Konzeptentwurf Sponsoringvereinbahrung

Partnerschaft mit zwei Gewinnern

Unsere Pflichten und Aufgaben als Vorstand des TuS Lohe sind vielfältig. Letztlich tragen wir die Hauptverantwortung für das Gedeihen des Vereins. Und dafür brauchen wir nicht nur engagierte, fähige Mitarbeiter, sondern auch (finanz-) starke Partner.

Junioren wollen gefördert werden, Veranstaltungen sollen den Kameradschaftsgeist erhalten. Ganz klar, dass wir für unseren Verein auch Reklame machen möchten, um uns in der Öffentlichkeit den Stellenwert zu geben, der uns zukommt. Nur: Das alles kostet Geld.

Natürlich wäre es schön, wenn wir alle finanziellen Verpflichtungen aus einer stets vollen Kasse decken könnten. Da es aber den «Goldesel» nur im Märchen gibt, gilt es, Geldquellen zu erschließen. Dabei geht es nicht um Spenden, obwohl auch solche sicher willkommen sind, sondern um die Partnerschaft mit einem oder mehreren Partnern/Sponsoren. In dieser Partnerschaft profitieren beide Seiten gleichermaßen: Unser Verein verfügt über einen regelmäßigen finanziellen «Zugang», Unser Partner/Sponsor findet in unserem Verein eine gut beachtete Plattform für seine eigenen Werbeaktivitäten.

Inhaltsübersicht:

1. Wer ist der TuS Lohe ?
2. Die Zielgruppen des Partners/Sponsors
3. Ausgangslage
4. Rahmenbedingungen
5. Zielsetzungen
6. Produktdefinition
7. Strategie
8. Werbevorschlag

1. Wer ist der TuS Lohe ?

Allgemeines

Unmittelbar nach dem II. Weltkrieg war man überall bemüht, wieder normale Verhältnisse zu schaffen - so auch im Sport. Die ersten Schritte zur Gründung des TuS Lohe wurden bereits im Herbst 1945 eingeleitet. Im Januar 1946 beschlossen dann die Loher Erich Holstein, Fritz Selberg, Christian Dreyer, Willi Göhner, Willi Klostermeier, Lehrer Müller, August Göhner und Karl Klusmeier die Gründung eines Turn- und Sportvereines. Von der damaligen englischen Besatzungsmacht wurde die Vereinssatzung genau geprüft. Im Mai des Jahres 1946 wurde dann der Verein offiziell gegründet und nahm seine Arbeit auf.

Was Wollen wir ?

Wir fördern den Fussballsport in der Region und setzen uns vor allem für die Betreuung der Junioren ein.

Neben den sozialen Aspekten ist es wichtig, dass unsere talentierten Junioren leistungsorientiert gefördert werden, damit wir die bestmöglichen Grundlagen für eine problemlose Integration in die 2. und 1. Mannschaft setzen.

Alle Mitglieder fühlen sich beim TuS Lohe wohl und können sich entsprechend mit dem Verein Identifizieren.

Finanziell sind wir möglichst unabhängig und unverschuldet.

Präsenz

Noch vor fünfzig Jahren wurden die Informationen, z.B. über einen Verein, zum allergrößten Teil über Mund-zu-Mund-Propaganda vermittelt. Je nach Erfolg war «man» Dorfgespräch. Und wenn dann noch der Reporter der Lokalzeitung hier und da einen kleinen Artikel über den Verein schrieb, war das PR genug.

Heute ist das natürlich ganz anders. Bei der Vielzahl der Vereine und Vereinigungen, Gruppen und Gruppierungen in einer Region ist es wichtig, seinen Platz im Bewusstsein der Öffentlichkeit zu behaupten. Wir nutzen jede Möglichkeit dazu.

Regelmäßige Berichte in der Lokalpresse über Veranstaltungen, seien sie sportlicher oder eher gesellschaftlicher Art, ein Internetauftritt, die Kommunikation mit den Behörden und vieles mehr gehören dazu. Und nicht zuletzt: Auch das Verhalten der Spieler und Mitglieder, auf dem Spielfeld und außerhalb, sind PR.

