



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten EDA  
**Generalsekretariat GS-EDA**  
Präsenz Schweiz



# SWISS PAVILION EXPO 2010 SHANGHAI

## Sponsorenbrochure

## Inhaltsverzeichnis

### Management Summary

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>Sponsoringpakete</b>	<b>10</b>
1.1	Weltausstellungen	4	4.1	Gold Partner	11
1.2	Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten	4	4.2	Silver Partner	11
1.3	Offizieller Schweizer Pavillon	5	4.3	Partnerschaft für Städte und Kantone	11
			4.4	Premium Supplier	11
			4.5	Supplier	11
<b>2</b>	<b>Expo Shanghai 2010</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>Sponsoring Leistungen</b>	<b>12</b>
2.1	Lage	6	<b>Information und Kontakt</b>		
2.2	Thematik	6	<b>15</b>		
2.3	Zahlen und Fakten Expo Shanghai	6			
2.4	Zahlen und Fakten China	7			
<b>3</b>	<b>Offizieller Schweizer Pavillon 2010</b>	<b>7</b>			
3.1	Konzept und Architektur	8			
3.2	Erlebnis- und Eventplattform Pavillon	9			
3.3	Zeitplan	10			

## Management Summary

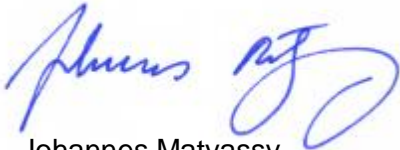
发财

Reichtum und Erfolg versprechen diese chinesischen Zeichen dem Leser.

In dieser Broschüre zeigen wir Ihnen allerdings mehr – wir zeigen Ihnen wie Sie die grösste Weltausstellung aller Zeiten nachhaltig für sich und Ihr Geschäft nutzen können und Teil des offiziellen Auftritts der Schweiz an der Expo 2010 in Shanghai werden.

Wir freuen uns auf Ihr Engagement!

Präsenz Schweiz  
Chef Präsenz Schweiz



Johannes Matyassy  
Botschafter

Präsenz Schweiz  
Chef Internationale Grossveranstaltungen



Manuel Salchli  
Mitglied der Geschäftsleitung

## **1 Einleitung**

### **1.1 Weltausstellungen**

Weltausstellungen, auch als Expositions Universelle Internationale, Expositions Mondiale (Expo) bezeichnet, sind internationale Ausstellungen. Die erste fand 1851 in London statt.

Neben den Weltausstellungen der Kategorie A, die alle fünf Jahre abgehalten werden und jeweils sechs Monate dauern, anerkennt das Bureau International des Expositions (BIE) in Paris, dessen Gründungsmitglied die Schweiz ist, auch Veranstaltungen der so genannten Kategorie B mit einer Dauer von drei Monaten.

Die nächste Ausstellung der Kategorie A mit dem Motto „Better City, Better Life“ findet in Shanghai statt.

Weltausstellungen sind repräsentative Plattformen, die sowohl politisch und wirtschaftlich als auch wissenschaftlich und kulturell von grosser Bedeutung sind. Sie bieten die Gelegenheit Wissen zu vermitteln, Netzwerke aufzubauen und fördern den interkulturellen Austausch. Darüber hinaus dienen sie dem Aufbau und der Pflege des jeweiligen nationalen Erscheinungsbilds im Ausland.

In den letzten Jahren legen die Weltausstellungen besonderen Wert darauf, einen Beitrag zur Lösung aktueller wirtschaftlicher, sozialer und umwelttechnischer Probleme zu leisten. Im Zentrum der thematisch ausgerichteten Ausstellungen stehen deshalb innovative und nachhaltige Lösungsansätze der teilnehmenden Länder und Organisationen zu aktuellen Fragen aus diesen Bereichen.

### **1.2 Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten**

Als Teil des Eidgenössischen Departements für auswärtige Angelegenheiten EDA ist Präsenz Schweiz für die Umsetzung der Strategie der Landeskommunikation des Schweizer Bundesrats zuständig.

