

# sport.forum.schweiz

medien.forum

responsibility.forum

## Programm



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

*Finanzkrise & Sportkonsum*

*Bernhard Russi & Subaru*

*Hospitality in Südafrika 2010*

*TV-Sendeplätze & Rechte*

*Exklusives Sponsoring vs. Kleiner Etat*

*Stimmt der Finanzierungsmix der Axpo Superleague?*

*Schwing- und Älplerfest 2010*

*Payback dank Umweltengagement?*





## **Reif für eine neue Klasse: einzigartig klare Linienführung.**

Schon optisch überholt der neue Polo aus dem Stand heraus. Sein kompromissloses Design zeugt von Charakterstärke. Mit markanten Linien, verbreiterter Spur und grösseren Rädern steht er souveräner denn je auf der Strasse. Auch wenn die meisten Augenpaare automatisch seinem unverwechselbaren Äusseren folgen, lohnt sich ein Blick ins Innere. Dort erwartet Sie eine perfekt verarbeitete Innenausstattung. Doch lassen Sie Ihren Sinn für Ästhetik selbst entscheiden – am besten bei einer Probefahrt.

**Der neue Polo.**

**Erst wenn ein Auto Innovationen allen zugänglich macht, ist es: Das Auto.**



**Das Auto.**

Das Jahr nach der Einführung des [responsibility.forum.schweiz](#) und [medien.forum.schweiz](#) hat gezeigt, dass diese Themen in Sport und Wirtschaft immer wichtiger werden. In Zeiten, in denen die Wirtschaftskrise, Stellenabbau, Katastrophen und Ungewissheit die Medienlandschaft prägen, ist der Sport ein wichtiges Gegenstück zum Alltagsstress. Erfahren Sie, wie der Sport dazu beiträgt, die Sorgen des Alltags zu vergessen und wie Sie mit einem Engagement im Sport Ihr Unternehmen zum Erfolg führen.

Wir sind stolz, Ihnen auch in diesem Jahr eine breite Palette an Themen wie Ticketing, Hospitality, Corporate Social Commitment oder Regional-Sponsoring anhand von Traditions-, Trend- und altbewährten Sportarten wie Fussball, Schwingen oder Skicross präsentieren zu dürfen. Nutzen Sie den 17. und 18. November 2009, um sich zu informieren, zu diskutieren und Ihr Netzwerk zu erweitern. Wir freuen uns, Sie beim [sport.forum.schweiz](#) zu begrüssen.



Hans-Willy Brockes  
Geschäftsführer  
ESB Europäische  
Sponsoring-Börse



Jürg Müller  
Leiter Profitcenter  
Sportart



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

- ein Netzwerk von spezialisierten Agenturen und Beratern in allen Bereichen des Sponsorings und Event-Marketings
- spezielle Weiterbildungsangebote wie Seminare, Kongresse und Lehrgänge
- eine Internet-Börse mit Sponsoring-Projekten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz
- eine Vielzahl von Publikationen und Studien wie: „Sponsoren gewinnen leicht gemacht“, „Sponsoring-Barometer Schweiz“ oder „Event-Checklisten“.



Die **Sportart** ist spezialisiert auf die Vermarktung von Sportrechten und das Sportmarketing im

Allgemeinen. Der Fokus ihrer Tätigkeiten liegt in der Vermarktung und Umsetzung von Projekten und Events in denjenigen Sportdisziplinen, welche bei der breiten Öffentlichkeit beliebt sind und im Scheinwerferlicht der Medien stehen. Zu den wichtigsten Mandaten gehören die Nacht des Schweizer Fussballs, der FIS Langlauf Weltcup Davos Nordic sowie swiss unihockey. Die Sportart ist ein eigenständig geführtes Profitcenter unter dem Dach der Allgemeinen Plakatgesellschaft (APG).

**ZEITPLAN**

9:00 10:00 11:00 12:00 13:00 14:00 15:00 16:00 17:00 18:00 19:00 20:00 21:00

**Dienstag, 17. November 2009**

Grand Casino Luzern,  
Panoramasaal

[sport.forum.schweiz](#)  
Hauptplenum

Grand Casino Luzern,  
Panoramasaal

[sport.forum.schweiz](#)  
Exklusive Sportarten

Grand Casino Luzern,  
Casineum

[sport.forum.schweiz](#)  
Sponsoring mit kleinem Etat

Hotel Schweizerhof Luzern,  
Bringolf Saal

[responsibility.forum](#)

[responsibility.forum](#)

Hotel Schweizerhof Luzern,  
Zeugheersaal

Schweizerhof Sports Night 2009

**Mittwoch, 18. November 2009**

Grand Casino Luzern,  
Panoramasaal

[sport.forum.schweiz](#)  
Hauptplenum

[sport.forum.schweiz](#)  
Hauptplenum

Hotel Schweizerhof Luzern,  
Bringolf Saal

[medien.forum](#)

[medien.forum](#)

S P A U S E  
T A G  
M I T T W O C H

*Schön, wenn man Fair Play auch  
ausserhalb des Stadions sieht.*

Werner Walti, Axpo Mitarbeiter

Stimmt. Darum setzt sich Axpo für mehr Fair Play im Fussball ein. Jede Saison ehren wir den fairsten Club der Axpo Super League. Die Axpo Fair Play Trophy honoriert Fairness und Respekt von Spielern, Offiziellen und Fans – damit Fussball ein Spiel bleibt.

Mehr dazu unter [www.axposuperleague.ch](http://www.axposuperleague.ch)



Monika Achermann



Beat Ackermann,  
Schweizerische Mobililar



Reginald Aspinall,  
TSM Versicherungs-Ges.



