

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

11:05 Uhr

Statement des Sponsorenvertreters

11:10 Uhr

Statement des Bürgermeisters

11:15 Uhr

Statement des Vereinspräsidenten

- Vorstellung der Teilnehmer
- Einleitende Worte zum aktuellen Anlass des Pressetermins
- 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
- 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)
- Freude über das Sponsoringengagement zum Ausdruck bringen

11:20 Uhr

Statement eines Spielers der gesponserten Mannschaft

11:25 Uhr

Vertragsunterzeichnung am Tisch

11:30 Uhr

Fragerunde für Journalisten
anschließend

- 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

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