

Sponsoring Schweiz

SPONSORING SCHWEIZ kürt zum sechsten Mal das beste Sponsoringprojekt

Die sechste Vergabe des SPONSORING EXCELLENCE AWARD steht an: Am Mittwoch, 12. März 2025, feiert SPONSORING SCHWEIZ im Kunsthaus Zürich im Rahmen der Nacht des Sponsorings die herausragendsten und innovativsten Projekte des vergangenen Jahres. Wir stellen Ihnen die sieben Finalisten vor.

Text: Patrick Gunti, by the way communications AG Bilder: zVg

Bereits zum sechsten Mal zeichnet SPONSORING SCHWEIZ 2025 relevante, innovative und professionell umgesetzte Projekte aus den Bereichen Sponsoring- und Live-Experience mit dem SPONSORING EXCELLENCE AWARD aus. Die eingereichten Projekte verdeutlichen einmal mehr den hohen Stellenwert von Sponsoring und Live-Kommunikation in Schweizer Unternehmen.

Eine siebenköpfige, unabhängige Fachjury um den neuen Jury-Präsidenten Oliver Niedermann hatte die schwierige Aufgabe, die Einreichungen intensiv zu sichten und zu bewerten. Dabei achteten sie besonders auf die Kriterien Innovation, Relevanz, Kreativität und Wirkung. Sieben herausragende Projekte konnten sich schliesslich durchsetzen und wurden für den SPONSORING EXCELLENCE AWARD nominiert, der am 12. März 2025 im Kunsthaus Zürich verliehen wird.

Der oder die Gewinner werden aus den folgenden sieben Sponsoringprojekten ausgewählt:

gusto – die Schweizer Meisterschaft für Kochlernende

«gusto», die Schweizer Meisterschaft für Kochlernende im 2./3. Lehrjahr, wird seit 2005 jährlich durchgeführt. In enger Zusammenarbeit mit dem Schweizer Kochverband wird jeweils eine neue Wettbewerbsaufgabe mit vorgegebenen Komponenten definiert. Am 7. März 2024 kochten sechs Finalteilnehmende unter Beobachtung einer internationalen Jury in Baden um den Sieg. Tags darauf fand die Show mit Siegerehrung im KKL Luzern statt, im Beisein von über 400 Gästen und moderiert von Sven Epiney. Seit 2005 haben über 2000 Kochlernende teilgenommen.



Transgourmet Schweiz AG.

Projekteinreicherin:

Transgourmet Schweiz AG

Projektteam:

- Christa Wettstein und Renato Artoni, Projektleiter Transgourmet Schweiz
- Yanick Mumenthaler, Jurypräsident, Schweizer Kochverband

PINK CUBE Test Your Breast

Brustkrebs ist die häufigste Krebserkrankung bei Frauen. Aber auch Männer können betroffen sein. Früherkennung kann Leben retten. Der PINK CUBE bringt Aufklärung über Brustkrebs dorthin, wo sich Frauen und Männer jeden Alters aufhalten.

Gynäkolog:innen zeigen ihnen auf, wie sie ihre Brust selbst untersuchen können und welche Früherkennungsmassnahmen für sie wichtig sind. Mit seinem auffälligen pinkfarbenen Design und der Aufschrift «Test Your Breast» zieht der Container die Aufmerksamkeit auf sich und macht ein wichtiges Thema leichter zugänglich.

Projekteinreicher:

Credo GmbH PR & Communications; EUROPA DONNA Schweiz, Krebsliga Schweiz

Projektteam:

- Susanne Thost, Owner & Lead PINK CUBE Test Your Breast; CEO Credo GmbH
- Christina Christen, Brustkrebsbetroffene und Präsidentin EUROPA DONNA Schweiz
- PD Dr. med. Claudia Rauh, Leiterin Brustzentrum Inselspital und Vizepräsidentin EUROPA DONNA Schweiz
- Sibylle Bloch, Leiterin Marketing & Philanthropie, Krebsliga Schweiz

PluSport-Tag

Der PluSport-Tag ist der grösste und bedeutendste Behindertensporttag der Schweiz und setzt Massstäbe für gelebte Inklusion und ein einzigartiges Miteinander in der Schweiz. Jedes Jahr kommen rund 1700 Athletinnen und Athleten, deren Familien und



Credo GmbH PR & Communications.

Unterstützer zusammen, um einen Tag voller Sport, Freude und Gemeinschaft zu erleben – unabhängig von körperlichen oder geistigen Einschränkungen. An diesem Tag gibt es keine Barrieren, nur Begegnungen und sportlichen Teamgeist. Axpo unterstützt PluSport seit 17 Jahren als Hauptsponsor.

Projekteinreicherin: Axpo

Projektteam:

- Mirela Stosic, Manager Corp. Marketing & Communications (Axpo)
- Mark Wilms, Head of Brand & Reputation (Axpo)
- René Pfister, Leiter Marketing & Kommunikation (PluSport)

EVZ Women & Girls Programm

Der EVZ hat 2023 ein Programm lanciert, um Mädchen und Frauen für Eishockey zu begeistern und ihnen Chancengleichheit zu

bieten. Nach Jahren ohne gezielte Förderung des Frauensports setzt der EVZ damit neue Massstäbe: Ziel ist es, als Leuchtturmprojekt und Vorbild für Schweizer Proficlubs zu dienen. Das Women & Girls Programm ist kein eigenständiges Projekt oder eine Marke, sondern ein integraler Bestandteil des EVZ. Mit der klaren Vision «Do it right or not at all» verfolgt der Club ambitionierte Ziele für eine faire und nachhaltige Förderung im Frauensport.