Jörg Augustin,  
SportA GmbH



Walter Bachmann,  
SF SchweizerFernsehen



Werner Bärtschi,  
Subaru Schweiz AG



Peter Beeler,  
Gaam Partner AG



Martin Blaser, Grass-  
hoppers Club Zürich



Adrian Boss,  
SF SchweizerFernsehen



Stefan Brüttsch,  
Swiss Ski



Andreas Bühler, Migros-  
Genossenschafts-Bund



Rita Bürgi-Ruhstaller,  
Swiss Olympic



Reto Cavigiel,  
Carré Event AG



Dr. Caspar Coppetti,  
Young&Rubicam Gruppe



Marcel Cordes,  
Sport + Markt AG



François de Zedtwitz,  
Match Hospitality AG



Dominik Englert



Niina Eschmann,  
Axpo Holding AG



Patrik Fäh,  
swissregio kombi



Erwin Flury,  
FAF AG



Rudolf Fopp,  
White Turf



Ivo Frei, Feldschlösschen  
Getränke AG



Dominique Friedli,  
Zürcher Kantonalbank



Numa Frossard,  
FC Basel 1893 AG



Dany Gehrig,  
Swiss Olympic



Janine Geigle,  
DRS1, Weltklasse Zürich



Dr. Stefan Graf, Back-  
office Marketing GmbH



Michael Guggisberg,  
Swisscom



Mike Gut, Seven One  
Media, Pro7 Sat1



Stefanie Häberle,  
Häberle Marketingkultur



Jürg Hässig,  
ONE Brokerage



Mike Hauser, FC Luzern  
Innerschweiz AG



Michael Hüppi,  
FC St. Gallen AG



Pascal Jenny,  
Schweizer Sportfernsehen



Ilja Kaenzig



Kurt Koller, Backoffice  
Marketing GmbH



Matthias Kuratli, Coop  
Verkaufsregion Bern



Mario Leo,  
Result Consulting GmbH



Urs Leuter,  
SF SchweizerFernsehen



Damian Oettli,  
WWF Schweiz



Patrik Pörtig,  
Ochsner Sport



Axel Post, Yukawa  
Communications



Ralf Ries,  
Helsana



Marie-Francoise Ruesch,  
www.Wilmaa.com



Bernhard Russi



Jaqueline Sasse, IP Mul-  
timedia (Schweiz) AG



Jaron Schächter,  
XnX GmbH



Claudius Schäfer,  
Swiss Football League



Arndt Scheffler,  
CTS EVENTIM Sports



Gerold Schneider, Schweiz.  
Verb. d. Raiffeisenbanken



Roland Schneider,  
SF SchweizerFernsehen



René Schnüriger,  
Sport Mind AG



Dennis Schreiner,  
Passion Southafrica



Martin Singer,  
Axanova AG



Sebastian Tomczyk,  
sanu



Dr. Med. Beat Villiger,  
Schweizer Paraplegiker-  
Zentrum



Thomas von Burg,  
Credit Suisse



Andreas Wenzel, Right  
To Play Switzerland



Edwin Wiedmer,  
swiss unihockey



Andreas Zehnder,  
swissregio kombi



Thomas Zimmermann,  
PostFinance



# SHARING THE PASSION

Die Beziehung zwischen einem Verein und seinen Fans ist etwas ganz Besonderes. Sie startet häufig mit einem ersten Besuch im Stadion und ist dann der Beginn einer wunderbaren und lang andauernden Freundschaft.

EVENTIM unterstützt Sportveranstaltungen wie zum Beispiel Davidoff Swiss Indoors in Basel, CSI in Genf, White Turf in St. Moritz sowie eine Vielzahl von namhaften Sportvereinen in ganz Europa dabei, Fans in die Arenen und Stadien zu bringen. Diese Unterstützung professionalisiert von Beginn an die einzigartige Beziehung zwischen Fan und Verein und entwickelt den Fan weiter zum Kunden.

Kontakt: Frank Schwegler  
CTS EVENTIM Schweiz AG  
Förrlibuckstr. 178  
8005 Zürich  
Telefon: +41 43 444 68 68  
info@eventim.ch  
www.eventim.ch

eventim.ch 

# Hauptplenum

9:00

## 30 Jahre Bernhard Russi & Subaru: Partnerschaft zwischen Sportler und Sponsor

Was können Sportler und Sponsoren aus diesem Vorzeigebispiel lernen? Was ist das Erfolgsgeheimnis für langjährige Partnerschaften? Wo liegen die Verbesserungspotentiale für Nachwuchssportler bei Medienauftritten, Vermarktung und beim Umgang mit Sponsoren?

*Werner Bärtschi, Marketing Direktor, Subaru Schweiz, Safenwil  
Bernhard Russi, Abfahrtsweltmeister 1970 und Olympia-Sieger 1972*

9:45

## Die Axpo Super League: Stimmt der Finanzierungs-Mix?

In der Schweiz machen die TV-Einnahmen den kleinsten Teil bei den Finanzierungs-Einnahmen der ASL Clubs aus. Ganz im Gegenteil dazu generiert man mit den Fans, mit 37 %, den grössten Anteil am Einkommen. Wie kann die defizitäre Arbeitsweise der gesamten Liga in Zukunft vermieden werden?

*Jörg Augustin, Geschäftsführer SportA GmbH, München  
Martin Blaser, Geschäftsführer Grasshopper Club Zürich, Zürich  
Adrian Boss, Rechtsanwalt, SRG SSR Idée Suisse, Zürich  
Mike Hauser, Verwaltungsrat FC Luzern Innerschweiz AG, Luzern  
Michael Hüppi, Verwaltungsratspräsident, FC St. Gallen AG, St. Gallen  
Ilja Kaenzig, Fussball-Manager, Zürich  
Claudius Schäfer, Head of Legal Services and Licensing, Swiss Football League, Bern*

10:45

## Kaffeepause

11:15

## 25 Jahre swiss unihockey, WM 2011 und 2012 in der Schweiz

Dem Unihockey stehen drei grosse Jahre bevor. Grosse nationale Reichweite oder nur Randsportart ohne Präsenz? Wie gross ist das Reichweite-Potential dieser Mannschaftssportart, welche knapp 30.000 Lizenzierte aufweist? Wie hat sich die Professionalität im Unihockey entwickelt? Sponsoring Status Quo.

*Edwin Wiedmer, Zentralpräsident, swiss unihockey, Bern*

11:45

## Die Sicht des Sponsors: Die Schweizerische Mobiliar & Unihockey

Seit der Saison 07/08 ist die Mobiliar Leading Sponsor von Verband sowie Nationalmannschaften und zudem Titelsponsor der Swiss Mobiliar League. Welche Möglichkeiten bestehen aus Sponsorensicht, die Entwicklung positiv zu beeinflussen? Was sind die Erwartungen für die WM 2011 (Damen) und 2012 (Herren), welche in der Schweiz stattfinden?

### Anschliessend Diskussion mit:

*Beat Ackermann, Leiter Sponsoring, Schweizerische Mobiliar, Bern  
Edwin Wiedmer, Zentralpräsident, swiss unihockey, Bern*

12:15

## Wie können Testimonials erfolgreich in die Wertschöpfungskette integriert werden?

Ochsner Sport zeigt, wie sie Daniel Albrecht in diverse Kommunikations-, Vertriebs- und Marketing-Kanäle integriert haben. Vom Testimonial-Sponsoring, zum Vertrieb der „@lbricht“-Kollektion, bis hin zum sozialen Engagement mit der Stiftung «never give up». Sieht so eine komplette und erfolgreiche Integration in allen Bereichen aus? Und wie profitiert die Marke Ochsner Sport und der Vertrieb davon?