Zusammensetzung des Vorstands

1.Vorsitzender:	Andreas Hinkelmann
2.Vorsitzender:	Konrad Zimmermann
Geschäftsführer (Verwaltung/Controlling):	Karl Heinz Kirches
Stellv. Geschäftsführer (Finanzen/Controlling):	Thomas König
Geschäftsführer Fussball	Sebastian Birke
Marketing/Sponsoring:	Oliver Still
Kassierer Fussballabteilung:	Christian Wilpert
Spartenleitung Fußball:	Andreas Hinkelmann
Jugendobmann:	Uwe Flaake
Spartenleitung Tischtennis:	Dennis Heidemann
Kassierer Tischtennis/Turnabteilung:	Frank Müller
Sozialwart:	Wolfgang Möllers

2. Die Zielgruppen des Partners/Sponsors

Jugendabteilung

220 Mitglieder

Seniorenabteilung

70 Mitglieder

Dazu kommen noch
220 Elternpaare von Junioren

Insgesamt 440 Mitglieder

Passive:

50 Mitglieder

Tischtennisabteilung

70 Mitglieder

Turnabteilung

30 Mitglieder

3. Ausgangslage

Der TuS Lohe hat die Absicht, den Bereich Sponsoring gezielt zu aktivieren und sich auf diese Weise eine neue Geldquelle zu erschließen. Dies ist dringend notwendig in einer Zeit, in der die Organisation eines Vereins immer mehr Mittel verschlingt, die gestiegenen Kosten aber nicht vollumfänglich auf Dritte (Mitglieder) abgewälzt werden können.

Das Projekt, das auf den folgenden Seiten skizziert wird, profiliert den TuS Lohe als einen Verein, der sich seiner sozialen und gesellschaftspolitischen Bedeutung vollauf bewusst ist. Oder anders gesagt: Es macht deutlich, dass der TuS Lohe auf der Suche nach Partnern/Sponsoren nur dann erfolgreich sein kann, wenn das Prinzip „Leistung und Gegenleistung“ zum Tragen kommt.

4. Rahmenbedingungen

4.1. Zahlen und Fakten

Siehe Seite 6 und 7

Eine sowohl quantitativ als auch ideale Plattform für Unternehmen, die sich in einem aktiven, gesunden und sportlichen Umfeld profilieren wollen.

4.2. Gesellschaft und Sozialpolitik

Genauso wichtig wie das numerische Potenzial des TuS Lohe ist aber auch seine Rolle in der heutigen Gesellschaft.

° Die Bedeutung einer aktiven und vor allen Dingen **sinnvollen Freizeitbeschäftigung** nimmt mit jedem Jahr zu. Der TuS Lohe trägt mit seiner Tätigkeit entscheidend dazu bei, dass sich der Mensch den Freiraum „Fussball“ bewahren kann.

° Der TuS Lohe steht für positive Inhalte und erfüllt alle Vorraussetzungen, um als Sympathieträger genutzt zu werden.

° Vor dem Hintergrund sozialer Probleme ist der Sport für viele Jugendliche von existentieller Bedeutung. Der TuS Lohe ist sich seiner Problematik vollauf bewusst und nimmt seine Verantwortung mit einer gezielten Nachwuchsförderung wahr.

° Hinzu kommt ein weiterer Aspekt, der den TuS Lohe zu einem attraktiven Partner macht. Die Faszination Fussball ganz allgemein. Noch nie war der Fussball in Deutschland so gesellschaftsfähig wie heute, noch nie war die Akzeptanz in breiten Bevölkerungskreisen so groß.

Der TuS Lohe ist in der Region ein attraktives Produkt in einem attraktiven Umfeld. Oder mit anderen Worten: ein idealer Partner für jeden Sponsor, der sich auf dieser Plattform glaubwürdig positionieren kann.

5. Zielsetzungen

Da sich kaum ein Alleinsponsor finden lässt, definiert der TuS Lohe seine Ziele wie folgt:

°Gesucht werden diverse Partner/Sponsoren, die sich mit den Aufgaben und Zielsetzungen des TuS Lohe identifizieren können und davon profitieren möchten.

→ Partnerschaft

°Voraussetzung für eine optimale Zusammenarbeit ist das langfristige Denken beider Parteien.

→ Kontinuität

6. Produktdefinition

Von entscheidender Bedeutung auf dem Weg zu einer erfolgreichen Vermarktung des TuS Lohe ist die bereits erwähnte Tatsache, dass ein erfolgreiches Sponsoring nur auf der Basis von Leistung und Gegenleistung funktionieren kann.

Konkret heißt dies:

Der TuS Lohe hat sein „Produkt“ definiert, um den Partnern/Sponsoren einen realen Gegenwert für ihr finanzielles Engagement aufzuzeigen.

