13./14. April 2016 // Interlaken

360° ENTERTAINMENT

TRENDS

MARKETING

INFRASTRUKTUR

Premium Partner

bluetrac EVENTTECHNIK

Destinations Partner

interlaken Thunersee – Brienzersee

Veranstalter

ESB MARKETING NETZWERK

ticketcorner.ch

360° ENTERTAINMENT

PREMIERE: 360° ENTERTAINMENT
TRENDS. MARKETING. INFRASTRUKTUR.

Sehr geehrte Damen und Herren

Die Live Entertainment-Branche ist in Bewegung – national wie international!

Bei der Premiere des Kongresses 360° ENTERTAINMENT berichten Veranstalter, Sponsoren, Venue-Betreiber, Dienstleister, Vermarkter, Künstler und Medien aus erster Hand über aktuelle Trends und Entwicklungen der Schweizer und internationalen Live Entertainment-Branche.

Ein Überangebot an Acts, steigende Gagen und höhere Kosten für die Produktion sowie die schwierigere Vermarktung von Events sind wichtige Herausforderungen der Branche. Dazu kommen gesellschaftliche Entwicklungen mit Einfluss auf das Kommunikations- und Kaufverhalten der Besucher, aber auch wirtschaftliche und gesetzliche Veränderungen mit Auswirkungen auf das Sponsoring und das Hospitality-Geschäft.

Die Veranstalter ESB Marketing Netzwerk AG und Ticketcorner AG haben mit 360° ENTERTAINMENT eine Plattform geschaffen, die ein jährlicher Pflichttermin für die Branche werden soll. Die zahlreichen in Interlaken beherbergten Top-Events beweisen, dass diese Stadt den optimalen Rahmen dafür bietet. Als Ausklang des ersten Kongresstages ist das Branchen-Get-together eine einmalige Möglichkeit zum Networking. Im Rahmen der Breakfast-Session am zweiten Kongresstag werden neue Trends aufgezeigt.

Ein besonderer Dank gilt den Partnern, die bereits bei der Erstveranstaltung die Idee unterstützen. Dies sind: Bluetrac, Interlaken Tourismus, ARGUS Media Based Intelligence, Coca-Cola Schweiz, Raiffeisen, Netzwerk für Sicherheit und TIT-PIT. Des Weiteren gilt der besondere Dank den Referenten und Teilnehmern, die zum Gelingen der Kongress-Premiere beitragen.

Wir freuen uns auf einen interessanten Kongress mit vielen Kontakten und spannenden Diskussionen.

Herzlich Willkommen zu 360° ENTERTAINMENT!

Hans-Willy Brockes,
CEO ESB Marketing Netzwerk AG

Andreas Angehrn,
CEO Ticketcorner AG

VERANSTALTER

1994 wurde die ESB als Europäische Sponsoring-Börse gegründet. 2014 umbenannt in ESB Marketing Netzwerk ist sie Marktführer für Know-how und Kontakte im professionellen und semiprofessionellen Markt für Sport, Entertainment & Marketing. Sie bietet ihren Mitgliedern umfangreiches Know-how, branchenrelevante Kommunikationsmöglichkeiten, einen individuell abgestimmten Support sowie zahlreiche Kontaktmöglichkeiten. Dabei fördert die ESB gezielt Kooperationen und Geschäftskontakte für neues Business.
www.esb-online.com