*Patrik Pörtig, Teamleiter Marketing & Kommunikation, Ochsner Sport, Dietikon*

12:45

## Mittagspause

# Sponsoring mit kleinem Etat

presented by



*swissregio kombi ist die auflagenstärkste Anzeigenkombination der Deutschschweiz. Wöchentlich werden über 750.000 Kontakte generiert. Die 27 per Post verteilten Titel bieten eine hohe lokale Leserdichte und können frei wählbar kombiniert werden. Nationale Print-Kampagnen gewinnen durch Belegung des swissregio kombi an Reichweite um 10 % bis 15 %.*

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

14:00

## Sponsoring mit k(l)einem Etat

Sportanlässe, Sportvereine, Events und KMUs müssen einen möglichst grossen Bekanntheitsgrad erreichen, wobei das entsprechende Budget jeweils klein ist bzw. teilweise ganz fehlt. Es gilt, den/die richtigen Medienpartner auszuwählen und alles so aufzugleisen, dass unter dem Strich bei grosser Wirkung möglichst keine Kosten entstehen. Wie erreicht man das? Wir zeigen es anhand von ausgewählten Praxisbeispielen.

*Patrik Fäh, Leiter Verkauf National, swissregio kombi, Wil*  
*Andreas Zehnder, Geschäftsführer, swissregio kombi, Wil*

14:45

## Helsana: Mit kleiner Unterstützung zu grossem Erfolg?

Viele kleine Engagements führen zum Erfolg. Helsana als Sponsor im Nachwuchsbereich, unter anderem beim AKFV, BFV, FC Bülach, SC Zofingen, Zug 94/Team Zugerland, u.v.m. zeigt, wie man auch mit regionalen Engagements den Vertrieb ankurbeln kann. Wie nutzt die Helsana die verschiedenen Engagements im Breitensport zur internen und externen Kommunikation? Welche Kundenbindungs- und Kundenfindungs-Konzepte stecken hinter der Strategie? Wie unterscheiden sich die regionalen Engagements von den nationalen Engagements?

*Ralf Ries, Mitglied der Direktion, Leiter Marketing und Verkauf Privatkunden, Helsana, Zürich*  
*Jürg Hässig, ONE Brokerage, Meilen*

15:30

## Kaffeepause

16:00

## AXANOVA sponsert Ihren Club mit CHF 1.000.-

Mit klaren und geradlinigen Sponsoring-Verträgen, die für alle Sport-Clubs gleich sind, unterstützt Axanova die Vereine mit CHF 1.000.- in Form von Produkten. Ziel sind 1.000 Clubs in der Schweiz, um Bekanntheit, Kompetenz und Vertrieb auszubauen. Umsetzung und Erfahrungsbericht.

*Martin Singer, Geschäftsführer Schweiz, Axanova AG, Uetliburg*

16:30

## Tennisarena Bodensee

Der Verein Tennisarena Bodensee möchte den Tennissport und insbesondere das Jugendtennis in der Bodenseeregion fördern und errichtet hierzu ein länderübergreifendes Tennisnetzwerk. Von diesem Netzwerk sollen sowohl die lokale Tennisszene, als auch der Grossraum Bodensee als Tourismusdestination profitieren. Im Mittelpunkt steht zunächst die jährliche Durchführung einer einwöchigen Tennis-Grossveranstaltung in der Bodenseeregion mit einem internationalen Jugendturnier, Show-Turnieren, einer Tennismesse sowie einer Charity-Veranstaltung.

*Kurt Koller, Gesellschafter von Backoffice Marketing GmbH, Sierré*  
*Dr. Stefan Graf, Gesellschafter von Backoffice Marketing GmbH, Sierré*

# Exklusive Sportarten

14:00

## Mercedes CSI: Erstklassige Hospitality

Mercedes als Titelsponsor, Rolex, Bank Wegelin und Toshiba als Hauptsponsoren, schon das spricht für die Qualität einer Veranstaltung. Jede Menge Prominenz in den VIP-Bereichen und über 43.000 Zuschauer ergänzen den Status der Exklusivität des Mercedes CSI in Zürich. Was macht aber die Exklusivität einer Veranstaltung aus? Welche Regeln gelten im Umgang mit den Partnern? Was macht die Plattform besonders attraktiv und wie kommt man zum Status „Sehr Exklusiv“?

*Reto Caviezel, Geschäftsführer Carré Event AG, Zollikon*

14:30

## Faszination WHITE TURF

WHITE TURF ist hochstehender Sport mit dem bedeutendsten Pferderennen des Winters. Der „Gübelin Grosser Preis von St. Moritz“ ist als Europa-Championnat auf Schnee ausgeschrieben und das höchstdotierte Rennen der Schweiz. Was bieten die Veranstalter ihren exklusiven Sponsoren?

*Rudolf Fopp, Präsident/CEO White Turf, St. Moritz*

15:00

## Polo – mehr als nur das Spiel der Royal Family?

Wenn man von Polo spricht, denkt man an die High Society, eine Sportart für Reiche! Woher kommt der Polosport und welchen Stellenwert hat er in der Schweiz? Spricht Polo nur eine exklusive Zielgruppe und exklusive Sponsoren an oder ist Polo doch eine Sportart für alle? Mit den SARASIN Swiss Open – Polo Championships findet eines der bedeutendsten Poloturniere Europas in der Schweiz statt. Welche Plattformen stehen den Sponsoren zur Verfügung und was macht die Plattformen exklusiv? Wo liegen die Unterschiede bei der Organisation und Sponsorenakquisition zu „weniger exklusiven“ Sportarten?

*René Schnüriger, Geschäftsführer Sport Mind AG, OK Leiter und Mitinitiator der SARASIN Swiss Open – Polo Championships, Zürich*

15:30

## Kaffeepause

16:00

## Das Hospitality-Konzept des FC Basel

Wo steht der FC Basel mit seinen Hospitality-Angeboten im Vergleich zu den Ligakonkurrenten und auch im Vergleich zur deutschen Bundesliga? Eine Benchmark-Untersuchung zeigt Potentiale, aber auch die Stärken des heutigen Konzeptes.

*Numa Frossard, Marketingleiter, FC Basel 1893 AG, Basel*

*Monika Achermann, Absolventin Academica Engadina*

16:30

## Hospitality in Südafrika 2010: Hohes Risiko oder einmalige Plattform?

Zur FIFA WM 2010® gibt es viel Halbwissen: Infrastrukturprobleme, mangelndes öffentliches Interesse sowie hohe Preise – wie sieht es wirklich aus? Welche Möglichkeiten bietet die WM für Business-Kunden? Wie steht es um die Nachfrage und was ist noch zu haben?

