Map 2022 – Was bringt welchen Nutzen?
Technologie ist sicher nicht die Lösung für alle Probleme im Sportbusiness, aber ohne eine klare Tech-Strategie verlieren Rechtehalter und Sponsoren ganz sicher den Anschluss. Welche Technologien, Tools, Lösungen sind relevant? Was schafft wirklich neue Werte, was ist nur Show? Die ESB Sponsor-Tech Map liefert Überblick in einem immer komplexer werdenden Feld von MarTech, AdTech und Co.
Patrick Seitter, Leitung Kongresse & Academy, ESB Marketing Netzwerk

Mit auf der Bühne

SINNSTIFTUNG SPITZEN- & BREITENSPORT

RAIFFEISEN

11. November 2021 // 14.30

KKL Luzern, Raum 1

Genossenschaft 2.0 = Lokalhelden.ch
Raiffeisen hat parallel zu grossen Sportsponsorships die Plattform Lokalhelden.ch aufgebaut. Raiffeisen verzahnt somit regionale Förderung mit dem national wahrgenommenen Spitzensport und schafft es das Genossenschaftsprinzip zeitgemäss zu kommunizieren. Was sind die Perspektiven in der Zukunft? Wie ergänzt sich nationales Engagement und die Bank vor Ort?
André Stöckli, Leiter Sponsoring & Events, Raiffeisen Schweiz

Purpose – Wie lassen sich Spitzensport, Sinnstiftung & Sponsoring verknüpfen
Die Nachwuchs-Förderung im Spitzensport ist weder ein «klassischer Investment-Case» noch ist es reine mäzenatische Selbstlosigkeit. Welche Beiträge kann Sponsoring zum Unternehmens-Purpose leisten? Wie wichtig sind neue Konzepte, Medien und Plattformen, um den Förderern Nutzen zu schaffen?
Roger Schnegg, Direktor, Swiss Olympic
Adrian Krüsi, Verwaltungsratspräsident, Sportfeld Gründenmoos St.Gallen
Oliver Niedermann, Leiter Marketing, Raiffeisen

Wie kann sich der Breitensport nachhaltig finanzieren?
Ist der Breitensport u.a. durch die Digitalisierung und Schaffung von Communities eine spannende Alternative für Sponsoren? Welche Konzepte funktionieren? Wie gelingt Storytelling für das Engagement? Welche Beiträge und Grundlagen müssen Vereine und Verbände schaffen?
Martin Koch, Leiter Sponsoring, Migros-Genossenschafts-Bund
Reto Schorno, Geschäftsführer, Swiss Runners
Willi Hodel, Zentralvorstand, Zürcher Turnverband & Verwaltungsrat, Sportzentrum Zürich

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, Athleten, allen Ski-Regionalverbänden sowie von Schweizer Weltcupveranstaltungen aktiv. 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 | welovesnow.ch | lokalhelden.ch

Mit auf der Bühne

Life is live



- Streckenplanung mit genauen Informationen
- Detailliertes Live-Tracking von Begleitfahrzeugen
- placeitHelferApp zur Koordination
- Marketing-Modul zur Platzierung digitaler Werbung

placeit

kartenbasiert

planen

organisieren

kommunizieren

Wir beraten Sie gerne:
www.placeit.de | info@placeit.de | +49 228 98549-0

OUTDOOR EVENTS

11. November 2021 // 14.30

KKL Luzern, Raum 2

Challenge Roth – Mega-Event zwischen Emotion und Pandemie
Normalerweise kommen zigtausende Zuschauer zum Triathlonwochenende nach Roth. In diesem Jahr musste das Event unter besonderen Rahmenbedingungen seine Unverwechselbarkeit bewahren. Welche Strategien wurden angewandt? Wie wurde das den Fans kommuniziert?
Markus Englert, Leiter Finanzen und Administration, Team Challenge

Eschborn Frankfurt – Herausforderungen an ein Radrennen
Der Radklassiker mit Ziel mitten in der Frankfurter City steht vor besonderen Herausforderungen. Wie kann die Organisation diese meistern und dabei alle Interessen ins Gleichgewicht bringen? Wie helfen moderne Verfahren bei der Planung und Durchführung?
Matthias Pietsch, Project Manager Germany, ASO