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

AUF DER BÜHNE

Damit Vorstellungen zu

Vorstellungen werden

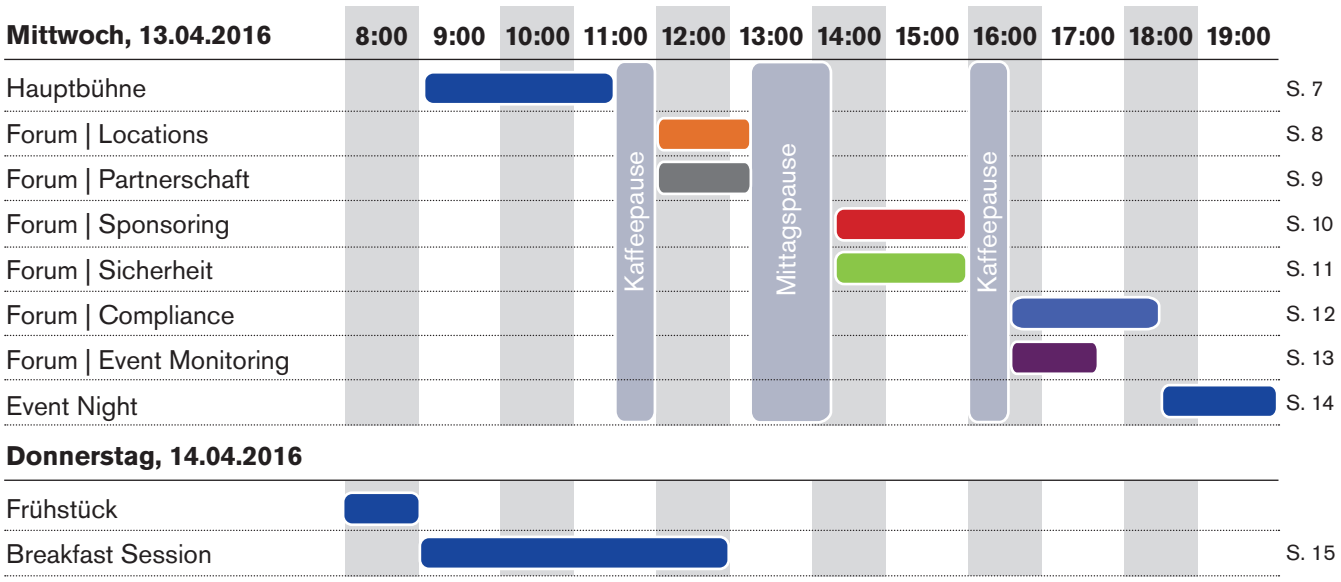
bluetrac
EVENTTECHNIK

www.bluetrac.ch

ÜBERSICHT

LINDNER GRAND HOTEL BEAU RIVAGE

Check-In ab 08:30



PARTNER

PREMIUM PARTNER

bluetrac EVENTTECHNIK

DESTINATIONS PARTNER

interlaken Thunersee – Brienzersee

FOREN PARTNER

ARGUS Media Based Intelligence

Coca-Cola

RAIFFEISEN

S3 Bildungszentrum für Sicherheit, Safety und Sozialkompetenz www.s-hoch3.ch

tit-pit GmbH organisation

LEISTUNGS PARTNER

balleristo ein Produkt der BVD Druck+Verlag AG

floor-graphic.de

NESCAFÉ Milano

patide® die Eventtischdecke

MEDIEN PARTNER

ticketcorner event.

Handelszeitung

persönlich

SPONSORING extra

balleristo, Ihr Spezialist für individuell bedruckte Sportartikel!

balleristo
ein Produkt der BVD Druck+Verlag AG

Dank einzigartiger Drucktechnologie, gepaart mit modernstem Shop-System, ist es möglich, 3D-Objekte effizient und kostengünstig, **ab Auflage** 1 zu Personalisieren.

balleristo on the Road!

Verleihen Sie Ihrem Event einen persönlichen Charakter und nutzen Sie die einmalige Möglichkeit unserer **«mobilen Balldruckmaschine»**. balleristo wird bei Ihrem Event vor Ort, nach Ihren Wünschen und Vorgaben, Bälle für die Eventbesucher individuell bedrucken. Der Druckprozess und das personalisierte Produkt wird bei den Besucher einen bleibenden Eindruck hinterlassen. Verlangen Sie weitere detaillierte Informationen und ein unverbindliches Angebot für diese Weltneuheit.

Sortiment von balleristo:

- Fussball
- Beachvolleyball
- Volleyball
- Schienbeinschoner

Jetzt balleristo zum Sonderpreis testen:

Gutscheincode im Wert von

CHF 20.–/€ 20.–

Rabattcode:

360entertainement2016

Gültig bis 30. April 2016
einlösbar unter www.balleristo.com oder www.balleristo.eu

Bleiben Sie am Ball....

BVD Druck+Verlag AG
Landstrasse 153
9494 Schaan

+423 791 18 58
info@balleristo.com
www.balleristo.com

Ihr Kontakt:
Herr Reto Knecht

HAUPTBÜHNE

13. April 2016 // Saal „La Belle Epoque"

HAUPTBÜHNE

09:00 **Begrüssung durch die Veranstalter**

Andreas Angehrn, CEO, Ticketcorner

Hans-Willy Brockes, CEO, ESB Marketing Netzwerk

Vom Megatrend zum Zukunftsevent

Megatrends sind die Blockbuster des Wandels. Sie krempeln jeden Bereich der Gesellschaft und Wirtschaft um – auch die Veranstaltungsbranche. Der Megatrend Konnektivität nährt den Hunger nach Wirklichkeitserfahrung. Analog ist das neue Bio. Nie war die Sehnsucht nach sinnstiftenden Gemeinschaftserfahrungen grösser. Die Zuschauer wollen Teil von etwas Grösserem sein.

Andreas Steinle, Geschäftsführer, Zukunftsinstitut

Miteinander statt gegeneinander?!

Die „Swiss Stadia + Arena Association" wurde im Nov. 2015 gegründet, um als gemeinsame Interessenvertretung der Venues mit Kapazitäten ab 1'500 Personen und professionellem Event-Betriebsorganisation aufzutreten. Was sind die Ziele? Wo sind die Grenzen der Zusammenarbeit?