*François de Zedtwitz, Head of International Sales, Match Hospitality AG, Zürich*

## Anschliessende Diskussion:

*François de Zedtwitz, Head of International Sales, Match Hospitality AG, Zürich*

*Dennis Schreiner, Gesellschafter & Geschäftsführer Passion Southafrica, "Participating Tour Operator" für die WM 2010, Darmstadt*

# DIDIER DÉFAGO VS. DIDIER DÉFAGO.

Offizieller Sponsor von Didier Défago.



**DEIN HÄRTESTER GEGNER  
BIST DU SELBST.**

www.ochsnersport.ch

**swisski**

OFFICIAL PARTNER

**OCHSNER  
SPORT**

Starke Marken. Starke Preise.

# Schweizerhof Sports Night



## Das «Gettogether» wird zur «Schweizerhof Sports Night 2009»

Zum ersten Mal findet am 17. November 2009 das Gettogether im Hotel Schweizerhof Luzern statt. Die grosse «Schweizerhof Sports Night 2009» startet um 18.30 Uhr im Zeugheersaal. Ein Muss für die Entscheider des Schweizer Sportbusiness. Lassen Sie es sich nicht entgehen, Ihre Geschäftspartner und Freunde aus der Szene zu treffen, neue Kontakte zu knüpfen und geniessen Sie dazu das herrliche Ambiente sowie Köstlichkeiten aus der Schweizerhof-Küche. [www.schweizerhof-luzern.ch](http://www.schweizerhof-luzern.ch)



## Feldschlösschen Getränke AG

Feldschlösschen unterstützt die «Schweizerhof Sports Night 2009» im Rahmen des sport.forum.schweiz, denn Feldschlösschen ist das Schweizer Bier und steht für Schweizer Qualität und Tradition. [www.feldschloessen.ch](http://www.feldschloessen.ch)



## Züco Bürositzmöbel AG

Die Züco Bürositzmöbel AG, mit hochwertigen Büro-Ausstattungen unterstützt die «Schweizerhof Sports Night 2009» mit einer exklusiven Lounge. [www.zueco.com](http://www.zueco.com)





## WIR GEBEN IHREN ENTSCHEIDUNGEN SICHERHEIT.

Als das führende internationale Forschungs- und Beratungsunternehmen überwachen, bewerten und optimieren wir Ihre Engagements im Sportbusiness.

- **Strategische und operative Sponsoringberatung**
- **Sponsoring- und Werbeerfolgskontrolle**
- **Bewertung und Kontrolle von Medien-, Marken- und Marketingrechten**

Damit stehen wir Ihnen von der Planung und Strategie bis zur Erfolgskontrolle und Optimierung in jeder Businessphase zur Seite.

Wir entwickeln individuelle Lösungen für zahlreiche Unternehmen, Verbände, Clubs und Vermarkter und haben uns in den vergangenen beiden Jahrzehnten als die unabhängige Referenz im Markt etabliert.

**Nutzen Sie unser Expertenwissen und unseren Informationsvorsprung für Ihren Wettbewerbsvorteil.**

# Hauptplenum

9:00

## Auswirkungen der Finanzkrise auf den Sportkonsum

Die Finanzkrise hat die Welt bereits seit einiger Zeit fest im Griff. Die Zahlen über die Banken in Schieflage und die Konzerne am Rande der Insolvenz füllen immer noch regelmässig die Zeitungen. SPORT+MARKT hat dies zum Anlass genommen und in einer aktuellen Studie die Auswirkungen der Finanzkrise auf den Sportkonsum untersucht. Diese, in UK und Deutschland durchgeführte Studie, wird durch Marktdaten aus der Schweiz komplettiert. Welche Stellung hat der Sport gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten? Ist ein Stadionbesuch in Krisenzeiten zu teuer? Was sind die Tendenzen für 2010?

*Marcel Cordes, Vorstand SPORT+MARKT, Köln*

9:30

## Frauenfeld 2010

Das Eidgenössische Schwing- und Älplerfest ist das grösste 2-Tagessportevent der Schweiz. Weshalb steckt die Faszination auch die Sponsoren und Partner an? Welche Sponsoren-Plattformen und Hospitality-Möglichkeiten werden angeboten?

*Peter Beeler, OK ESAF 2010, Gaam Partner AG, Eschlikon*

### Anschliessende Diskussion:

*Gerold Schneider, Schweizer Verband der Raiffeisenbanken, St. Gallen*

*Andreas Bühler, Migros-Genossenschafts-Bund, Zürich*

*Ivo Frei, Feldschlösschen Getränke AG, Rheinfelden*

*Niina Eschmann, Axpo Holding AG, Zürich*

10:30

## Kaffeepause

11:00

## Ticketing, CRM, Access Control, Fancard & More ... – Was fordert der „Markt“ künftig von Sportvereinen, welche Potentiale ergeben sich daraus ?

Die Erwartungen der Fans an das Management ihres Vereins nehmen weiter zu. Es gilt, die damit neu entstehenden Anforderungen und Chancen zu nutzen – aber bitte „integriert“. Warum es immer wichtiger wird, seine Fans genau zu kennen? Wie sich die Wertschöpfungskette im Ticketing erweitern lässt? Welche Schlüsselrolle eine vernetzte Zutrittskontrolle einnehmen kann? Diese und weitere Aspekte einer modernen Gesamtlösung werden in dem Beitrag der CTS EVENTIM AG eingehend behandelt.

*Arndt Scheffler, VP Sales CTS EVENTIM AG, Managing Director CTS EVENTIM Sports, Hamburg*

11:45

## freestyle.ch goes Berlin!

Beim freestyle.ch Zürich beeindruckten die besten internationalen Snowboarder, FMX-Piloten, Skater und Freeskier jeweils 46.000 Besucher. Neu nutzt die Stadt Zürich freestyle.ch als Marketingplattform, was ein Hinweis auf die Bedeutung der Veranstaltung für die Region ist. Im Oktober 2009 sorgen freestyle.ch und Swatch mit freestyle.berlin erstmals dafür, dass auf dem Flughafen Berlin-Tempelhof wieder geflogen wird. Wo liegen die Herausforderungen bei der Internationalisierung eines Sportevents und eines „neuen“ Brands? Birgt die Erweiterung eine Konkurrenzgefahr oder können gar Synergien mit dem bestehenden Event genutzt werden? Wo liegen die Unterschiede im Sponsoring? Profitiert Swatch als Firstmover bei der Lancierung des neuen Events?