Tu felix austria ... – Gilt das auch jetzt?
In Österreich gehen die Uhren manchmal anders. Wie sind Sportevents dort möglich? Wie wurde mit den Teilnehmern kommuniziert? Wie sieht die nahe Zukunft aus und wie helfen moderne Organisationsverfahren den Veranstaltern?
Stefan Leitner, Geschäftsführer, Sport & Event Agentur Leitner - Aloha Sport

Unterm Brennglass – Was bleibt, was ändert sich, was lernen wir? | Diskussion
Alle Sprecher diskutieren gemeinsam mit Hans Schächl von placeit die Veränderungen, die sich für Events ergeben haben. Können wir etwas Positives aus der Krise mitnehmen? Haben sich sogar neue Möglichkeiten und Chancen ergeben? Wie sehen Outdoor-Events in den nächsten Jahren aus?
Matthias Pietsch, Project Manager Germany, ASO
Markus Englert, Leiter Finanzen und Administration, Team Challenge
Stefan Leitner, Geschäftsführer, Sport & Event Agentur Leitner - Aloha Sport
Hans Schächl, Projektleiter Outdoor-Events, placeit

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

DATEV CHALLENGE ROTH wearetriathlon!

A.S.O. Amaury Sport Organisation

ALOHA SPORT

CONTENT & MEDIA

11. November 2020 // 14.30

KKL Luzern, Raum 3

«Fussball-Fans 2021» – Einsichten. Ansichten. Verhaltensweisen.
In einer repräsentativen Befragung wurden 3‘754 Fans der Credit Suisse Super League nach ihrer aktuellen Befindlichkeit, der bestehenden Fan-Experience und Nähe zum eigenen Club befragt. In der Studie im Auftrag der Agentur GLA-United, dominieren die Fan-Personas Hardcore-Unterstützer, Eventzentrierte, Traditionalisten, Netzwerker und Fan-Nachwuchs. Diese haben unterschiedliche Erfahrungen in der Corona-Zeit gesammelt, aber es vereint sie der Wunsch nach (digitalen) Erlebnissen vor, während und nach den Spieltagen.
Patrick Müller & Prof. Anja Janoschka, HSLU Hochschule Luzern

Swiss Football League (SFL) – Die Contentstrategie “always on”
Die SFL macht den Fussball digital erlebbar. Behind-the-scene-Videos, Statistiken, Storys oder Interviews auf Kanälen von TikTok bis Instagram. Wie entwickelt eine Liga ihren digitalen Auftritt? Welche (Content)-Strategie verfolgt die SFL? Welche Rolle Realtime-Content spielt und warum es als Liga wichtig ist «always on» zu sein – 24/7 – ,erfahren Sie in diesem Vortrag.
Andreas Kronenberg, Managing Partner, ML Sport
Roger Müller, Chief Media & Marketing Officer, Swiss Football League

frifag: Sponsoring-Perspektiven im kritischen Umfeld
Das Sport-Engagement ist Teil der Unternehmens-DNA des Geflügelunternehmens frifag märwil ag. Neben dem FC St.Gallen 1879, dem HC Thurgau, LC Brühl Handball, Volley Amriswil, dem VBC Aadorf und Floorball Thurgau werden auch die Einzelsportler Samuel Giger (Schwingen), Maurus Sparr (Ski Alpin) und Cornel Villiger (Para-Cycling) unterstützt. Wie nutzt und aktiviert frifag die Sponsoring-Engagements mit ausgeprägtem Ostschweizer Schwerpunkt für sich? Wie ist die crossmediale Kommunikations- und Contentstrategie in einem zunehmend kritischen Marktumfeld ausgerichtet?
Andi Schmal, Geschäftsleiter, frifag märwil
Sascha Heyer, Managing Director, Koch Sports

ML SPORT

Forum by:

ML Sport ist eine Full-Service Social Media & Video Agentur mit In-House Produktion, die sich voll und ganz dem Sport verschrieben hat. Über 20 Experten aus Österreich und der Schweiz verbinden die Welt des Sports mit der Welt der sozialen Medien und positionieren AthletInnen, Vereine, Verbände sowie Unternehmen über alle relevanten Social Media Plattformen. Vom Markenaufbau über die Verbesserung des Images bis hin zur digitalen Sponsoring-Aktivierung. Die Agentur entwickelt individuelle und kreative Lösungen, ist 24/7 im Einsatz und kreiert Text, Grafik, Ads sowie Bewegtbild In-House. Um Wege zu verkürzen und schnell auf aktuelle Sportgeschehnisse reagieren zu können. **mlsport.ch**

Mit auf der Bühne

Lucerne University of Applied Sciences and Arts
HOCHSCHULE LUZERN
Business
FH Zentralschweiz

Swiss Football League

frifag
Feinstes Geflügel aus Ihrer Nähe.