Felix Frei, VSSA Vereinigung Schweizerischer Stadien und Arenen & Direktor / CEO, Hallenstadion Zürich

Konzert-Branche in Bewegung: Ein Update

Der internationale Musikmarkt stellt sich – nicht zuletzt aufgrund neuer Geschäftsmodelle – völlig neu auf. Welche Player sind zu beachten? Was bedeutet das für die Schweiz mit heute über 1'500 jährlichen Konzertveranstaltungen und den deutschsprachigen Raum?

Detlef Kornett, Vorstand Marketing & International Business Affairs, DEAG Entertainment

Entertainment-Markt Schweiz: Entwicklungen und Rezepte | Diskussion

Das Unterhaltungsangebot ist riesig, der Markt übersättigt und der Konkurrenzkampf ist auch ein Preiskampf. Wer sind die Gewinner, wer die Verlierer? Wohin geht die Reise, was sind die Erfolgsrezepte? Fünf profilierte Veranstalter kreuzen die Klingen.

Moderation: **Reto Caviezel**, CEO, Carré Event

Detlef Kornett, Vorstand Marketing & International Business Affairs, DEAG Entertainment

Freddy Burger, CEO & Inhaber, FBM Group

Philippe Cornu, Mitinhaber, wildpony

Hanswalter Huggler, CEO, Impact Music

11:30 **Kaffeepause**

LOCATIONS

13. April 2016 // Saal „La Belle Epoque"

BEDÜRFNISGERECHTE ARENA

Die **TIT-PIT** GmbH ist eine national tätige Unternehmung, die eine führende Position in den Bereichen Eventorganisation, Eventlogistik, Vermarktung und Promotion einnimmt. Über 40 Vollzeitmitarbeitende und 450 Teilzeitangestellte machen jeden Tag Konsumenten und Kunden glücklich. eventorganisation, sponsoringHOUSE, eventmietservice, comhouse und preisdruck sind Units der TIT-PIT Gruppe. Der Bereich Eventmietservice bietet eines der grössten Angebote an erstklassigem Mietmaterial der Schweiz, inklusive exzellentem Logistikservice. **www.titpit.ch | www.eventmietservice.ch**

12:00 **Future Entertainment Venues – international trends and prospects**

To be marketable venue operators have to invest in their facilities, not just for the fans but also the hirers and sponsors. Backstage or front-of-house? Which investments are essential for future venue success? Where are the best/easy wins and ROI for venue investments?

Ian Nuttall, CEO, Xperiology (The LEVEL Summit) UK

Nachfrage vs. Angebot für Entertainment-Locations | Diskussion

Welche Kapazitäten und Infrastruktur fragen Veranstalter (in der Zukunft) nach? Was sind die Besucher-Bedürfnisse? Lohnen sich Investitionen in Digitalisierung und Convenience?

Felix Frei, Direktor / CEO, Hallenstadion Zürich

Hans-Ueli Lehmann, Betreiber, eventpark c/o Lehmann riverside

Thomas Kastl, Geschäftsführer, St. Jakobshalle Basel

13:15 **Mittagspause**

eventpark

Konzerte, Kongresse, Corporate Events | Für 50 bis zu 5'000 Personen | Eröffnung: Ende 2016

eventpark Zürich | +41 43 500 92 92 | info@eventpark.ch | www.eventpark.ch

PARTNERSCHAFT

13. April 2016 // Raum „Jungfrau"

PARTNERSCHAFTSMODELLE

RAIFFEISEN

Die Raiffeisen Gruppe ist die führende Schweizer Retailbank und besitzt eine hervorragende regionale und lokale Verankerung. Als genossenschaftliche Bank bietet sie ihren über 1,8 Millionen Mitgliedern mit MemberPlus ein freizeitorientiertes Kundenbindungsprogramm, in welchem Konzerte & Events eine zentrale Rolle spielen. Nebst den Mitgliedern sollen insbesondere auch die Veranstalter von diesem Engagement profitieren. Eines der erklärten Ziele ist es, durch «vollere Eventlocations» sowie Berichte und Hintergrundstorys die Attraktivität der Events zu steigern. **www.raiffeisen.ch | www.raiffeisen.ch/memberplus**

Moderation

Hans-Willy Brockes, CEO, ESB Marketing Netzwerk

12:00 **Entertainment als Kundenmehrwert: Kundenbindungsprogramm «MemberPlus» von Raiffeisen**

Im Kundenbindungsprogramm «MemberPlus» bietet Raiffeisen Tickets mit Preisvorteilen ihren 1,8 Mio. Mitgliedern an. Nebst der Vermarktung über den Preisvorteil sieht Raiffeisen Potenzial, den Mehrwert über Inhalte zu den mit Emotionen geprägten Veranstaltungen anzureichern. Mit Hintergrundstorys, Videos und Interviews sollen die Events eine noch grössere Anziehungskraft ausüben.