*Erwin Flury, Geschäftsführer FAF AG, Zürich*

12:30

## Mittagespause



# GRAND CASINO LUZERN



- Grand Jeu Casino\*
- Jackpot Casino\*
- Casineum/The Club
- Cocktail Bar
- Restaurant Olivo
- Seegarten/Catering
- Bankette/Kongresse
- Parking



## Unsere Bankettkapazitäten im Panoramasaal:

Konzert	550 Personen
Seminar	330 Personen
Bankett rund	400 Personen
Bankett eckig	450 Personen

Täglich geöffnet: 12 bis 04 Uhr · \*Mindestalter: 18 Jahre  
 \*Zutrittskontrolle: Pass, europ. ID, Führerschein  
 Eintritt: ab 16 Uhr CHF 10.– inkl. Lucky Chip CHF 5.–



GRAND  
  
 CASINO LUZERN

Haldenstrasse 6 · CH-6006 Luzern  
 Telefon 041 418 56 56 · [www.grandcasinoluzern.ch](http://www.grandcasinoluzern.ch)

# Hauptplenum

14:00

## COOP SKICROSS – Ein massgeschneidertes Sponsoringprodukt

Gemeinsame Produkt-Entwicklung von Verband und Sponsor als Alternative zum klassischen Sponsoring: Wie unterschiedliche Bedürfnisse unter einen Hut gebracht werden. Wie COOP SKICROSS erfolgreich Spitzen- mit Breitensport verbindet. Und welche Ziele Coop mit dem Engagement verfolgt.

*Stefan Brüttsch, Chef Marketing, Swiss-Ski, Bern*

*Matthias Kuratli, Leiter Kommunikation, Coop Verkaufsregion Bern*

14:45

## Erfolg um jeden Preis? Doping in Sport und Wirtschaft.

Weltklasse-Leistungen erfordern optimale medizinische Betreuung. Wo sind die Grenzen? Gibt es eine Mitschuld der Sponsoren an der Doping-Problematik?

*Dr. Med. Beat Villiger, Schweizer Paraplegiker-Zentrum, Nottwil*

15:30

## Schweinegrippe, Doping oder Unwetter: Können Schäden, die das Sponsoring betreffen, versichert werden?

Viele Ereignisse im Zusammenhang mit Veranstaltungen beeinflussen die Bereitschaft und Erwartungen von Sponsorenengagements negativ. Wieweit kann die Investitionsmotivation der Sponsoren über Versicherungslösungen gegen negative Einflüsse gefördert werden? Welche Möglichkeiten gibt es für den Ersatz der Sponsorengelder bei Annullierungen oder Verschiebungen von Events oder Teilen davon? Wie können Budgets inklusive Sponsorengelder der Veranstalter von Versicherern abgesichert werden?

*Reginald Aspinal, Vizedirektor, Leiter Spezialversicherungen, TSM Versicherungs-Gesellschaft, Zürich*

ca. 16:15

## Ende der Veranstaltung



# responsibility.forum

9:00

## Corporate Social Commitment (CSC): Vom Verantwortungsbewusstsein zum konkreten Handeln.

- Was ist CSC? Pure Menschenliebe oder gutes Unternehmertum?
- Wie wird gesellschaftliche Verantwortung in die Unternehmensziele eingebettet und in die Strategie und Unternehmenskultur durchgängig verankert?
- Womit ist anzufangen, welche Schritte müssen geplant und gesteuert werden?
- Wie werden interne und externe Akteure in CSC eingebunden?
- Wie bildet man ein CSC-Team in einem Unternehmen und welche Rollen übernehmen die Team-Mitglieder?
- Welche Unternehmen sind gute Vorbilder für erfolgreiches CSC?

*Stefanie Häberle, Geschäftsführende Inhaberin, Häberle Marketingkultur, Zürich*

9:45

## «Right To Play»

Die internationale humanitäre Organisation «Right To Play» nutzt weltweit Spiel- und Sportprogramme, um von Krieg, Armut und Krankheit betroffene Kinder zu stärken, ihre Gesundheit und Bildung zu fördern und ihre Lebensqualität nachhaltig zu verbessern. Welche Rolle spielen Testimonials für den Bekanntheitsgrad von «Right To Play» und den auf Sport und Spiel bauenden Programmen. «Right to Play» als Beispiel für die gesellschaftliche Bedeutung des Sports. Was können andere CSR-Projekte lernen?

*Andreas Wenzel, Managing Director, «Right To Play» Switzerland, Zürich*

10:30

## Kaffeepause

11:00

## «cool and clean» – eine Erfolgsgeschichte

Das grösste nationale Präventionsprogramm im Jugendsport, «cool and clean», erreicht bereits über 110.000 jugendliche Sportlerinnen und Sportler. Die Leiterin, Rita Bürgi-Ruhstaller, stellt ihr Programm kurz vor und zeigt mit Beispielen auf, wie ethische Anliegen und die Bedürfnisse der Jugendlichen für alle gewinnbringend kombiniert werden können.

*Rita Bürgi-Ruhstaller, Programmleiterin «cool and clean», Swiss Olympic, Bern*

11:45

## Mittagspause



presented by



Mit seiner Umweltplattform *ecosport.ch* engagiert sich Swiss Olympic am *responsibility.forum.schweiz 2009*, um die nachhaltige Entwicklung und Verbindlichkeiten im Schweizer Sport mit Stakeholdern aus Wirtschaft, Sport und Umwelt zu diskutieren und zu stärken. Die olympischen Werte und diese sieben Prinzipien der Ethik-Charta für den Schweizer Sport bilden die Grundlage dafür.

... *ecosport.ch* – damit Sie, der Sport und die Umwelt gewinnen!

Moderation: Janine Geigele, Moderatorin DRS1, Medienchefin Weltklasse Zürich

13:30

### Sportsponsoring: Payback dank Umweltengagement?

Die Plattform «ecosport.ch» definiert Umwelt-Empfehlungen für Sportveranstaltungen. In führenden Wirtschaftsunternehmen sind Umweltverträglichkeits- und Nachhaltigkeitsanstrengungen heute ein zentraler Teil der Unternehmensstrategie. Dies bietet auch im Sport-sponsoring neue Positionierungs- und Profilierungschancen. Doch wie weit muss, soll oder darf sich ein Sponsor für solche Anliegen einsetzen? Welche Richtlinien sind ökonomisch und ökologisch sinnvoll und wo sind Grenzen zu ziehen? In Input-Referaten stellen Vertreter aus Wirtschaft und Sport ihre Erfahrungen im eigenen Betrieb, aber auch in der Zusammenarbeit mit ihren Partnern vor.