Und, ganz wichtig:

Der TuS Lohe hat seine Strukturen an die Bedürfnisse des Marktes angepasst**,** damit er als kompetenter und professioneller Partner glaubwürdig auftreten kann.

Das „Produkt“ des TuS Lohe lässt sich wie folgt definieren:

Als Gegenwert für sein finanzielles Engagement erhält der Partner/Sponsor eine Plattform, die es ihm ermöglicht, seine Botschaften publikumsgerecht zu vermarkten.
Kurzfristig, weil er seine Produkte in einem gesunden und sportlichen Umfeld positionieren und attraktiv präsentieren kann.
Mittelfristig, weil so positive Attribute wie Sympathie, Vertrauen, Dynamik und Aufgeschlossenheit für sein Image nur förderlich sind.
Langfristig, weil der Brückenschlag zwischen Sport und Partner/Sponsor eine verantwortungsvolle Strategie erkennen lässt, die sich aktiv mit gesellschaftspolitischen Fragen beschäftigt, der heutigen Jugend neue Perspektiven eröffnen will – und damit im besten Sinne des Wortes Zukunft hat.

7. Strategie

7.1 Das Sponsoring-Modell

Die Qualität des Produktes ist von zentraler Bedeutung. Dies umso mehr, als der Anspruch auf Partnerschaft, Kontinuität und Flexibilität eine ganze Menge voraussetzt: viel Substanz, noch mehr Präsenz, vor allem aber eine gut funktionierende Infrastruktur sowie die Fähigkeit, auf die individuellen Bedürfnisse der Partner/Sponsoren einzugehen und ihnen so gut wie möglich Rechnung zu tragen.

Konkret bedeutet dies:

Der TuS Lohe hat verschiedene Kategorien definiert, die auf einen Blick deutlich machen, für welche Leistungen der Partner/Sponsor welche Gegenleistungen erhält.
Der potentielle Geldgeber kann in doppelter Hinsicht davon profitieren. Erstens, weil auf diese Weise eine Lösung gefunden werden kann, die seinen Wünschen entspricht. Und zweitens, weil er von allem Anfang an die Gewähr hat, dass sich seine Investition bezahlt macht.

8. Werbevorschlag

Ihr erstes Ziel heißt «**Bekanntheit erhöhen**».

Deshalb wollen Sie viele qualitativ hochwertige Kontakte erreichen. Das heißt, Sie wollen in einem positiven Umfeld von positiv denkenden Menschen positiv wahrgenommen werden. Je nach Ausrichtung soll die Erhöhung der Verkäufe durch Einkäufe von unseren Vereinsmitgliedern beeinflusst werden.

Ihr zweites Ziel heißt «**Image schaffen**».

Das erreichen Sie auf gleichem Weg, wie oben beschrieben. Wichtig sind vor allem positive Emotionen, die mit unserem Verein, dessen Spielern und dem ganzen Umfeld verbunden werden. Wenn ein Verein ein Gesamtpaket an Gegenleistungen, möglichst über das ganze Jahr verteilt, anbietet, hat er bessere Chancen, Sie als Partner/Sponsor zu finden, als wenn Unterstützung nur für einen Einzelanlass gesucht wird.

Ihr drittes Ziel heißt «**umfassende Präsenz**».

Sie möchten nicht nur möglichst oft, sondern auch möglichst das ganze Jahr lang in Erscheinung treten.

8.1 Übersicht der Sponsoringmöglichkeiten

Werbebande:	250,00 Euro/Jahr
Ankündigungsplakat:	150,00 Euro/ Jahr
Paket aus beiden und Internetauftritt:	360,00 Euro/Jahr
Vereinsheft / ganze Seite:	100,00 Euro/Jahr (1)
Vereinsheft / halbe Seite:	50,00 Euro/ Jahr (1)
Jahreseintrittskarte:	150,00 Euro/Jahr (2)
Komplettpaket:	700,00 Euro/Jahr (3)
Komplettpaket ohne Jahreseintrittskarte:	550,00 Euro/Jahr (3)
Trikotwerbung:	auf Anfrage

(1) Auflage ca. 4000-5000 Stk. Aufgeteilt in 2 Ausgaben pro Jahr mit aktuellen Informationen

(2) Beinhaltet: kostenlosen Eintritt zu den Heimspielen, kostenlosen Bier und Bratwurstverzehr

(3) Beinhaltet: Ankündigungsplakat, Internetwerbung, 2 x Vereinsheft (ganze Seite) und die Jahreseintrittskarte (2)

Aus allen Vorschlägen können auch Sonderpakete gebildet werden !!!