Oliver Niedermann, Leiter Marketing, Raiffeisen Schweiz

Cashless Payment am Beispiel Openair St.Gallen

Cyrill Stadler, Vizepräsident & CFO, OpenAir St.Gallen

Vom Sponsorship zum Partnership | Diskussion

Mehrwerte, Nachhaltigkeit und Messbarkeit sind Inhalte von Partnerschaften im Sinne des Sponsoring 2.0. Welche Chancen eröffnen sich? Was bedeutet das für Preis/Leistungs-Verhältnisse von Partnerships? Welche Innovationen lassen technologische Möglichkeiten erwarten?

Oliver Niedermann, Leiter Marketing, Raiffeisen Schweiz
Cyrill Stadler, Vizepräsident & CFO, OpenAir St.Gallen
Martin Koch, Leiter Sponsoring & Events, Migros-Genossenschafts-Bund

13:15 **Mittagspause**

SPONSORING

13. April 2016 // Saal „La Belle Epoque"

SPONSORING

Coca-Cola in der Schweiz – Seit 1936 produziert Coca-Cola für die Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten vor Ort und beschäftigt dadurch rund 900 Mitarbeitende in der Schweiz. Coca-Cola ist der führende Hersteller alkoholfreier Getränke und bietet eine breite Palette alkoholfreier Getränke mit und ohne Kalorien an. Neben diversen Engagements im Bereich des aktiven Lebensstils steht die Nachwuchsförderung im Fokus: Als weltweit einmaliges Projekt veranstaltet Coca-Cola seit 2005 alljährlich den MyCokeMusic.ch Soundcheck, ein Bandwettbewerb für ambitionierte Schweizer Musiktalente. Bis heute nahmen über 3'000 Bands und Einzelinterpreten die Möglichkeit wahr, ihr Können einem breiten Publikum zu präsentieren. **www.coca-cola.ch**

Moderation

Hans-Willy Brockes, CEO, ESB Marketing Netzwerk

14:15 **Live Music Sponsorship: Von Marken noch zu wenig beachtet!**

Rund 2,9 Mrd. Euro investierten Unternehmen im vergangenen Jahr weltweit ins Musiksponsoring. Besonders die Getränkehersteller dominieren mit einem Anteil von 42 Prozent. Das Sponsoringpotenzial ist aber noch lange nicht ausgeschöpft: Wie können auch andere Marken die emotionale Strahlkraft von Musikevents nutzen? Wie entsteht aus Festival-Sponsoring eine 365-Tage-Kommunikation mit einer für Sponsoren spannenden und begeisterungsfähigen Zielgruppe?

Andreas Ullmann, Vice President Consulting & Business Development, Repucom

AMAG Sponsoring-Strategie: Fokus statt Giesskanne

Die Sponsoring Strategie im AMAG Markenportfolio umfasst sowohl Sport, wie auch Kultur, Wirtschaft- und Sozialsponsoring. In den letzten Jahren wurden diese Engagments konsequent auf das jeweilige Fokusthema pro Werksmarke und die Gruppenstrategie ausgerichtet und fokussiert. Events, Hospitalityplattformen und der Einsatz von Markenbotschaftern wurden ebenfalls einer eingehenden Analyse unterzogen. Welche Bedeutung hat LIVE-Entertainment für die Marken aus dem AMAG Portfolio?

Philipp Wetzel, Group Marketing Director, AMAG Automobil und Motoren

MyCokeMusic.ch Soundcheck – Nachwuchsförderung: Zielgruppe Teenager | Intro

Matthias Schneider, Leiter Unternehmenskommunikation, Coca-Cola Schweiz

„Schlechte Zeiten – Gute Zeiten" im Sponsoring? | Diskussion

Wie attraktiv ist Musik und Entertainment als Sponsoring-Objekt? Lassen sich Absatz-, Image- und Kundenbindungsziele damit erreichen? Unternehmen setzen zunehmend auf Content-Marketing-Strategien: Was bedeutet das für Veranstalter und Rechteinhaber?