#### Anschliessend Podiumsdiskussion mit den Referenten:

*Thomas Zimmermann, PostFinance, Sponsoringleiter*  
*Dominique Friedli, Zürcher Kantonalbank, Sponsoringleiter*  
*Michael Guggisberg, Swisscom Corporate Responsibility, Projektleiter*  
*Dany Gehrig, Swiss Olympic, Marketingleiter und Präsident Gigathlon*

15:00

### Kaffeepause

15:30

### Sponsoring-Akzente richtig setzen – der Nachhaltigkeits-Check

Setzen Sportsponsoren bei ihren Nachhaltigkeitsbemühungen die richtigen Akzente? Eine Umweltrelevanz-Analyse gibt darauf erste Antworten. Zunächst werden die aktuell grössten ökologischen Herausforderungen im Schweizer Sport aufgezeigt und erprobte Messinstrumente kurz vorgestellt. Anhand der Kriterien von «ecosport.ch» wird am Beispiel eines Sportevents ein einfacher Umweltcheck durchgeführt. Eine Matrix unterstützt Sportsponsoren und -veranstalter dabei, Prioritäten zu setzen und die richtigen Entscheide für künftige Engagements abzuleiten. Diskutiert wird zudem die Frage, inwiefern ein „Nachhaltigkeitslabel für Sportveranstaltungen“ in diesem Zusammenhang nützlich sein kann. Input-Referate und ein Kurzworkshop.

#### Anschliessend Podiumsdiskussion mit den Referenten:

*Damian Oettli, WWF Schweiz, Leiter One Planet Living*  
*Thomas von Burg, Credit Suisse, Leiter Privatkunden und OK-Präsident Bilac 2009*  
*Sebastian Tomczyk, sanu, Projektleiter Sport-, Freizeit- und Tourismusentwicklung*  
*Dominik Englert, lic. oec., Autor „Nachhaltigkeitslabel für Sportveranstaltungen“*

ca. 16:30

### Ende des Forums

16:45

### Auszeichnung *ecosport.ch* – Die besten Umweltmassnahmen 2009

*ecosport.ch* ist die nationale Umweltplattform für Sportveranstalter zur Verbesserung der Umweltperformance. Das Programm unter der Leitung von Swiss Olympic wird getragen von den Bundesämtern BAFU, BASPO, ARE und BFE. Jährlich vergibt *ecosport.ch* CHF 30.000.- Preisgeld für besonders gute Umweltmassnahmen von Sportveranstaltern. Im Rahmen des *sport.forum.schweiz* werden die besten Massnahmen 2009 vorgestellt und die nominierten Sportveranstalter persönlich ausgezeichnet.

# medien.forum

Moderation: Patrick Cotting, CCI COTTING CONSULTING AG, Zürich

9:00

## Neue Wege zu emotionalem Dialog und direkter Interaktion in der Sportkommunikation

Die Berner Agentur Yukawa Communications untersucht, inwiefern neue Konzepte und neue Medien geeignet sind, Partnern und Sponsoren Alternativen zur blossen Logopenetration aufzuzeigen. Dazu hat sich Yukawa intensiv inhaltlich und technisch mit den Themen Web TV und Communities auseinandergesetzt. Seit Juli 2009 produziert Yukawa gemeinsam mit dem Stade TV Team des BSC Young Boys eine interaktive Magazinsendung, die in dieser Art einzigartig ist, inhaltlich sanfte Ironie zulässt und Fans zum Dialog aufruft.

*Axel Post, Geschäftsführer, Yukawa Communications, Bern*

9:45

## «SF Sport on demand» als Teil der Multiplattform-Strategie von SF Schweizer Fernsehen

Live-Sport gehört zu den erfolgreichsten Sendeinhalten der klassischen, linearen TV-Programme. In den letzten Jahren haben sich aber auch „Sportinhalte auf Abruf“ immer stärker etabliert. Das Schweizer Fernsehen (SF) gehört dabei in der Deutschschweiz zu den Marktleadern. SF legt dafür seine Strategie dar und gibt einen Einblick in die Nutzungszahlen.

*Walter Bachmann, Leiter Multimediazentrum, Schweizer Fernsehen, Zürich*

*Roland Schneider, Leiter Multimedia Sportredaktion, Schweizer Fernsehen, Zürich*

10:30

## Kaffeepause

11:00

## Kampf um Sendeplätze & Rechte im Fernsehen

Sport + Sponsoren wollen maximale TV-Präsenz. Werbeeinnahmen versiegen. Welche Sendeplätze sind wie refinanzierbar? Welche Sportformate haben Zukunft? Gibt es neue Konzepte und Formen für Radio und Fernseh-sponsoring?

*Pascal Jenny, Direktor Arosa Tourismus, Delegierter des VR Schweizer Sportfernsehen, Arosa*

*Mike Gut, Geschäftsführer ProSieben Schweiz und Sat.1 Schweiz AG, Zürich*

*Urs Leutert, Abteilungsleiter Sport, SF Schweizer Fernsehen, Zürich*

*Marie-Francoise Ruesch, CEO, www.Wilmaa.com, Gartenhof Medien GmbH, Zürich*

*Jaqueline Sasse, Head of Radio & Sponsoring, IP Multimedia (Schweiz) AG, Zürich*

12:30

## Mittagspause

14:00

## Sponsoring & Online am Beispiel Wintersport

Wie können interaktive Konzepte in das Sponsoring eingebunden werden?

Onlinesponsoring & -werbung – CPM, CPC, CPO... aktuelle Trends und Formate des Onlinesponsorings.

*Jaron Schächter, Geschäftsführer, XnX GmbH, Münster*

14:30

## Online-Aktivierung von Sponsorings: Communities, Web-Channels, Promotions

Sponsorings richten sich häufig an junge Zielgruppen. Deren wichtigstes Medium ist das Internet. Wie schaffen es Sponsoren, mit ihrer Zielgruppe in einen Dialog zu treten und ihr Engagement online zu multiplizieren und zu vertiefen?

*Dr. Caspar Coppetti, Chief Strategy Officer, Young & Rubicam Gruppe, Zürich*

15:00

## Der Verein zum Anfassen: Interaktive Fan-Kommunikation wird ein Schlüssel zum Erfolg

Durch die „Neuen Medien“ und der anstehenden Konvergenz der Kommunikation bieten sich Vereinen und Verbänden neue Erlösquellen, die grosses Potential haben. Das BVB FAN FON zum Beispiel bildet die Grundlage der Kommunikation zwischen Fan und Verein, ist exakt auf den Fan zugeschnitten und hält ihn permanent auf dem neuesten Stand der Dinge. Zukünftige Erweiterungen mit Merchandising, Ticketing und Eingangskontrolle, integriert mit dem bestehenden CRM (Customer Relationship Management) System, werden weitere, für den Fan personalisierte Angebote ermöglichen.