Ziel der Landeskommunikation ist es, die Visibilität der Schweiz im Ausland zu fördern, die politischen Anliegen und Positionen der Schweiz gegenüber einem ausländischen Zielpublikum darzustellen, das Beziehungsnetz der Schweiz zu heutigen und künftigen Entscheidungstragenden und Meinungsführenden auszubauen und zu pflegen und die Wahrnehmung der Schweiz im Ausland zu analysieren.

Diesen Auftrag erfüllt das EDA Präsenz Schweiz mit der Durchführung von Projekten im Ausland, mit der Einladung von Meinungsführern und Entscheidungsträgerinnen in die Schweiz, mit der Verbreitung von landeskundlichen Informationsmitteln sowie mit der Projektleitung des Auftritts der offiziellen Schweiz an internationalen Grossveranstaltungen. Zielpublikum sind heutige und zukünftige ausländische Meinungsführende aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur, Medien und Bildung, Medienschaffende sowie Schulklassen und Studierende.



### 1.3 Offizieller Schweizer Pavillon

Mit attraktiven Pavillons und interessanten Begleitprogrammen ist es der Schweiz in den vergangenen Jahren nicht nur gelungen, Interesse sowohl bei Besuchern, Fachpublikum und Medien zu wecken sondern auch eine hohe internationale Akzeptanz zu finden.

Weltausstellungen sind wichtige Plattformen mit globaler Ausstrahlung. Durch den offiziellen Schweizer Pavillon, nutzt die Schweiz ihre Teilnahme intensiv und gewinnbringend zur Pflege und Stärkung des Erscheinungsbildes der Schweiz im Ausland.

## 2 Expo Shanghai 2010

Vom 1. Mai bis zum 31. Oktober 2010 wird in Shanghai die Weltausstellung 2010 stattfinden.

Sie verspricht ein Anlass von bisher nicht erreichten Dimensionen zu werden. Mehr als 200 Staaten und internationale Organisationen werden ihre Interpretation des Leitthemas «Better City, Better Life» vorstellen.

Die Organisatoren erwarten während den sechs Monaten rund 70 Millionen hauptsächlich aus China stammende Besucherinnen und Besucher.

Mit der Expo 2010 wird die Infrastruktur Shanghais entsprechend stark ausgebaut: sechs neue Stadtbahnlinien und 200 neue Haltestellen entstehen, das Strassenverkehrsnetz wird erweitert, ungefähr 400 Hotels sollen renoviert und weitere 300 neu gebaut werden.

Die Deltaregion des Yangtze Flusses ist ein idealer Platz für die Weltausstellung 2010. Hier liegen die Welt-Wirtschaftsmetropole Shanghai, die Industriestadt Suzhou und die Touristen-Stadt Hangzhou. Alle drei Städte haben mehrere Millionen Einwohner und sind grosse Metropolen die sowohl wirtschaftlich als auch touristisch den Besuchern einiges zu bieten haben.



## 2.1 Lage

Das designierte Ausstellungsgelände liegt südlich der Stadtmitte, direkt am Huangpu-Fluss und umfasst ein Gebiet von 5,28 Quadratkilometern.

Beide Seiten des Flusses werden für Weltausstellungszwecke genutzt und über Brücken miteinander verbunden.

Das Ausstellungsgelände ist in unterschiedliche Sektionen gegliedert. Neben den zentralen chinesischen Pavillons und den Gemeinschaftspavillons sind mehrere Blöcke für die Länderpavillons, geordnet nach Kontinenten, vorgesehen.

Zahlreiche Eingänge erschliessen das Areal für die Besucherinnen und Besucher. Zudem werden ein Fusswegenetz, ein internes Bahnsystem und ein Busliniennetz durch das Areal führen.

## 2.2 Thematik

Unter dem Titel „Better City, Better Life“ stellt Shanghai 2010 das urbane Leben und sein Potenzial ins Zentrum der Ausstellung.

