LANDESSPORTBUND NORDRHEIN-WESTFALEN

# Praxisbeispiele Sponsoring

## Ablaufplan einer Pressekonferenz zur Präsentation eines neuen Sponsors: Auftakt nach Maß! Die erste Pressekonferenz mit dem neuen Sponsor

**Ort:** Vereinszentrum (Mögliche Alternativen: Vereinsgaststätte, Vereinssportanlage, Firmensitz des Sponsors, Rathaus)

**Tag/Uhrzeit:** Dienstag, 04. Juni 2019, 11.00 Uhr

**Teilnehmer:** Sponsorenvertreter (z.B. Geschäftsführer, Vorstandsvorsitzender, Marketingleiter), Bürgermeister der Stadt (auch denkbar: anderer städtischer Vertreter, wie z.B. Sportdezernent bzw. ein Sponsoring-Botschafter des Vereins)
Vertreter des Sportvereins (Präsident/Vereinsvorsitzender)
Spieler der gesponserten Vereinsmannschaft (z.B. Mannschaftsführer)

**Moderation:** Pressesprecher/Ressortleiter Medien des Sportvereins

**Ablauf:**

**11.00 Uhr**
Begrüßung durch Pressesprecher

- Vorstellung der Teilnehmer
- Einleitende Worte zum aktuellen Anlass des Pressetermins

**11:05 Uhr**
Statement des Sponsorenvertreters

- Darstellung der Gründe/Ziele des Engagements
- Informationen zur Höhe des Engagements (falls kein Stillschweigen darüber vereinbart wurde)
- Übersicht der vom Sponsor geplanten Aktivitäten
- Darstellung der Leistungen des Vertrages

**11:10 Uhr**
Statement des Bürgermeisters

- Danksagung der Stadt an den Sponsor für die Unterstützung
- Herausstellung, dass das Engagement ein wichtiger, positiver Impuls für die Stadt/Region/den Sport ist (Sport als bedeutender Standortfaktor)

**11:15 Uhr**
Statement des Vereinspräsidenten

- Freude über das Sponsoringengagement zum Ausdruck bringen

- Für die Unterstützung bedanken
- Bedeutung des Sponsoringengagements für den Verein/die gesponserte Mannschaft hervorheben
- Wichtigkeit für die sportliche Zukunft des Vereins darstellen
- Möglichkeit, dank des Sponsorings die Mannschaft langfristig zu verstärken
- Nachwuchstalent des Vereins bringt die Verträge an den Tisch
- Symbolische Vertragsunterzeichnung: Sponsoren- und Vereinsvertreter
- Oberbürgermeister beglückwünscht Sponsor und Vereinsvertreter

**11:20 Uhr**
Statement eines Spielers der gesponserten Mannschaft

**11:25 Uhr**
Vertragsunterzeichnung am Tisch

**11:30 Uhr**
Fragerunde für Journalisten
**anschließend**

Gemeinsamer Fototermin, ggf. verbunden mit einer kleinen PR-Aktion. Redner gruppieren sich zum Foto vor einer Sponsorenwand auf dem idealerweise nur Logos des neuen Partners platziert sind.

Es ist auch denkbar, eine Fotomöglichkeit mit den Teilnehmern ca. 10 Minuten vor der Pressekonferenz anzubieten.

Ende des Pressetermins

Kleiner Imbiss und Umtrunk
Gelegenheit für Einzelgespräche