Mike Schälchli, Geschäftsführer, TIT-PIT & Veranstalter, Open Air Gampel

Matthias Schneider, Leiter Unternehmenskommunikation, Coca-Cola Schweiz

Philipp Wetzel, Group Marketing Director, AMAG Automobil und Motoren

16:00 **Kaffeepause**

DIE NÄCHSTEN **ESB KONGRESSE**

Für ESB Partner inklusive

FRAU & MARKE

21. APRIL 2016, STUTTGART

NAMING RIGHT SUMMIT

JUNI 2016, FRANKFURT

SCHWEIZER MARKENKONGRESS

23. JUNI 2016, ZÜRICH

Als ESB Partner profitieren und kostenlos dabei sein! Die ESB öffnet Türen und schafft Mehrwerte für Ihr Business.
Kontakt: Fabian Weber | weber@esb-online.com | Tel. +41 71 223 78 82 | www. esb-online.com

ESB MARKETING NETZWERK

SICHERHEIT

13. April 2016 // Raum „Jungfrau"

SICHERE VERANSTALTUNG

Das Event-Netzwerk für rundum sichere Events: Ist mein Event sicher? Veranstalter müssen sich immer stärker, professioneller und mit einem 360°-Blick um die Sicherheit ihrer Gäste, Künstler und Partner kümmern. Die drei Unternehmen safeevent, EGIDAS und S-Hoch 3 bilden ein Netzwerk für Eventsicherheit. Die S-Hoch 3 als Kompetenzzentrum für Aus- und Weiterbildungen im Sicherheitsbereich, safeevent als Spezialistin für Crowd Management und Sicherheitskonzepte und die EGIDAS in der operativen Umsetzung. Veranstalter profitieren von der Konzepterstellung über die individuelle Ausbildung bis zur operativen Umsetzung – alles aus einer Hand. **www.s-hoch3.ch**

Moderation

Andreas Mestka, BA Crowd and Safety Management / Geschäftsführer, S-HOCH 3

14:15 ### Wie und wo kauft man Sicherheit sicher ein?

Die Sicherheit des eigenen Events liegt jedem Veranstalter am Herzen. Angewiesen ist man dabei in der Regel auf externe Anbieter. Wie kann ich als Veranstalter dem Sicherheitsdienstleister vertrauen? Welche Punkte und Vorschriften gibt es zu beachten? An welche Richtlinien müssen sich Sicherheitsfirmen halten?

Michael Götte, Präsident, Verband der Ostschweizerischen Sicherheits-Unternehmen (VOSU)

Sicherheitsanalyse aus der Sicht des Veranstalters und der Location

Welche Bedrohungen mit welcher Eintrittswahrscheinlichkeit und welchem Schadenspotenzial gibt es in einer Location wie der ESPRIT Arena? Wie werden die Gefährdungen beurteilt? Ein Einblick in das Risikomanagement und Sicherheitskonzept der ESPRIT Arena.

Ralf Zimme, Leiter Sicherheitsmanagement, Düsseldorf Congress Sport & Event und ESPRIT arena

How to protect events against terrorism and other „new dangers"

After the cruel assassinations in Paris we know, that live-events are on target lists for terrorists. Which different possibilities are there to protect events from this danger? How safe can events be? Which other threats endanger public events?

Garth West, Counter Terrorism Security Adviser, National Counter Terrorism Security Office (NaCTSO)

Show must go on? Oder Absage/Abbruch? | Diskussion

Die Frage des Veranstaltungsabbruchs ist in Zeiten terroristischer Gefährdung und zunehmender Kommunikationstransparenz aktuell und bedeutend. Was alles gilt es abzuwägen? Wann ist ein Abbruch nötig und wie wird dieser umgesetzt? Wo liegt die Grenze zwischen einem kontrollierten Risiko und einer zu grossen Gefährdung für die Besucher einer Veranstaltung? Wann müssen in einer Krisensituation welche Entscheidungen getroffen werden?

Adrian Zemp, Stv. Kommissariatsleiter und Leiter Fachstelle Crowd Management, Stadtpolizei Zürich

Ralph Biedermann, Sicherheitsexperte & Head of Security, Fortissimo / Good News Production

Garth West, Counter Terrorism Security Adviser, National Counter Terrorism Security Office (NaCTSO)

TBA, Vertreter Versanstalter / Sponsor

16:00 ### Kaffeepause

COMPLIANCE

13. April 2016 // Saal „La Belle Epoque"

HOSPITALITY & COMPLIANCE

Moderation
Reto Caviezel, CEO, Carré Event

16:30 **Nur Grund zum Jammern? – Hospitality im Lichte der verschärften Anti-Korruptionsregeln**
Nach der Verschärfung der Anti- Korruptionsregeln stellen sich folgende Fragen: In welcher Form und Höhe darf man noch Geschenke und Zuwendungen geben und annehmen? Wer macht sich wann – besonders im Hinblick auf die Themen Sponsoring und Hospitality – strafbar?
Dr. Urs Cipolat, Group Compliance Officer, Swisscom

Hospitality-Angebote am Lauberhorn: Gefährdet „Compliance" die Wirtschaftlichkeit?
CHF 550 bis 740 kostet ein Hospitality-Ticket im Rahmen des Lauberhornrennens. Wie gross ist die Verunsicherung der Hospitality Kunden in Bezug auf das Anti-Korruptionsgesetz? Wie wirkt sich die Verunsicherung auf die Vermarktung und somit auf die Wirtschaftlichkeit aus?
Dr. Josef Zenhäusern, Marketing / Sponsoring / Kommunikation, OK Lauberhorn