Unterthemen der Ausstellung und Pavillonsthemen:

- Blending of diverse cultures in the city
- Economic prosperity in the city
- Innovation of science and technology in the city
- Remodelling of communities in the city
- Rural-urban interaction



## 2.3 Zahlen und Fakten Expo 2010

- 200 teilnehmende Staaten und internationale Organisationen
- 70 Millionen Besucher
- Ausstellungsfläche von 5,28 Quadratkilometern
- 388 000 Besucher pro Tag
- Tageskapazität Schweizerpavillon 24 000
- Grösste Weltausstellung der Geschichte

## 2.4 Zahlen und Fakten China

- Drittgrösstes Land der Welt mit einem Staatsgebiet von 9.6 Mio. km<sup>2</sup>
- Mit mehr als 18 Millionen Einwohnern zählt die Metropole Shanghai zu den zehn grössten Städten weltweit.
- Bevölkerungsreichstes Land der Welt mit 1.32 Mrd Einwohnern
- Platz 3 auf Liste der grössten Volkswirtschaften vor Deutschland und Frankreich
- Bruttoinlandprodukt (BIP): USD 2'644.64 Mrd.
- Schweizer Exporte: CHF 5'419.43 Mio.
- Schweizer Importe: CHF 4'782.22 Mio.
- Seit 2002 ist China der wichtigste Handelspartner der Schweiz in Asien

## 3 Offizieller Schweizer Pavillon 2010

Aus dem 2006 von Präsenz Schweiz im Hinblick auf Shanghai lancierten, zweistufigen Projektwettbewerb gingen die Projektautoren Buchner Bründler Architekten und Element Szenographie mit ihrem innovativen Pavillon Konzept als Sieger hervor.

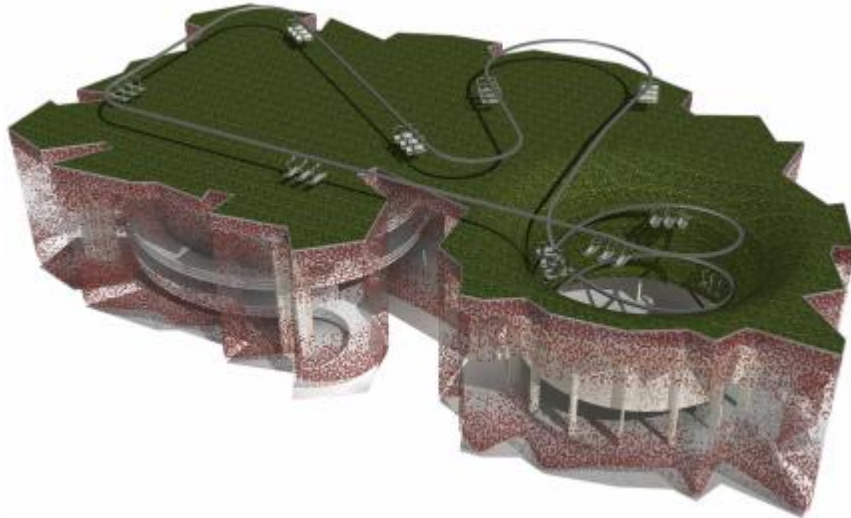
Ihr Vorschlag überzeugte die Jury aufgrund seiner Zeichenhaftigkeit, Originalität, sowie der Fähigkeit, Nachhaltigkeit und Emotionen erlebbar zu machen.

Der Auftritt in Shanghai bietet der Schweiz nicht nur die Chance sich einem breiten und sehr an der Schweiz interessierten Publikum zu präsentieren, sondern auch die einmalige Gelegenheit das Image der Schweiz in Asien nachhaltig zu stärken und wichtige Beziehungen aufzubauen und zu pflegen.

Die offizielle Präsenz der Schweiz in China wird durch ein facettenreiches Rahmenprogramm und eine umfangreiche Kommunikationskampagne im Vorfeld und im Nachgang der Weltausstellung ergänzt und nachhaltig unterstrichen.



