

Muster-Sponsoringangebot

-Struktur und Inhalte-

(z.B. als Powerpointpräsentation/pdf-Dokument im Quer- oder Hochformat zum Versand an Sponsoren bzw. zur Vorlage bei Sponsorenterminen)

Seite 1: Titelseite/Deckblatt

- Bezeichnung Titelblatt: Kooperationsangebot
- Name des Sponsoringprojektes: Internationales Hallenhockeyturnier 2020
- Einbindung Logo des kontaktierten potenziellen Sponsors
- Datum der Angebotserstellung

Seite 2: Allgemeine Informationen zur Veranstaltung (Daten/Fakten)

- Veranstaltungstermin: 27.01. – 30.01.2020
- Veranstaltungsort: Max Müller-Sporthalle Hockeyhausen
- Erwartete Zuschauer: 3.000
- Zuschauerentwicklung: Grafik, die eine positive Entwicklung in den letzten Jahren dokumentiert
- Teilnehmer: Top-Mannschaften aus 10 Nationen (Namen,...)
- Was ist das Einzigartige/Besondere der Veranstaltung (z.B. die Bedeutung der Veranstaltung: Das größte Turnier dieser Art in Nordrhein-Westfalen)
- Rahmenprogramm: Kinderbetreuung, Mitmachangebote für Zuschauer, Messe etc.

Seite 3: Informationen zur Sportart

- Was sind die Imageattribute von Hockey?
- Was macht Hockey besonders? Welche Alleinstellungsmerkmale hat Hockey im Vergleich zu anderen Sportarten?

Seite 4: Zuschauerstruktur (z.B.)*1

- Geschlechtsverteilung: Hoher Anteil an weiblichen Zuschauern (ca. 70 %)
- Altersstruktur: Durchschnittsalter 40,8 Jahre
- Durchschnittliches monatliches Haushaltsnetto-Einkommen: ca. € 3.600,--
- Bildungsstand der Zuschauer (Hochschulabschluss, Abitur, Mittlere Reife etc.): 65 % Hochschulabschluss bzw. Abitur, ...

Seite 5: Medienresonanz (z.B.)

- Medienkooperation mit Hockeyhausener Tageblatt (tägliche Sonderseite zur Veranstaltung, Sonderbeilage vor der Veranstaltung)
- Medienkooperation Radio Hockeyhausen (täglich 30 Minuten Berichterstattung; z.T. live)
- TV Hockeyhausen (lokaler TV-Sender): Livestreaming von allen Spielen, tägliche Zusammenfassung in Magazinform und Kurzberichte in Hauptnachrichtensendung
- Mehr als 20 akkreditierte Journalisten (Hockeyhausener Tageblatt, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Hockeyzeitung etc.)
- Gesamtanzahl und Auflagenhöhe der Presseberichte, in denen über die Veranstaltung im Vorjahr berichtet wurde (Nennung der bekanntesten Publikationen; beispielhafter Abdruck von ausgewählten Beiträgen)

Seite 6: Sponsoring allgemein – Sponsorenakzeptanz/Sponsoringpotenzial*1

- 90 % der Zuschauer sind der Überzeugung, dass sich Sponsoren durch ein Sponsoringengagement bei der Veranstaltung Sympathie erwerben

- 55 % der Zuschauer bevorzugen Produkte bzw. Dienstleistungen von Unternehmen, die sich bei der Veranstaltung als Sponsor engagieren
- Stellungnahme eines langjährigen und in der Region bekannten Sponsors einbinden (z.B.: „professionelle Betreuung durch Verein, positive Kommunikationseffekte erreicht“)
- Organisationsprofil: Umfassende Erfahrungen und Kompetenzen bei der Veranstaltungsorganisation und im Sponsoringmanagement

Seite 7: Infos zu Sponsorenstruktur (z.B.)