Koch Sports

WINTERSPORT

11. November 2021 // 16.30

KKL Luzern, Luzerner Saal

Big Air Chur – FIS Weltcup-Auftakt mit Festivalcharakter
Mit nur wenigen Monaten Vorlauf war im Oktober der Auftakt zur Freeski- und Snowboard-Saison, der für alle Nationen auch als Qualifikations-Plattform für die Winterolympiade 2022 diente. Neben dem internationalen Freestyle-Angebot wurde den Event-Besuchern ein extravagantes Programm mit nationalen und internationalen Künstlerinnen und Künstlern beschert. Wie fällt die Bilanz kurz nach dem Anlass aus? Konnte das Besucherziel von 17'000 erreicht werden? Wie war die mediale und touristische Wirkung? Wie wird für die Zukunft bis zur Freestyle- und Snowboard-WM 2025 geplant?
Sacha Giger, Geschäftsleitung, SwissSki
Urs Marti, Stadtpräsident, Chur
Donald Nader, CEO, MTC move the crowd

Nachhaltigkeit, junge Zielgruppe und Digitalisierung | Diskussion
Der Wintersport ist im Wandel und steht vor grossen Herausforderungen. Wie gelingt es die Generation Z für Wintersport zu begeistern? Wie kann der Wintersport die Digitalisierung für sich nutzen, um attraktiv zu bleiben und gleichzeitig möglichst nachhaltig zu agieren? Wer ist in der Verantwortung?
Philipp Radel, CEO, WWP
Diego Züger, Direktor Marketing, SwissSki

Weitere Vorträge & Diskussionsteilnehmer werden online veröffentlicht.

Forum by:
Die WWP-Group ist eine der führenden Agenturen im Sportbusiness mit mehr als 30 Jahren Markterfahrung. Im Sportmarketing konzipiert und innoviert die WWP-Unternehmensgruppe weltweit mit und für ihre Kunden und Partner. Mit Kreativität und Unternehmergeist ermöglicht und aktiviert sie Sponsorships, entwickelt Sportmarketing-Plattformen und berät internationale Marken. Die WWP-Group hat Sport in ihrer DNA: Leidenschaft und Sportgeist zählen zu den Unternehmenswerten. 100 Sport- und KommunikationsexpertInnen kümmern sich europaweit an verschiedenen Standorten um die Kundeninteressen und Projekte der WWP-Group. Seit 2013 führen Mirjam Hummel-Ortner und Philipp Radel als CEOs die WWP-Group an. **wwp-group.com**

Mit auf der Bühne

ARENA-ERLEBNIS

11. November 2021 // 16.30

KKL Luzern, Raum 1

Digitales Erlebnis as-a-Service
9'000 Plätze fasst die neue Heimspielstätte des Hockey Club Fribourg Gottéron. Mit dem «Venue as-a-Service»-Angebot von KCS und Hewlett Packard wird das Fanerlebnis ohne Zusatzkosten für die Arena an die Ansprüche der Besucher anpasst. Wie profitieren die Besucher? Wie sieht es mit den Kosten für Hardware und Software aus?
Wolfgang Klein, Inhaber, KCS Klein Computer System
Daniele G. Kohler, Enterprise Business Architect Edge & IOT, Hewlett Packard Enterprise

Sportstätte 2030 – Architektur meets Marketing
Arenen und Venues werden zunehmend zu Erlebnisstätten. Architektur muss dem gerecht werden. Neben Infrastruktur mit Funktionalitäten ist die Sportstätte zunehmend «Erlebnisraum». Aber welche Erlebnisse suchen die Fans? Wie kann man diese bereits in die Planungen einbeziehen? Müssen Arenen «instagrammable» sein? Welche weiteren Marketing-Anforderungen gilt es zu berücksichtigen?
Ronny Erfurt, Geschäftsführer, Phase 10 - Architekten-Planer-Ingenieure

