

TICKETS

FACEBOOK.COM/CAMPAIGNINGSUMMITZURICH
ZURICH.CAMPAIGNING-SUMMIT.COM

HOSTED BY

BUSINESS CAMPAIGNING®

INSPIRED BY

Campaigning Bureau

SUPPORTED BY

la folie ★ ErlebnisKultur

PostFinance Besser begleitet.

persönlich

na•news aktuell Ein Unternehmen der sda-Gruppe

Drink-Trends Lebendige Innovationen

PROMOTED BY

pr suisse Public Relations Zürcher Gesellschaft

pr suisse Schweizerischer Public Relations Verband SPRV Association Suisse de Relations Publiques ASRP Associazione Svizzera di Relazioni Pubbliche ASDP

IFJ INSTITUT FÜR JUNGUNTERNEHMEN

Handelszeitung

ASSOCIATION Schweizer Kader Organisation Association suisse des cadres Associazione svizzera dei quadri Network für Kader und alle, die es werden wollen

SKIV Association Suisse des PME Associazione Svizzera delle PMI Schweizerischer KMU Verband

vkk

HOCHSCHULE LUZERN Lucerne University of Applied Sciences and Arts

SOMEX CLOUD

blueReport Sehen, wer was sagt.

Università della Svizzera italiana Executive MScom Alumni Association

seReive Swiss Octopus for Social Media Marketing

MENSCHEN, DIE BEWEGEN.

07.06.2013 TECHNOPARK ZÜRICH

»Those who are crazy enough to think they can change the world, are the ones who do.«
 Steve Jobs

andere inspirieren und begeistern. (Story)

andere ins Boot holen und ihnen ermöglichen selbst aktiv zu werden. (Empowerment)

erfolgreich sein und damit Beispiel für andere sein.

MENSCHEN BEWEGEN

Dinge selbst in die Hand nehmen und aktiv werden. (Leadership)

bereit, dafür den ersten Schritt zu tun. (Momentum)

Mein Anliegen, Interesse oder Ziel.

ERFOLGREICH IN WIEN BEREITS ZWEIFMAL

POLITIK & INTERESSENVERTRETUNG
 AGENTUREN & BERATUNG
 UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION
 NGOS & VEREINE

USA SCHWEIZ ÖSTERREICH

BUNTER MIX

3 LÄNDER

20 min FRAGEN & ANTWORTEN

5 SPEAKER

20 min KEYNOTE

SPEAKER&ABLAUF

640'000 Supporter
und 50 Mio. USD
an Kleinspenden
in 1 Jahr

Campaigning

Die eierlegende Wollmilchsau der Zukunft?



PETER METZINGER

Campaigner, Dozent und Inhaber von business campaigning Switzerland – Zürich, Schweiz

Als Physiker lernte Peter Metzinger Präzision im Formulieren sowie Logik und Analytik im Denken. Diese Grundvoraussetzungen erfolgreicher Kommunikation sind ebenfalls die Basis einer ganzheitlichen Denkweise, bei der man Problemen auf den Grund geht, um dann die wirklich beste Lösung zu finden. Peter Metzinger macht Campaigning seit 1982. Von 1984 bis 1997 arbeitete er für Greenpeace, seit 1998 für seine Beratungsagentur business campaigning Switzerland GmbH sowie als Dozent und Start-up-Trainer. Er ist Autor und Co-Autor mehrerer Bücher zu den Themen Campaigning und Social Media.

Volk gegen Abzocker

Mit Minimalbudget gegen 8-Millionen-Kampagne



MARKUS BAUMGARTNER

Berater, Dozent und Inhaber von b-public AG, Agentur für Marketing & Kommunikation – Zürich, Schweiz

Als Leiter der Kampagne «superbonus2013.ch» zugunsten der Abzocker-Initiative stand Markus Baumgartner einer Millionenkampagne der Economiesuisse gegenüber. Noch nie zuvor wurde mit einer Online-Mitmachplattform für eine nationale Abstimmungskampagne so konsequent auf Social Media gesetzt. Markus Baumgartner sammelte Kampagnenerfahrungen in den PR-Agenturen Contract Media, Communicators und Richterich & Partner. In den 1980er Jahren war er Devisenhändler bei einer Grossbank am Paradeplatz und in den 1990er Jahren Wirtschaftsredaktor bei LNN, Tages Anzeiger und Cash.

US-Presidential Elections:

Social Media die Spitze des Eisbergs?*



JOE TRIPPI

Principal & Founder of Trippi International and Joe Trippi & Associates INC., Washington (USA), London (UK)

Joe Trippi arbeitete viele Jahre als Campaigner und Berater für die US-Demokraten, unter anderem für Edward Kennedy, Walter Mondale, Gary Hart, Dick Gephardt, Jerry Brown und John Edwards. Legendär war seine Kampagne für den Präsidentschaftskandidaten Howard Dean. Aus Mangel an Ressourcen setzte Joe Trippi als erster Campaign Manager konsequent auf Social Media und machte so aus dem bis dahin weitgehend unbekanntem Howard Dean einen ernsthaften Wettbewerber im Kampf um die Präsidentschaft. Seine Strategie und die von ihm entwickelten Techniken und Tools wurden vier Jahre später von Barack Obamas Team übernommen und verhalfen dem heutigen US-Präsidenten zu seiner ersten Amtsperiode.

09.40

11.30

14.00

* Alle englischsprachigen Vorträge werden simultan übersetzt.

11.00 Kaffeepause

13.00 Mittagspause



10.20

12.10

15.00 Ende der Veranstaltung



09.30

Beginn und Begrüssung

Ab 08.30

Check-In & Welcome Coffee:

TECHNOPARK
Technoparkstrasse 1
8005 Zürich

Das Mitmach-Prinzip

Wie Sie die Kraft Ihrer Daten freisetzen.



PHILIPP MADERTHALER

Gründer Campaigning Bureau & Summit-Initiator
Wien, Österreich

Das Land der unbegrenzten Möglichkeiten machte im vergangenen US-Wahlkampf insbesondere bei der Nutzung von Daten seinem Namen wieder einmal alle Ehre. Was es braucht, um aus Datensätzen aktive UnterstützerInnen, Mitglieder oder KundInnen zu machen, hat Maderthaler während des Wahlkampfes vor Ort erkundet. Mit dem Campaigning Bureau, Österreichs erster Campaigning Agentur, und dessen US-Partner BlueStateDigital (verantwortlich für Obamas Digital-Kampagne 2008 und 2012) setzt er neue Massstäbe in der Mobilisierung.

Wie macht man Supertext

Worte, die Menschen bewegen.



RINALDO DIEZINGER

Chef vom Ganzen, Supertext – Zürich, Schweiz

Rinaldo Diezinger wuchs als erstgeborener Sohn eines Gemeindepräsidenten auf, arbeitete am Fließband einer Buchbinderei, verkaufte Raubkopien von Computerspielen, gründete eine illegale Radiostation, eine New-Wave-Band und wollte als Kind Astronaut, Sportreporter, Archäologe oder notfalls auch Gemeindepräsident werden. Dann brannte die Fantasie mit ihm durch und er wurde Texter in der Werbebranche. Aus seinem verwirrten Hirn stammen national und international preisgekrönte Anzeigen-, Plakat-, Radio- und TV-Kampagnen. Im Herbst 2005 gründete er die erste Textagentur im Internet: Supertext. Mittlerweile beschäftigt Diezinger etwas mehr als ein Dutzend Mitarbeiter. Seine Firma figurierte 2008 auf Red Herring's Liste der Top 100 europäischen Start-ups.

Moderation



STEPHAN KLAPPROTH