Compliance – Was nun? | Diskussion
Welche Konsequenzen haben die verschärften Compliance-Vorschriften auf den Schweizer Veranstaltungs-Markt? Wie differenziert sind Sponsoren und Unternehmen verschiedener Branchen betroffen? Wie wichtig sind Selbstverpflichtungen und Einladungstransparenz?
Dr. Urs Cipolat, Group Compliance Officer, Swisscom
Dr. Josef Zenhäusern, Marketing / Sponsoring / Kommunikation, OK Lauberhorn
Hans-Willy Brockes, CEO, ESB Marketing Netzwerk

18:00 **Keynote**

18:30 **Türöffnung EVENT NIGHT**

EVENT MONITORING

13. April 2016 // Raum „Jungfrau"

EVENT MONITORING

ARGUS
MEDIA BASED INTELLIGENCE

ARGUS Media Based Intelligence – Alles aus einer Hand für eine erfolgreiche Marketing-, Medien- und Kommunikationsarbeit. Im umfassendsten Medienprogramm der Schweiz sucht ARGUS im Auftrag von Kunden nach relevanten Informationen und verdichtet diese auf der Plattform ARGUSavenue. ARGUS, das führende Schweizer Unternehmen im Bereich Media Monitoring, Media Intelligence und Media Analysis unterstützt Kunden mit Kommunikations- und Sponsoringanalysen sowie beim Erarbeiten von Business Intelligence. **www.argus.ch**

Moderation

Patrick Seitter, Projektleiter, ESB Marketing Netzwerk

16:30 **Der (wahre) Wert Ihres Sponsoring-Engagements**

Veranstalter können mittels umfassender Analyse den Wert ihres Sponsoring-Engagements unabhängig, objektiv und professionell messen. Nachhaltig ins Sponsoring investieren und den gewünschten medialen Gegenwert generieren – ARGUS zeigt mögliche Optionen auf und gibt nützliche Handlungsempfehlungen.

Adrian Bach, Sponsoring, ARGUS der Presse

Erdgas-Sportsponsoring: Wirksamkeit und Nutzen für die Marke

Die Marke Erdgas ist im Sportsponsoring mit diversen Projekten auf lokaler, regionaler und nationaler Stufe präsent. Gegenüber seinen Mitgliedern, Stakeholdern und Leistungsbeziehern muss der Verband der Schweizerischen Gasindustrie seine Ziele im Sponsoring quantitativ und qualitativ darlegen. Allgemeine Vorgehensweise und der Nutzen der Messinstrumente anhand praktischer Beispiele.

Andreas Mehr, Leiter Sponsoring, Erdgas

Messbarkeit und Wert eines Event- und Sponsoring-Engagements | Diskussion

Die Messbarkeit von Sponsoring-Ergebnissen ist umstritten. Dennoch ist ein zahlen- und faktenbasiertes Event-Monitoring immer noch kein Standard. Darunter leidet die Akzeptanz des Sponsorings innerhalb der Marketing-Disziplinen. Was sind die Bedürfnisse der Sponsoren? Welche Instrumente können mit welchem Kosten-/Nutzenverhältnis eingesetzt werden?