OYM – Sportboden aus Glas für mehr Entertainment und Rentabilität
Höhere Rentabilität, mehr Funktionalität und neue Entertainmentformate – der Glasboden von ASB bietet durch Multifunktionalität und interaktive Show-Elementen neue Möglichkeiten im Indoorsport. Das OYM hat diesen als erste Location in der Schweiz eingebaut. Wie funktioniert das System? Welche neuen Möglichkeiten entstehen?
Christof Babinsky, Managing Director, ASB GlassFloor

Das Instagrammable ARENA-ERLEBNIS
Für das Event- und Arena-Publikum im Jahr 2021 ist es selbstverständlich, seine Community via Social Media live am Erlebnis partizipieren zu lassen. Wie kann eine Arena dazu «Instagrammable» sein? Was sind stark genutzte Bildmotive? Wie entsteht an der Sportstätte der Effekt eines «Insta-Museums»? Ist es realistisch so vielen besuchern WIFI zu bieten?
Wolfgang Klein, Inhaber, KCS Klein Computer System
Andreas Kronenberg, ML Marketing Schweiz
N.N, Pointbreak Groupe

Forum by:
Die Klein Computer System AG ist der grösste Serviceprovider von HP und Hewlett Packard Enterprise (HPE) in der Schweiz. Sie sind spezialisiert auf Infrastructure as a Service (IaaS), Software as a Service (SaaS) und Device as a Service (DaaS). Klein Computer System AG hat eine besondere Expertise im Bereich digitaler Arenen aufgebaut und sorgt gemeinsam mit HPE für die Technik in der modernsten Eishockey-Arena der Schweiz - der BCF-Arena des HC Fribourg-Gottéron (HCFG). Die AG teilt ihre Passion für Sport auch durch Sponsoring-Engagements - unter anderem beim EHC Kloten, HCFG, HC Thurgau und EHC Dübendorf. **klein.ch**

Mit auf der Bühne

NEUE SPONSORING-PARTNERSCHAFTEN

11. November 2021 // 16.30

KKL Luzern, Raum 2

Roland Sponsoring-Strategie «Sportler + Arena» | Interview
Der Backwarenproduzent Roland engagiert sich im Schweizer Sport und begleitet junge Athletinnen und Athleten. Corinne Suter, Aita Gasparin und Jolanda Neff haben es in ihren Disziplinen ganz nach vorne geschafft. Wie wirken die Testimonials auf den Produktabsatz? Wie wichtig ist die Influencer-Qualität der Sportler in den Sozialen Medien? Nun ist Roland auch das Namenssponsoring der Biathlon Arena in Lenzerheide eingegangen. Welche Strategie verfolgt Roland?
Cyril Cornu, Marketingchef, Roland Murten

OZONOS – Saubere Luft mit Sport-DNA
Die mobilen Aircleaner von OZONOS wurden 2017 gegen Gerüche, Keim und Virenbeseitigung lanciert und gehören damit zu den Gewinnern der Corona-Krise. Aber das Thema Raumlufthygiene soll auch nach Corona seine Bedeutung behalten. Ex-Profi und derzeitiger Trainer von AS Monaco Niko Kovac wie auch Starkoch Roland Trettl haben sich an der Muttergesellschaft mit Sitz in Salzburg beteiligt und seit dieser Saison ist OZONOS Premium Partner des VfL Bochum. Welche Kommunikationsstrategie verfolgt OZONOS? Welche Strategie verfolgt OZONOS in der Schweiz?
Fredy Scheucher, Managing Partner, OZONOS
Christian Müller, Managing Partner, OZONOS Schweiz

Forum by:

Das Entscheidungs-Unterstützungstool „Partnerwise" wurde ursprünglich für die Behandlung von Sponsoringanfragen entwickelt. Dank seinem integrierten RoboAdvisor wird es heute von Kantonen, Stiftungen und Unternehmen für jegliches Anfrage-Management verwendet. Mit den 5 IT-Lösungen der WISE Suite werden Unternehmen, Institutionen und Mitarbeitende effizienter: Im Behandeln von Anfragen (Partnerwise), beim Organisieren und Durchführen von Events (Eventwise), bei der Durchführung von Generalversammlungen (Immowise), bei der Motivation der Verkaufs-Mitarbeitenden (Leadwise) und bei Investitionsentscheidungen (Investwise). Zu den Nutzern gehören u.a. die Kantone FR / GR / TI, Allianz Suisse, BKW, BCV, LeGruyère, LLB, Rivella, SIG. **wise.swiss**

Mit auf der Bühne

ROLAND BEWEGT! ROLAND BOUGE!

OZONOS JUST PURE AIR.

LAUFTREFF

11. November 2021 // 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.







Adcom





SPORTS NIGHT

11. November 2021 // ab 19.00

Hotel Schweizerhof

Die Sports Night im Hotel Schweizerhof hat längst Kult-Status – in lockerer Atmosphäre sind hier Freundschaften und Partnerschaften entstanden. Lassen Sie es sich nicht entgehen, Ihre Geschäftspartner und Freunde aus der Branche zu treffen, bestehende Kontakte zu vertiefen und neue zu knüpfen.

Sport ist viel mehr als eine schweisstreibende Aktivität, denn Sport verbindet und lässt Menschen über sich hinauswachsen. Für einen Moment bleibt die Welt stehen – es zählen Millimeter und Hundertstel. Es geht um «Performance on the spot».

Geniessen Sie einen Abend voller Sportemotionen und zeigen Sie uns bei verschiedenen Aktivitäten Ihre beste Performance. Auf Sie warten prickelnde Party-Vibes, Köstlichkeiten der Schweizerhof-Küche und der legendäre Adcom Dry Gin.

Presented by:

Adcom ist der Partner für wirkungsvolles Live-Marketing. Wir setzen die Live-Marketing-aktivitäten unserer Kunden gewinnbringend, messbar und zuverlässig um – physisch und digital. Durch den Einsatz unserer Performance Boosts erzielen wir für unsere Kunden messbare Resultate. Better execution. Better experience. Better performance. **adcom.ch**

Partner der Sports Night



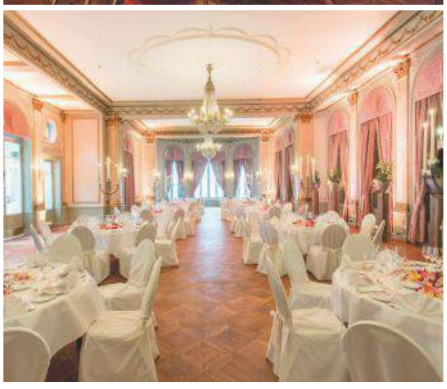












Ihr Event im Festivalhotel

Das über 175-jährige 5*-Hotel Schweizerhof Luzern wird bereits in der 5. Generation von der Familie Hauser geführt und liegt eingebettet zwischen dem Vierwaldstättersee und der historischen Altstadt Luzerns.

Mit seinen 101 preisgekrönten Zimmern und zahlreichen Veranstaltungsräumlichkeiten bietet das Hotel Schweizerhof Luzern an zentralster Lage in der Leuchtenstadt eine ausgezeichnete Plattform für Ihren Event.

Ob Hochzeit, Weihnachtsfeier oder Generalversammlung – wir beraten Sie gerne und organisieren mit Ihnen unvergessliche Momente im Luzerner Festivalhotel.

Telefon +41 (0)41 410 0 410 www.schweizerhof-luzern.ch

PROFESSIONELLE PRODUKTIONEN MIT PLANUNGSSICHERHEIT



NEP ist IHR weltweit führender Spezialist für Broadcast Dienstleistungen und ausgelagerte Produktionslösungen.



Live-Events sind unsere Leidenschaft

National und international, in den Bereichen **«Entertainment»**, **«Sport»** und «**Corporate Events»** machen wir jedes Programm einzigartig.
Ob direkt bei Ihnen vor Ort oder am anderen Ende der Welt –
mit der grössten 4K Ü-Wagenflotte der Schweiz sind wir bereit loszulegen!



