

Workshop Sponsoring Teamsport

Sponsoring aus Sicht des Verbandes

- Instrument zur Beschaffung von Finanz- u. Sachleistungen, Know How jedoch insbesondere auch eine hervorragende Kommunikationsplattform



Workshop Sponsoring Teamsport

Sponsoring aus Sicht des Sponsoringgebers (1/2)

- Möglichkeit zur Emotionalisierung des Marketingmix
- Bekanntheitsgradsteigerung Produkt, Firma, Image, ...
(sich von anderen Abgrenzen, Werte und Assoziationen wirkungsvoll transferieren, Positionierung des Produkts)
- Es müssen die richtigen Zielgruppen erreicht werden
Die Zielgruppen des Sponsors müssen mit denjenigen des Unternehmens übereinstimmen



Workshop Sponsoring Teamsport

Sponsoring aus Sicht des Sponsoringgebers (2/2)

- Kontaktaufbau und –pflege
(Neukontakte, Kundenbindung)
- Mitarbeitermotivation



Workshop Sponsoring Teamsport

Entscheidungskriterien des Sponsoringgebers

- Passt es in ein bestehendes Sponsoring?
- Sind die Zielgruppen gleich?
- Exklusiver Auftritt
- Kontaktqualität → sichtbare Präsenz
- Möglichkeiten für integrierte Kommunikation u. Vernetzung
(d.h., mehrere Instrumente verknüpfen: Logopräsenz auf Printprodukten, Abgabe Give away, Kundenanlass, ...)
- Möglichkeit Imagetransfer



Workshop Sponsoring Teamsport

Sponsoringkonzept

Aufbau

1. Projektbeschreibung / Zielgruppen
2. Vorteile für den Sponsor
3. Budget (inkl. Sponsoringeinnahmen)
4. Sponsoringplattformen/-möglichkeiten
5. Dauer des Sponsoringvertrags
6. Ansprechpartner



Workshop Sponsoring TeamSport

Produktgruppen im Teamsport

Emotionen – Spannung – Erlebnis!

- Was kann ich für eine Partnerschaft vermarkten?



Workshop Sponsoring TeamSport

Klassifizierung der Partner

Leistungen - Gegenleistungen

- Namensrecht, Bodenbanner, Werbebanderole, Logo auf Helfershirt, Fotowand, Internet, Directmailing, Flyer, Programmheft, Tickets, Sonderbeilage Zeitung, ...



Workshop Sponsoring TeamSport

Zielgruppen für eine Partnerschaft (1/2)

Wir bieten!

- Aktive Sportlerinnen u. Sportler im Alter von ?? bis ??
- Sportinteressierte Zuschauer im Alter von ?? bis ??;
gut gebildet, wohlhabend, ...
- Medienschaffende Print, TV , ...



Workshop Sponsoring Teamsport

Zielgruppen für eine Partnerschaft (2/2)

Wir bieten!

- Kontaktmöglichkeiten zu potentiellen Kunden?
- Hospitality-Bereich?
- Event-Potential für Image-Transfer?



Workshop Sponsoring Teamsport

Klassifizierung der Partner

Art von Partnerschaften

- | | | |
|----------------|----|--------------|
| – Hauptsponsor | 1x | CHF 12'000.- |
| – Co-Sponsor | 2x | CHF 6'000.- |
| – Partner | 4x | CHF 2'000.- |