Matthias Schneider, Leiter Unternehmenskommunikation, Coca-Cola Schweiz

Adrian Bach, Sponsoring, ARGUS der Presse

Andreas Mehr, Leiter Sponsoring, Erdgas

17:45 **Ende EVENT MONITORING**

18:00 **Keynote im Saal „La Belle Epoque"**

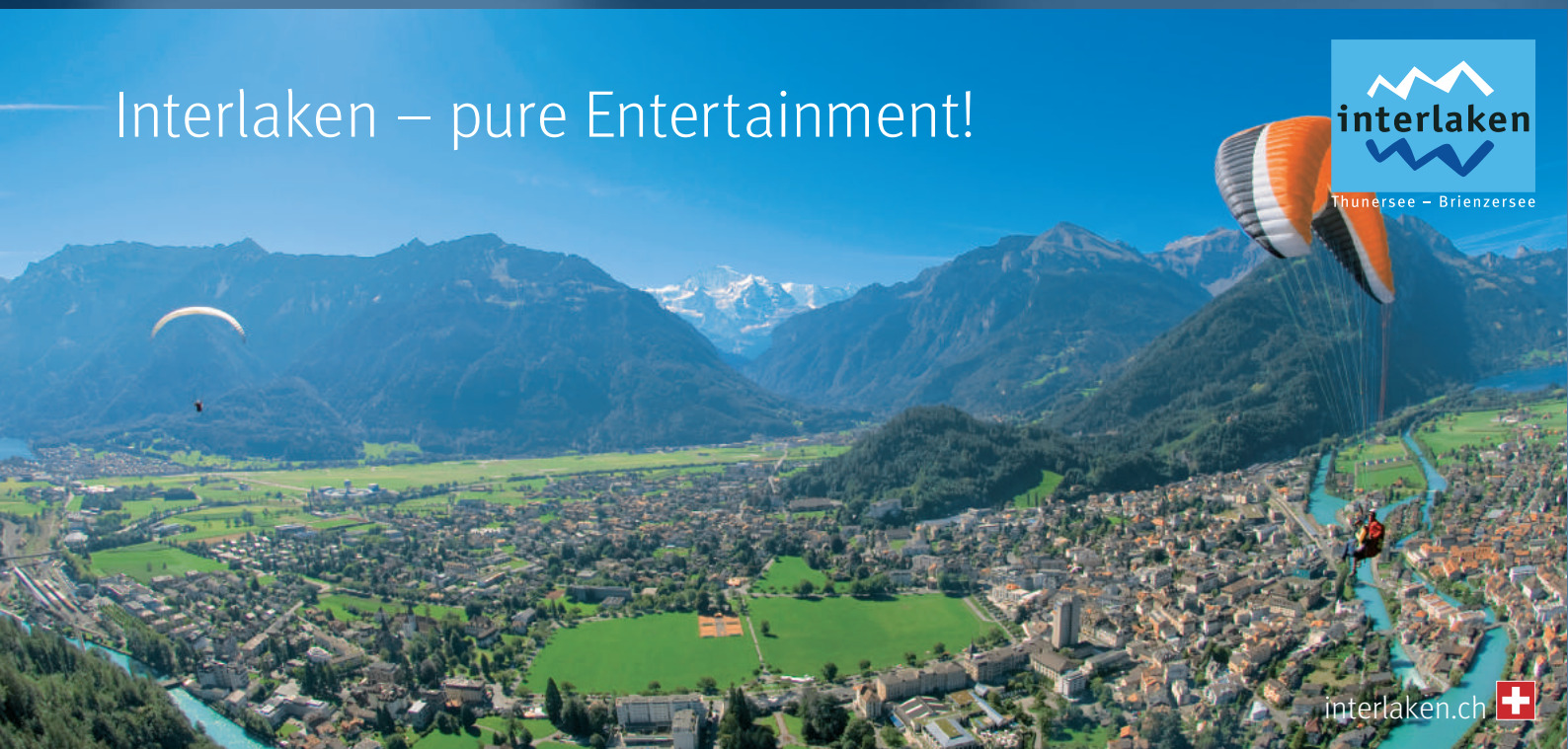
EVENT NIGHT

13.April 2016 // Foyer & Restaurant L'Ambianca

EVENT NIGHT

19:00 **Event Night – Ein Muss für alle Entscheider der Schweizer Eventszene**

Nach einem Tag voller Inputs und News aus dem Event- und Entertainment-Business ist die Zeit zum Geniessen gekommen. Lassen Sie es sich nicht entgehen, Ihre Geschäftspartner und Freunde aus der Branche zu treffen und neue Kontakte zu knüpfen.



BREAKFAST SESSION

14. April 2016 // Saal „La Belle Epoque"

BREAKFAST SESSION

08:00 **Breakfast Session**
Der zweite Kongresstag bietet spannenden Themen aus der Medien- und Entertainment-Welt gepaart mit einem reichhaltigen Frühstücks-Buffet.

09:00 **Ist das Hirn vernünftig?**
Betrachten wir uns kritisch, stellen wir fest, dass viele unserer eigenen Entscheidungen nicht so vernünftig sind, wie wir denken. Nehmen Sie zum Beispiel die Partnerwahl, den Erwerb von Veranstaltungstickets, die Wahl einer Feriendestination oder das Verhalten gegenüber einem Branchen-Kollegen. Wie kommt es zu solchen Entscheidungen? Was sind die Auslöser? Ist unser Hirn überhaupt vernünftig?
Prof. Dr. rer. nat. Lutz Jäncke, Ordinarius für Neuropsychologie, Universität Zürich

Wie Videos Kommunikation und Konsum verändern
Musikvideos zählen zu den erfolgreichsten Clips auf Youtube, Stars wie Miley Cyrus kommunizieren auf Snapchat direkt mit ihren Fans, selbst Spotify setzt nun auf Videos. Digitale Bewegtbild-Inhalte sind für die Musikindustrie entscheidend geworden, um Produkte zu bewerben und zu verkaufen. Doch der Markt verändert sich: Virtual Reality und Live-Videos gehört die Zukunft.
Sebastian Pfotenhauer, Head of Video, Ringier Publishing