- Infos zu den Prädikaten/Sponsoringkategorien (wie viele Sponsoren je Kategorie sind geplant? Z.B. 1 Titelsponsor, 4 Hauptsponsoren, 4 Co-Sponsoren, 20 sonstige Partner/Ausrüster)
- Darstellung als Sponsorenpyramide
- Welche Sponsoren und Medienpartner sind bereits dabei?
- Hinweis auf Branchenexklusivität als Titel-, Haupt und Co-Sponsor

Seite 8-9: Infos zu Sponsoren-Paket(en) (z.B. Sponsoringmöglichkeiten als Titelsponsor)

- Nutzungsrecht/Status
 - Recht, sich **„Offizieller Titelsponsor“** nennen zu dürfen und diese Bezeichnung in der Unternehmenskommunikation zu verwenden
- Namensgebung
 - Die Veranstaltung führt den Namen des Sponsors im Titel
- Werbung Spielfeldfläche
 - 40 Prozent der Bandenfläche rund um die Spielfeldfläche (im Schwenkbereich der Fernsehkameras)
 - 4 Bodenaufkleber (Größe: 4 x 1 m)
 - Platzierung eines mobilen Werbeträgers neben dem Spielfeld
- Drucksachen
 - Einbindung des Sponsorenlogos in allen zur Verfügung stehenden Drucksachen
 - Absperrbänder
 - Akkreditierungen
 - Anzeigen
 - Aufkleber
 - Briefpapier
 - Broschüren
 - Eintrittskarten
 - Ergebnislisten
 - Flyer
 - Großflächenbanner
 - Hinweisschilder
 - Parkscheine
 - Plakate
 - Poster
 - Pressemitteilungen
 - Programmheft
- Werbung im Innenbereich der Veranstaltungsstätte
 - Sponsorenwände im
 - Eingangsbereich
 - Interviewbereich
 - Presseraum
 - VIP-Raum
 - Deckenhänger mit Sponsorenwerbung
 - Werbung auf Tribünenaufgängen
 - Werbebanner an der Hallenwand

- Werbung vor der Veranstaltungsstätte
 - Platzierung eines Großwerbemittels (z.B. Blow-Ups oder Inflatables)
- Videowand/Anzeigentafel
 - Einblendung des Sponsorenlogos auf der Videowand/Anzeigentafel (mindestens 10 mal pro Veranstaltungstag)
 - Abspielen von 4 Werbespots à 30 Sek. pro Veranstaltungstag
- Programmheft (DIN A 4-Format; Infos zur Auflagenhöhe nicht vergessen!)
 - Nennung als Titelsponsor auf der Sponsoreseite
 - 1 x 1/1 Seite Anzeige (4c)
 - 1 x 1/1 Seite redaktioneller Text (s/w)
 - Option, Infomaterial, Flyer, Aufkleber, Warenproben etc. dem Programmheft beizulegen (gegen Kostenübernahme)
- Vereinszeitung (DIN A 4-Format, ; Infos zur Auflagenhöhe nicht vergessen!)
 - 1 x 1/1 Seite Anzeige (4c)
 - 1 x 1/1 Seite redaktioneller Beitrag (s/w)
 - Option, Infomaterial, Flyer, Aufkleber etc. dem Programmheft beizulegen (gegen Kostenübernahme)
- Eintrittskarten
 - Bereitstellung von 10 VIP-Eintrittskarten der besten Kategorie (VIP-Eintrittskarten berechtigen zum Eintritt in den offiziellen VIP-Bereich)
 - Darüber hinaus können weitere Eintrittskarten zu Sonderkonditionen erworben werden (z.B. für Kundenbindungsmaßnahmen)
 - Bereitstellung von 5 Parkscheinen für VIP-Parkplatz
- Produktpräsentationen
 - Möglichkeit, Unternehmensprodukte zu präsentieren bzw. Displays in der Veranstaltungsstätte aufzubauen
- Social Media (Infos zur Anzahl der Fans/Follower nicht vergessen!)
 - 2 Posts mit Nennung des Sponsors auf Facebook
 - 2 Posts mit Nennung des Sponsors auf Twitter
 - 2 Posts mit Nennung des Sponsors auf Instagram
- Homepage (Infos zu Besuchern und Seitenaufrufen nicht vergessen!)
 - Einbindung des Sponsorenlogos auf der Homepage der HG Hockeyhausen
 - Verlinkung des Sponsorenlogos mit der Homepage des Sponsors
 - Platzierung eines Online-Werbebanner im Format 468 x 60 Pixel auf der Startseite
- Abschlussbankett
 - Einbindung des Sponsors in das Abschlussbankett am Ende der Veranstaltung (reservierter Tisch einschließlich Essen und Getränke für 10 Personen mit der Möglichkeit zum „Meet & Greet“ mit den Stars der Veranstaltung)
- **PR-Maßnahmen**
 - Bekanntgabe der Kooperation im Rahmen einer Pressekonferenz (auf Wunsch beim Sponsor)
 - Nennung des Sponsors in Pressemitteilungen
 - Durchführung einer gemeinsamen, öffentlichkeitswirksamen PR-Aktion im Vorfeld der Veranstaltung
 - Integration des Sponsors in zusätzliche PR-Maßnahmen
 - Teilnahme am Presse-Stammtisch unmittelbar vor der Veranstaltung
 - Nennung des Sponsors im Rahmen der Vorberichterstattung und Nachberichterstattung in allen zur Verfügung stehenden vereinseigenen Medien (Internet, Newsletter, Vereinszeitschrift, App Jahrbuch, Vereinsschaukasten etc.)
 - Beilage von Informationsmaterial in der offiziellen Veranstaltungs-Pressemappe
 - Spieler bzw. Trainer der HG Hockeyhausen stehen dem Sponsor als Testimonials für eine PR-Maßnahme zur Verfügung (z.B. Autogrammstunde oder Messeauftritt)