*Mario Leo, Geschäftsführer, Result Consulting GmbH, München*

ca. 16:00

## Ende des Forums



Die **Sportverlag Europa Medien AG** in Zürich ist der Spezialist für Sport-Printprodukte. Vertraut im Umgang mit Vereinen und Verbänden produziert der Sportverlag für die Schweizer Fussball-Liga, die Deutsche Fussball-Bundesliga, den Grasshopper Club Zürich und den Jahr-Verlag verschiedenste Magazine, Bücher und Kalender. Nebst dem gibt der Sportverlag mit EuroSoccer das grösste Fussballmagazin der Schweiz heraus. Die hohe Produktqualität überzeugen Leser wie Auftraggeber. Der Sportverlag erstellt ganzheitliche Kommunikationskonzepte und produziert mehrsprachig. Er verfügt über ein breites Beziehungsnetz zu Sportlern und kann auf ein umfassendes Netzwerk zurückgreifen, das der inhaltlichen Qualität zugute kommt. Mehr Informationen finden Sie unter [www.sportverlageuropa.com](http://www.sportverlageuropa.com)



**EXPODATA** mit einer Gesamtauflage (Schweiz und Deutschland) von 10.000 Exemplaren monatlich ist die internationale Fachzeitschrift für Brandexperience/Messen/Events/Design. Sie deckt mit 10 Ausgaben inklusive der Flaggschiffe Jahrbuch Messen+Events und STYLE das Informationsbedürfnis von Marketing- und Brandmanagern ab, die sich für alle Belange rund um das Messe- und Event-Marketing interessieren. Expodata berichtet aktuell über gewesene und bevorstehende Messeveranstaltungen, untersucht kritisch Fair-Trends und Entwicklungen im nationalen und internationalen Messebereich und liefert nützliche Hinweise über Lieferanten und Dienstleistungsfirmen im Zusammenhang mit dem nationalen und internationalen Messe- und Eventwesen. Zur Leserschaft zählen messebesuchende respektive ausstellende Kreise aus Wirtschaft, Wissenschaft, Industrie, Politik und Gesellschaft. Zusatzleistungen: Jahrbuch Messen+Events, STYLE, [www.expodata.ch](http://www.expodata.ch), KünzlerBachmann Medien AG, erscheint 10 Mal jährlich.



**Sponsoring Extra** ist die einzige Fachzeitschrift im Sponsoring- und Eventmarkt Schweiz. Sie erhalten „Sponsoring Extra“ im Jahresabonnement (12 Ausgaben) für nur CHF 219.-. Bestellen Sie jetzt Ihre Probenummer! Telefon: 033 654 37 12, [info@sponsoringextra.ch](mailto:info@sponsoringextra.ch), [www.sponsoringextra.ch](http://www.sponsoringextra.ch)



**SPONSORS** ist das Fachmedium der deutschsprachigen Sportbusiness-Branche. Seit der ersten Ausgabe des SPONSORS MAGAZIN im Februar 1996 begleiten wir als kritischer und eigenständiger Informationsdienstler die Protagonisten dieses Marktes. Doch nicht nur unser Magazin und regelmässige Sonderpublikationen sondern auch unsere hochwertige Internetpräsenz hat sich als unentbehrliche Informations- und Serviceplattform für die Branche etabliert. Wir bieten im Rahmen unseres Online-Auftritts

- SPONSORS ONLINE-NEWS mit hochaktuellen Meldungen
- SPONSORS ARCHIV inkl. der kompletten SPONSORS Berichterstattung seit 1996 optimal für Sie aufbereitet
- SPONSORS NEWSLETTER (3-mal/Woche) und Sondernewsletter
- Service-Seiten wie Agenturfinder mit detaillierten Informationen zu mehr als 300 Agenturen aus der Sportbusiness-Branche

Darüber hinaus hat sich SPONSORS als Organisator zahlreicher hochwertiger Kongresse zu Themen aus dem gesamten Spektrum des Sport-

business etabliert. SPONSORS Kongresse bieten Ihnen durch hochkarätige Redner und topbesetzte Diskussionsrunden Wissenstransfer auf hohem Niveau und sind eine optimale Plattform für professionelles Networking. SPONSORS organisiert

- zusammen mit der ESB den ISPO SpoBiS (grösster Branchentreff Europas mit mehr als 1.500 Teilnehmern und über 170 Referenten)
- das SPONSORS Medienforum
- das SPONSORS Clubmanagerforum
- das SPONSORS Sportstättenforum

Kontakt: SPONSORS Marketing, Kerstin Krug, Tel. +49/221/9129970, [krug@sponsors.de](mailto:krug@sponsors.de), [www.sponsors.de](http://www.sponsors.de)



**EUROSPORT** ist die führende Sport-Entertainment Gruppe in Europa und klare Nr. 1 in der internationalen Sportberichterstattung. Rund 300 Millionen Zuschauer in 59 Ländern empfangen die Programme von Eurosport und Eurosport2. Im Mai 2008 startete das Unternehmen mit Eurosport HD einen HD-Simulcast von Eurosport, der inzwischen ebenfalls europaweit verbreitet ist. Eurosport sendet seine Programme nicht nur in 20 verschiedenen Sprachversionen, sondern ist auch in der Produktion und Vermarktung von Sportevents wie der FIA WTCC, der FEI Global Champions Tour oder der Intercontinental Rally Challenge IRC eine wichtige Grösse im Sportbusiness. Dank der Integration von TV-Bildern und LIVE-News auf das Internetportal [eurosport.com](http://eurosport.com) und der Allianz mit Yahoo! ist eurosport. [yahoo.com](http://yahoo.com) mit monatlich bis zu 9,9 Mio. Besuchern das führende Sportportal in Europa. Bei Eurosport mobil können sich Nutzer in acht Sprachen informieren und das Programm in Live-Streams verfolgen. Eurosport ist eine 100%ige Tochter der TF1-Gruppe mit Hauptsitz in Paris und 13 Büros weltweit, darunter in Baden/Zürich. Kontakt: [zurich@eurosport.com](mailto:zurich@eurosport.com), +41(0) 56 202 30 90, [www.eurosport.ch](http://www.eurosport.ch)