### 3.1 Konzept und Architektur



Der offizielle Schweizer Pavillon bietet eine spannende und attraktive Auseinandersetzung mit dem EXPO-Unterthema „Interaction between urban and rural areas“. Auf einer Fläche von 4000m<sup>2</sup> präsentiert die Schweiz ihre innovativen und nachhaltigen Lösungen bezüglich Stadt/Land Problematik.

Der Pavillon nimmt das Thema auch architektonisch auf und sorgt durch seine aussergewöhnliche Architektur und Baumaterialien für Aufmerksamkeit.

So zum Beispiel besteht die transparente Aussenfassade aus einem Aluminiumgittergeflecht in das Bioresinplatten mit intelligenten Solarzellen eingeflochten sind. Diese Zellen sind in der Lage die vielfältige Energie der Pavillon Umwelt – Sonne, Wind, Fotoblitzlichter zu nutzen und entsprechend in Licht zu wandeln. Damit wird die Fassade des offiziellen Schweizer Pavillons nicht nur zu einem bewegten und blinkenden optischen Ereignis sondern zeigt auch auf unmittelbare Weise wie viel Energie in unserem Umfeld vorhanden ist die genutzt werden kann.

Die Innenwelt des Pavillons lockt mit einem kurzen Rundgang vorbei an der Eindrücklichkeit der Schweizer Alpen und der visionären Kraft der Schweiz. In der Ausstellungsvertiefung werden anschliessend nachhaltige Lösungen der Schweiz zu ausgewählten Themen der Stadt/Land Interaktion gezeigt.

Publikumsmagnet und Liebling wird aber sicher die anschliessende rund sechs minütige Fahrt mit der Sesselbahn sein, die den Besucher aus der Schwere der Stadt hinaus in die Leichtigkeit der Natur mitnimmt und ihn über einen grüne Wiese mit Blumen führt.

Damit bringt der Pavillon die Grundthemen der Expo 2010 von Nachhaltigkeit und Lebensqualität in einen schlüssigen Kreislauf.

Das intellektuell anspruchsvolle Ausstellungskonzept besticht durch seinen klaren Anspruch, die Hybridität der Zukunftsstädte zwischen Technik und Natur darzustellen, um Lebensqualität im urbanen Raum zu schöpfen.



### 3.2 Erlebnis- und Eventplattform Pavillon



### 3.3 Zeitplan

Zeitraum	
Dezember 2008	Ausschreibung Pavillon Bau
Mai 2009	Baubeginn
Dezember 2009	Abschluss Rohbau
März 2010	Abschluss Innausbau und Fertigstellung Ausstellung
1. Mai 2010	Eröffnungsfeier EXPO
2. Juli 2010	Schweizer Nationentag (tbc)
1. August 2010	Schweizer Nationalfeiertag
14. September 2010	60 Jahre diplomatische Beziehungen Schweiz – China
31. Oktober 2010	Schlussfeier EXPO

## 4 Sponsoringpakete

Mit Ihrem Sponsoring können Sie Partner des offiziellen Schweizer Pavillons werden und direkt vom Schweizer Auftritt an der Weltausstellung in Shanghai profitieren.

Unsere Platinum Partner; Holcim, Nestlé, Swatch und Swiss International Airlines als Offizielle Airline machen es vor und unterstreichen mit ihrem grossen Engagement zusätzlich die wirtschaftliche Bedeutung des Schweizer Pavillons an der Weltausstellung 2010 in Shanghai.

Noch gibt es eine Vielzahl von Möglichkeiten sich als Sponsoringpartner zu engagieren und den Schweizer Pavillon als Repräsentationsplattform zur Pflege wichtiger Geschäftsbeziehungen und zum Aufbau neuer Kontakte zu nutzen.

Ob für ein spezielles Meeting, eine ausserordentliche Konferenz, ein Geschäftsausflug, VIP-Treatment oder Product Placement – die nachfolgenden Sponsoringpakete zeigen Ihnen die verschiedenen Möglichkeiten wie Sie gemeinsam mit der offiziellen Schweiz, Shanghai 2010 zu Ihrem nachhaltigen Erfolg machen.

