PROGRAMM HAUPTBÜHNE

08.30 Check In und Begrüssungskaffee

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

09.15 Eine 1. Bilanz zur Raiffeisen Super League

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

Knut Hackbarth, COO, management tools media, Beckenried
Oliver Plauschinat, Mitglied der Geschäftsleitung, Pressrelations, Düsseldorf

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

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

Oliver Niedermann, Bereichsleiter Sponsoring & Events, Raiffeisen Schweiz, St. Gallen
Claudius Schäfer, CEO, Swiss Football League
Philip Newald, Vorstandsvorsitzender, Österreichische Sportwetten Gesellschaft, Wien

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

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

Urs Wyss, CMO, Ticketcorner, Rümlang

11.00 Kaffeepause

11.30 Milka: Eine Wintersport-Sponsoring Erfolgsgeschichte

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

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

12.00 The Risk of Sponsoring Events

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

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

Knut Hackbarth

Oliver Plauschinat

Oliver Niedermann

Claudius Schäfer

Philip Newald

Urs Wyss

Andreas Gollhofer

Morten Therkildsen