Influencer Kampagne und Musiker "Seven" für das Grand Casino Baden
Musiker Seven ist das Testimonial für das Grand Casino Baden. In der grossen Kampagne fliesst unter anderem der Song „Game of Love" ein. Um junge Gäste abzuholen, setzt das Casino zusätzlich auf Influencer Marketing. Die Kampagne wird reichweitenstark in den sozialen Medien transportiert. Wie wurde die Kampagne konzipiert und wie kann das Influencer Marketing die Kampagne zusätzlich unterstützen?
Beat Lehmann, Bereichsleiter Marketing, Grand Casino Baden
Fabian Plüss, Geschäftsführer, Seed & Earn

11:00 **Kaffeepause**

11:30 **VideoDays – Europas grösstes YouTuber-Treffen**
Die VideoDays haben sich in kürzester Zeit zum grössten Youtuber-Treffen Europas entwickelt. Wie wichtig sind Live-Events für Teenager heute? Welche Chancen haben Markenartikler, sich glaubwürdig zu präsentieren?
Christoph Krachten, Gründer, Videodays

Der Social Media Manager existiert nicht mehr!
Social Media bedeutet Verantwortung für Unternehmen und Kunden. Von der Push-Strategie zum Dialog mit den Kunden. Über gezielte und innovative Customer Care Kommunikation einen Dialog schaffen. Social Media alleine betrachtet, ist der Tod einer jeden Community.
Daniel Bieri, Dialogmanager, Ticketcorner

Rivella TOASTED. Challenge – Mitmach-Event mit 360° ENTERTAINMENT
In den ersten beiden Durchführungen überzeugte die Rivella TOASTED. Challenge 6'500 Teilnehmer und 45'000 Zuschauer. Sunrise MTV-mobile, Raiffeisen und Co. nutzen Ihr Engagement zur Interaktion mit der jungen Zielgruppe. Ist die TOASTED. Challenge ein Eventkonzept mit „Boom"-Potenzial? Ist mitmachen der neue Sponsoring-Hype?
Philipp Bareth, Geschäftsführer/Sponsoring, TOASTED.
N.N., Sunrise MTV-mobile

13:00 **Ende der Veranstaltung**

ANMELDUNG

ONLINE-ANMELDUNG UNTER
WWW.ENTERTAINMENT-FORUM.COM
ODER PER **FAX** AN: +41 71 223 78 87

Der Kongress 360° ENTERTAINMENT findet am 13./14. April 2016 in Interlaken statt.

☐ **Option 1 I Standard**
2 Tage I 13./14.04.16
CHF 1'290,- zzgl. MwSt.

beinhaltet:
360° ENTERTAINMENT
inkl. aller Foren und Verpflegung
Event Night
1 Übernachtung
Breakfast Session

☐ **Option 2 I Standard**
1 Tag I 13.04.16
CHF 990,- zzgl. MwSt.

beinhaltet:
360° ENTERTAINMENT
inkl. aller Foren und Verpflegung
Event Night

☐ **Option 3 I Standard**
1 Tag I 14.04.16
CHF 590,- zzgl. MwSt.

beinhaltet:
Event Night
1 Übernachtung
Breakfast Session

Ich melde mich verbindlich zur Teilnahme bei 360° ENTERTAINMENT an.

Vor-/Name

Funktion

Firma

Strasse, Nr. / Postfach

PLZ, Ort, Land

Telefon

Email

Weitere Personen

Ihre Teilnahmebestätigung, die Rechnung sowie weitere Informationen erhalten Sie innerhalb der nächsten Tage via E-Mail.

Kontakt

ESB Marketing Netzwerk AG
Postfach 519
CH-9001 St. Gallen
Tel. +41 (0)71 223 78 82
www.esb-online.com

Ansprechpartnerin: Bianca Grünwedel
Email: gruenwedel@esb-online.com

Mit dem Eingang der Anmeldung entsteht ein rechtsgültiger Vertrag. Die Anmeldebestätigung geht Ihnen in Form einer Rechnung zu und ist innerhalb von 14 Tagen zahlbar. Bei Stornierung (nur schriftlich) bis eine Kalenderwoche vor Kongressbeginn wird eine Stornogebühr von 50% der Teilnahmegebühr fällig. Danach wird der gesamte Teilnehmerbetrag erhoben. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers, auch im Falle von höherer Gewalt, bei Verhinderung durch Krankheit, Unfall oder ähnlichen Verhinderungsgründen ist die volle Teilnahmegebühr fällig. Ein Ersatzteilnehmer kann jederzeit gestellt werden. Für allfällige Programmänderungen, Druckfehler und Referenten-Ausfälle übernimmt der Veranstalter keine Haftung. Fotos: ESB Marketing Netzwerk AG

Kongressort

Lindner Grand Hotel Beau Rivage
Höheweg 211
CH-3800 Interlaken
Tel. +41 (0)33 826 70 07
www.lindner.de

ESB MARKETING NETZWERK

ticketcorner.ch