Platinum partner:



Offizielle airline:



#### **4.1 Gold Partner**

Unsere Goldpartner profitieren insbesondere vom offiziellen Auftritt und Status des Pavillons und werden in unsere Kommunikations-tools (Internet, Medienarbeit etc.) entsprechend integriert.

Die Aufstellung der genauen Leistungen finden Sie auf der nachfolgenden Liste. Bei Fragen beraten wir Sie gerne.

Aus Exklusivitätsgründen werden maximal sechs Gold Partner zugelassen.

Paketpreis Gold: CHF 400'000. —

#### **4.2 Silver Partner**

Unsere Silver Partner Leistungen drehen sich vor allem um exklusive VIP und Hospitality im Schweizer Pavillon.

Die Aufstellung der genauen Leistungen finden Sie auf der nachfolgenden Liste. Bei Fragen beraten wir Sie gerne.

Aus Exklusivitätsgründen werden maximal sechs Silver Partner zugelassen.

Paketpreis Silver: CHF 250'000. —

#### **4.3 Partnerschaft für Städte und Kantone**

Die Städte und Kantone Partnerschaft bietet die Möglichkeit sich im Public Space während 14 Tagen den Besuchern des offiziellen Schweizer Pavillons zu präsentieren.

Die Aufstellung der genauen Leistungen finden Sie auf der nachfolgenden Liste. Bei Fragen beraten wir Sie gerne.

Aus der Laufzeit der Ausstellung ergeben sich zehn 14 tägige Partnerschaftsplätze.

Paketpreis Städte und Kantone: CHF 200'000. —

#### **4.4 Premium Supplier**

Fokus der Sponsoringleistungen auf Logopräsenz und kommunikative Massnahmen.

Die Aufstellung der genauen Leistungen finden Sie auf der nachfolgenden Liste. Bei Fragen beraten wir Sie gerne.

Es werden maximal zehn Premium Supplier zugelassen.

Paketpreis Premium Supplier: CHF 100'000.— (maximal  $\frac{3}{4}$  value in kind)

#### **4.5 Supplier**

Fokus des Sponsorings liegt auf der Logopräsenz auf Ihren Sachleistungen (value in kind) im offiziellen Schweizer Pavillon in Shanghai.

Die Aufstellung der genauen Leistungen finden Sie auf der nachfolgenden Liste. Bei Fragen beraten wir Sie gerne.

Es werden maximal zwanzig Supplier zugelassen.

Paketpreis Supplier: CHF 50'000.— (maximal  $\frac{3}{4}$  value in kind)

## 5 Sponsoring Leistungen

Leistungen		Gold	Silver	Städte & Kantone	Premium Supplier	Supplier
Sponsoren-Status	Exklusives Recht Sponsor zu sein und von allen Sponsoring-Möglichkeiten und -Leistungen zu profitieren sowie die Zusammenarbeit im Rahmen von Eigenaktivitäten nutzen zu können.	X	X	X	X	X
China-Faktor	Wert für den Zugang zu einer Sponsoring-Plattform. Diese sind sehr limitiert, es gibt wenig Möglichkeiten für Schweizer Firmen in China attraktive Sponsoring-Engagements einzugehen. Zudem ist der Imagetransfer zur offiziellen Schweiz von grosser Bedeutung.	X	X	X	X	X
Offizialität	Visibilität gegenüber den chinesischen Behörden	X	X	X	X	X
Verwendung Logo Schweiz	Verwendung zu Kommunikations-, PR- und Werbezwecken wie z.B. Briefkopf, Präsentationen, Produktverpackungen etc.	X	X	X	X	X
Branchenexklusivität	Das Recht, das einzige Unternehmen seiner Branche innerhalb einer Sponsoren-Kategorie zu sein.	X				