Besuchen Sie uns im Zurich Broadcast Center

Virtuelle Sets und schlüsselfertige Studiokonzepte: Ein ultra-moderner, maximal flexibler Produktionsstandort für die Kommunikationsbedürfnisse von Unternehmen, Verbänden oder Agenturen.

nepgroup.ch

BREAKFAST SESSION

12. November 2021 // 09.00

Hotel Schweizerhof

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

Sport ist Entertainment: Auch in der Schweiz?
Wo steht die Sportberichterstattung in der Schweiz im internationalen Vergleich? Gibt es Potentiale, die neue Zielgruppen anziehen und für neue Einnahmequellen bei Sportanbietern und Medien sorgen könnten? Welche technischen Entwicklungen werden das Zuschauerverhalten ändern? Wird Virtual Reality ein Standard werden?
Reto Osterwalder, Managing Director, NEP

TV-Formate im Schweizer Sport – Innovationsstau? | Diskussion
Der Wettbewerb der Schweizer Medienhäuser um Sportrechte ist gross. Wie sieht es im Wettbewerb der TV-Formate aus? Welche Innovationen sind zu erwarten? Was stösst auf Zuschauerinteresse und welche internationalen Formate scheitern in der Schweiz? Braucht es mehr Entertainment?
Claudia Lässer, CPO, blue Sports & News, blue Entertainment
Matthias Krieb, Leiter MySports, Sunrise UPC

Erste Olympische Bilanz der Allianz-Partnerschaft
Der Allianz-Konzern ist internationaler Partner der Olympischen und Paralympischen Bewegung. Im Olympischen Jahr 2021 wurde die Partnerschaft erstmals umfangreich aktiviert. Was ist die Strategie und Umsetzung der Partnerschaft in der Schweiz? Welche Aktivitäten werden folgen? Wie nutzt die Allianz Schweiz die Partnerschaft für Vertrieb und Kundenbindung?
Eike Bürgel, Global Head of Olympic & Paralympic Program, Allianz

Karriere und dann? | Diskussion
So unterschiedlich wie Sportkarrieren verlaufen, so unterschiedlich sind auch die Wege «danach». Sportlifeone und das Athletes Network sind zwei Organisationen, die Sportler während bzw. nach der Karriere leiten und begleiten wollen. Was sind die Konzepte der Beratung und Betreuung? Wo helfen die Organisationen und wie werden Dienstleistungen finanziert? Was sind die Gründe, warum sich Diego Benaglio als Botschafter von sportlifeone engagiert und warum Beni Huggel das Athletes Network gegründet hat?
Diego Benaglio, Botschafter, sportlifeone
Beni Huggel, Speaker, SRF-Fussballexperte & Co-Founder, Athletes Network

Toleranz & Diversity: «Farbe bekennen» auch im Schweizer Sport? | Diskussion
«Respekt und Toleranz» als Botschaft für Antidiskriminierung werden zunehmend im Spitzensport kommuniziert. Sind dies bereits politische Statements, die beispielsweise von homophoben Parteien als Einmischung angesehen werden? Wo steht die Schweiz? Wie positionieren sich Sponsoren?
Beatrice Wertli, Direktorin, Schweizerischer Turnverband
Walter de Gregorio, Inhaber, Gründer und CEO, WDG Consulting

Harte Zeiten? Die Zukunftsperspektive für Sponsoren | Diskussion
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?
U.a. Martin Schütz, CEO, Dynoptic Partner

Mit auf der Bühne

NEP · blue · MY SPORTS · Allianz · sportlifeone · Athletes Network · STV FSG · WDG CONSULTING. · DYNOPTIC LEADING SWISS OPTICIANS









TICKET

SPORTFORUMSCHWEIZ.CH

CHF

Zweitagesticket CHF 1'290 zzgl. MwSt.
Kongress inkl. aller Foren und Verpflegung

650 Teilnehmer
60 Experten auf der Bühne

11./12. November 2021
in Luzern

ESB Marketing Netzwerk
Postfach 519
CH-9000 St. Gallen
Tel. +41 71 223 78 82
esb-online.com

Ansprechpartner
Isabelle Bechtiger
E-Mail: bechtiger@esb-online.com

Veranstaltungsorte
KKL Luzern &
Hotel Schweizerhof Luzern

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