Projekteinreicherin: EVZ

Projektteam:

- Ibrahim Can, Leiter Marketing & Sales
- Seraina Knobel, Leiterin Brand & Marketing-Aktivierung
- Jannine Kamm, Leiterin Unternehmenskommunikation
- Lara Stalder, Projekte

The Flipcode Mystery (Samsung X Tschugger)

Als Main Partner der SRF-Kultserie «Tschugger» lancierte Samsung im November 2023 mit der Leadagentur Sir MaRY «The Flipcode Mystery»: eine immersive Sponsoring-Multichannel-Kampagne, bei der die Fans selbst zu Tschuggern wurden und live im TV einen Kriminalfall rund um das damals neu lancierte Mobile von Samsung, das Galaxy Z Flip5, lösen konnten. Die Innovation dieses 360-Grad-Cases liegt darin, dass sowohl die TV-Sponsoring-Billboards als auch die Off-air-Multichannel-Massnahmen der Samsung-Kampagne mit dem Original-Cast der Serie realisiert werden konnten.

Projekteinreicherin: SRF (Samsung, SiR

MaRY, Shining)

Projektteam:

SRF

- Rita Meyer, Leiterin Verkauf Sponsoring
- Joëlle Lagler-Epprecht, Projektleiterin Sponsoring
- Gaby Kellenberger, Leiterin Sponsoring
- Thomas Pittino, Leiter Vermarktung
- Etienne Bujard, Leiter New Business & Licensing Samsung Switzerland
- Toni Koller, Head of Marketing
- Allan Haverman, Head of Marcom Mobile Experience
- Fabian Fehr, Head of Marcom SiR MaRY
- Adrian Merz, Executive Creative Director
- Katrin Espelage, Creative Director
- Leandro Disler, Art Director
- Jodok Meier, Copywriter
- Paul Gutjahr, Digital Art Director



Laurin Zimmermann (l.) und Aron Fahrni, Para-Snowboardweltmeister 2023/24.



EVZ.



SRF.



UBS.

- Nicolas Hostettler, Managing Director
- Jacqueline Willmann, Senior Account Manager
- Stephanie Weber, Account Manager
- Produktion Shining
- David Constantin, Creator/Cast
- Sophie Toth, Producer
- Alexander Wyssling, Line Producer
- Jelena Vujovic, Director
- Simon Bitterli, DOP
- Cédric Schild, Cast
- Annalena Miano, Cast
- Sugo.Digital
- Sébastien Donzel, Sugo.Digital

Ein Team sind immer alle

Die crossmediale Kampagne «Ein Team sind immer alle» positionierte UBS im Sommer 2024 als neuen Keyplayer im Schweizer Fussball. Der Titel soll internen und externen Stakeholdern Orientierung bieten und



Tudor Pro Cycling Team.

steht für das Engagement von UBS im Fussball in der Schweiz. Gleichzeitig dient die Kampagne als kommunikative Leitlinie im internen Transformationsprozess und betont den Wert des Teamgeists in dieser Phase des Wandels.


Projekteinreicherin: UBS AG

Projektteam:

- Tanja Iseppi, Lead Football Brand Activation, Sponsorship & Events
- Simon Bietenhader, Digital Marketing & Innovation
- Susanne Bill, Marketing Initiatives
- Michael Rütli, Project Manager Football Brand Activation, Sponsorship & Events
- Sowie alle Mitarbeiter des Projektteams aus Sponsoring und Marketing & Digital Sales

Tudor Pro Cycling Team

Das Radteam des zweifachen Olympiasiegers Fabian Cancellara ist seit 2022 mit dem Schild der Genfer Uhrenmarke Tudor auf der Brust unterwegs. Es hat sich zum Ziel gesetzt, eines der weltbesten Radteams zu werden und in der Schweiz die Begeisterung für den Radsport zu wecken. Der Weg an die Weltspitze soll dabei mit einer klaren Wertstruktur beschriftet werden. «Swiss. Human. Performance.» ist dabei das Gerüst, mit dem das Schweizer Team den Menschen in den Mittelpunkt des Handelns stellt und Innovation in allen Bereichen vorantreibt.

Projekteinreicherin: Tudor Pro Cycling Team, Tour de Suisse. 

SPONSORING EXCELLENCE AWARD

Alle wichtigen Informationen zur Nacht des Sponsorings und zur sechsten Vergabe des SPONSORING EXCELLENCE AWARD am 12. März 2025 im Kunsthaus Zürich finden sich online unter: <https://sponsoringsschweiz.ch/award/award-2025/>



Nachteil: Unsere Agenturen haben kaum Fluktuation. Auch kundenseitig. Vorteil: dito.

Easy peasy.
asw.ch