Leistungen		Gold	Silver	Städte&Kantone	Premium Supplier	Supplier
Kommunikation	Zusätzliche kommunikative Leistungen: Sponsorenpräsenz im und um den "Schweizer Pavillon" an der World Expo 2010	X				
Logopräsenz	Logopräsenz in der visuellen Kommunikation im und um den "Schweizer Pavillon" (Printmedien und elektronische Medien)	X	X	X		
Logopräsenz auf Sachleistungen	Value in Kind: Logopräsenz auf Sachleistungen				X	X
PR und Medienarbeit	Einbindung in Medienarbeit	X	X	X		
Werbung Flatscreens	Werbung auf Flatscreens im Pavillon	X		X		
Werbung Pavillon-Broschüre	Werbung in der Pavillon-Broschüre	1 Seite	1/2 Seite		1/2 Seite	
Internetauftritt <a href="http://www.presence.ch">www.presence.ch</a>	Firmen-Logo auf der Homepage von Präsenz Schweiz	X	X			
Internetauftritt <a href="http://www.swissworld.org">www.swissworld.org</a>	Eigene Firmen-Internetseite auf der Homepage <a href="http://www.swissworld.org">www.swissworld.org</a> inkl. redaktioneller Gestaltung des Inhalts einer Seite zu PR-Zwecken	X	X	X	X	X
Baustellenführung Expo 2010, Shanghai	Baustellenführung (insbesondere des Schweizer Pavillon) an der World Expo 2010	X	X			
Einladungskontingente	Einladungskontingente an offizielle Anlässe während der World Expo 2010	X	X		X	

Leistungen		Gold	Silver	Städte&Kantone	Premium Supplier	Supplier
VIP-Packages	VIP-Treatments für geladene Gäste (VIP-Packages) im Schweizer Pavillon: Führung durch Pavillon, Snacks, Give-Aways etc.	X	X	X		
VIP-/Event-Facilities	Gratis Nutzung der VIP-/Event-Facilities für eigene Firmen-Events	4 Tage	3 Tage	5 Tage	2 Tage	
Event-Planungs- und Logistik-Unterstützung	Unterstützung bei der Planung und Logistik von eigenen Firmen-Events	X	X	X	X	
VIP-Besuchsprogramme / Easy Access	Handling von VIP-Besuchsprogrammen: Abholen der geladenen Gäste am Eingang, Führung durch den Schweizer Pavillon, Easy-Access zu anderen Pavillons etc.	X	X	X		
Catering	Vorzugskonditionen beim Catering-Service	X	X	X		
Hotelreservierungen	Unterstützung bei Hotelreservierungen (Kontingente vorhanden)	X	X	X	X	
Anlässe im Rahmen der World Expo 2010	Sponsorenpräsenz an Anlässen im Rahmen der Expo 2010, Einladung, Transfer, Event, Hospitality etc.	X	X			
Promotion in VIP-Lounge	Präsentationsmöglichkeit im VIP-Trakt des Schweizer Pavillon	X	X			
Präsentationen im Public Space	14 Tage Präsenz			X		

## **Information und Kontakt**

Gerne beraten wir Sie in Bezug auf Ihr Sponsoring im Swiss Pavillon Expo Shanghai 2010. Wir freuen uns auf Ihren Anruf.

### **Manuel Salchli**

Chef Internationale Grossveranstaltungen  
Mitglied der Geschäftsleitung

Telefon: +41 31 323 04 49

E-Mail: [manuel.salchli@eda.admin.ch](mailto:manuel.salchli@eda.admin.ch)

### **Xenia Schlegel**

Teamleiterin Marketing und Kommunikation  
Internationale Grossveranstaltungen

Telefon: +41 31 322 58 86

E-Mail: [xenia.schlegel@eda.admin.ch](mailto:xenia.schlegel@eda.admin.ch)

### **Dr. Thomas Wagner**

Sponsoringbeauftragter

Telefon: +41 43 344 82 07

E-Mail: [thomas.wagner@officewagner.ch](mailto:thomas.wagner@officewagner.ch)