**MK Marketing & Kommunikation**

ist die wichtigste Publikation der Marketing- und Kommunikationsbranche. Sie verbindet die einzelnen Bereiche der Marktbearbeitung mit einem Gesamtbild der integrierten Kommunikation. Das redaktionelle Konzept fokussiert längerfristige Entwicklungstendenzen und praktischen Nutzen. Offizielles Organ der folgenden Verbände: Schweizer Werbung SW, Swiss Marketing SMC, Schweizer Direktmarketing Verband SDV, Schweizer Werbe-Auftraggeberverband SWA, Schweizer Franchise Verband und Promoswiss. Zusatzleistungen: Jahrbuch Marketingkommunikation, Jahrbuch CRM, Dossiers zu Spezialthemen, wöchentlicher Newsletter MK-Flash, Rheintaler Druckerei und Verlag AG, erscheint monatlich, verkaufte Auflage: 6.199 Exemplare, Gratisauflage: 1.109 Exemplare, Druckauflage: 9.000 Exemplare, [www.m-k.ch](http://www.m-k.ch)



**bluetrac AG** definiert seine Kernkompetenz an den vielfältigen Bereichen der Eventtechnik und

realisiert Projekte mit konzeptionellem Erfolg jederzeit in technischer Perfektion. Als reiner Zulieferer einer breiten Palette der Eventtechnik einerseits, als kreativer Geschäftspartner der jegliche Formen von Events, Präsentationen, Messen, Ausstellungen und Kongresse von Unternehmen unterschiedlicher Grösse umsetzt, andererseits. Mehr Informationen finden Sie unter [www.bluetrac.ch](http://www.bluetrac.ch)

Das **sport.forum.schweiz 2009** findet am 17./18. November 2009 im Grand Casino Luzern und Hotel Schweizerhof Luzern \*\*\*\*\* statt.

Zum zweiten Mal werden in diesem Jahr das **medien.forum.schweiz** und **responsibility.forum.schweiz** als Parallelveranstaltungen zum **sport.forum.schweiz** durchgeführt. Der Kongress beginnt mit dem Hauptplenum und teilt sich am Nachmittag in die Foren «Sponsoring mit kleinem Etat» und «Exklusive Sportarten – exklusive Plattformen» auf. Zur «Schweizerhof Sports Night 2009» am 17.11.2009 trifft sich das „Who is Who“ der Sportbusiness-Branche Schweiz.

**Bitte senden Sie uns Ihr Anmeldeformular per Fax an +41-(0)71 223 78 87 oder melden Sie sich unter [www.sportforumschweiz.ch](http://www.sportforumschweiz.ch) an.**

Ich melde mich gemäss Ihren Bedingungen zur Teilnahme am **sport.forum.schweiz 2009** an.  
(Bitte die gewünschte Option ankreuzen!)

**Option 1:**

2 Tage / 17. + 18.11.09  
CHF 1.690,- zzgl. MwSt.  
beinhaltet:  
 sport.forum  
 responsibility.forum  
 medien.forum  
 1 Übernachtung  
 2 Mittagessen  
 Pausengetränke  
 Teilnahme Sports Night

**Option 2:**

1 Tag / 17.11.09  
CHF 990,- zzgl. MwSt.  
beinhaltet:  
 sport.forum  
 responsibility.forum  
 1 Mittagessen  
 Pausengetränke  
 Teilnahme Sports Night

**Option 3:**

1 Tag / 18.11.09  
CHF 890,- zzgl. MwSt.  
beinhaltet:  
 sport.forum  
 medien.forum  
 1 Mittagessen  
 Pausengetränke

Ich bin offizieller Vertreter eines im **Swiss Olympic** organisierten Vereins und dokumentiere dies mit beiliegendem **Funktionärsausweis**. (Bitte die gewünschte Option ankreuzen!)

**Option 1 Swiss Olympic:**

2 Tage / 17. + 18.11.09  
CHF 1.190,- zzgl. MwSt.  
beinhaltet: siehe oben

**Option 2 Swiss Olympic:**

1 Tag / 17.11.09  
CHF 790,- zzgl. MwSt.  
beinhaltet: siehe oben

**Option 3 Swiss Olympic:**

1 Tag / 18.11.09  
CHF 690,- zzgl. MwSt.  
beinhaltet: siehe oben

Als Besucher der **Option 1** oder **Option 2** melde ich mich hiermit verbindlich für folgendes Forum an:

- Forum 1: Sponsoring mit kleinem Etat**  
 **Forum 2: Exklusive Sportarten – exklusive Plattformen**

Ich benötige **keine Übernachtung** und erhalte auf Option 1 eine Reduktion von CHF 200,-.

Name: \_\_\_\_\_ Vorname: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

Strasse: \_\_\_\_\_ PLZ, Ort: \_\_\_\_\_

Rechnungsadresse (falls abweichend): \_\_\_\_\_

Telefon: \_\_\_\_\_ Telefax: \_\_\_\_\_

E-Mail-Adresse: \_\_\_\_\_

Datum: \_\_\_\_\_ Unterschrift: \_\_\_\_\_

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



## Veranstalter



## Teilnahmegebühr

<b>Option 1:</b>	CHF 1.690,- zzgl. MwSt.
<b>Option 2:</b>	CHF 990,- zzgl. MwSt.
<b>Option 3:</b>	CHF 890,- zzgl. MwSt.

## Sonderkonditionen für Vereine und Verbände

Um dem organisierten Schweizer Sport die Teilnahme am **sport.forum.schweiz 2009** zu erleichtern, sponsern AMAG, Axpo, CTS Eventim, Ochsner Sport, SPORT+MARKT und die Swiss Olympic Association alle Manager und Funktionäre in Verbänden und Vereinen aus der gesamten Schweiz. Bitte nutzen Sie dazu die Anmelde-Option Swiss Olympic!

## Anmeldung

Erfolgt durch den nebenstehenden Anmeldeatol. Mit dem Eingang der Anmeldung entsteht ein rechtsgültiger Vertrag. Die Anmeldebestätigung geht Ihnen in Form einer Rechnung zu und ist innerhalb von 8 Tagen nach Rechnungslegung zahlbar. Für allfällige Programmänderungen oder Druckfehler übernimmt der Veranstalter keine Haftung.

## Abmeldung

Bei Abmeldung (schriftlich) bis zu einer Woche vor Kongressbeginn werden 50% der Teilnahmegebühr berechnet – zu einem späteren Zeitpunkt die gesamte Teilnahmegebühr. Bei rechtzeitiger Nennung eines Ersatzteilnehmers entfällt die Stornogebühr.

## Veranstaltungsort

Grand Casino Luzern  
Haldenstrasse 6  
CH-6006 Luzern  
Tel. +41(0)41 418 56 56, Fax 418 56 55



Hotel Schweizerhof Luzern  
Schweizerhofquai  
CH-6002 Luzern  
Tel. +41(0)41 410 04 10, Fax 410 29 71