- **Hospitality**
 - Option, einen eigenen VIP-Bereich bereitgestellt und eingerichtet zu bekommen (gegen Kostenübernahme)
- Siegerehrung
 - Einbindung des Sponsorenlogos auf dem Siegerehrungspodest
 - Übergabe eines Ehrenpreises durch einen Unternehmensvertreter im Rahmen der Siegerehrungszeremonie
- Fahnen
 - Anbringung von 4 Sponsorenfahnen vor bzw. in der Veranstaltungsstätte
- Hallendurchsagen
 - Regelmäßige Sponsorenhinweise durch den Hallensprecher
- Info-/Verkaufsstand (Stand-/Präsentationsfläche)
 - Recht, einen Promotionstand in der Veranstaltungsstätte zu platzieren (Standfläche: 4 x 4 m)
- Promotion
 - Recht zur Durchführung von
 - Gewinnspielen einschließlich Preisübergabe auf dem Spielfeld
 - Samplingaktionen (Verteilung von Produktmustern durch Promotionteam)
 - Mitmachaktionen für Zuschauer
 - Autogrammstunden
- **Sponsorentreffen**
 - Teilnahme an einem Sponsorentermin vor und nach der Veranstaltung
- Sonstiges
 - Präsenz des Sponsors auf Vereinsbus (für ein Jahr)
 - Schaltung von Hörfunkspots mit Integration des Sponsors
 - Werbliche Integration in den Vereinsschaukasten
 - Beilage eines Flyers des Sponsors beim Versand eines Informationsschreibens an frühere Besucher der Veranstaltung bzw. beim Versand bestellter Eintrittskarten
 - Vereins-E-Mail-Newsletter: einmalige Integration von Produktinformationen des Sponsors
- **Dokumentation**
 - Bereitstellung einer Dokumentation der Sponsoringkooperation
 - Fotos von umgesetzten Werbemaßnahmen
 - Mitschnitte von TV- und Hörfunkberichten
 - Screenshots (Bildschirmkopien) von Internetseiten/Social Media-Präsenzen, auf denen über die Veranstaltung und den Sponsor berichtet wurden
 - Original-Zeitungsberichte, in denen der Sponsor in Wort und Bild abgedruckt wurde (Clippings)
 - Belegexemplare von Drucksachen (Flyer, Plakate etc.), in denen der Sponsor eingebunden wurde
- Sponsoringbetrag*²
 - € 10.000,-- zzgl. MwSt.

Seite 10: Bandenplan

Seite 11: Ansprechpartner/Kontakt

- Name (Vor- und Nachname) sowie Funktion im Verein
- Kontaktdaten (E-Mail, Mobilnummer, Telefon, Fax)

Wichtig!

- Durch qualitativ hochwertige Fotos die Textinformationen ergänzen!
- Visualisierung, wie die Einbindung des Sponsors in der Umsetzung konkret aussehen könnte (Integration von Banden des Sponsors in einen bestehenden

Bandenplan, Integration des Sponsorenlogos auf der Veranstaltungs-Homepage, in Social Media-Posts etc.)

*¹ Angaben sollten auf durchgeführten [Zuschauerbefragungen](#) basieren.

*² Es ist ein Hinweis zu integrieren, dass die Produktionskosten für Banden, Fahnen, Sponsorenwände etc. zu Lasten des Sponsors gehen und nicht im Sponsoringbetrag enthalten sind (siehe dazu auch § 3 „Leistungen des Sponsors“ im [Muster-Sponsoringvertrag](#)).