

## 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

##### 11:10 Uhr

Statement des Bürgermeisters

- 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)

##### 11:15 Uhr

- Freude über das Sponsoringengagement

Statement des Vereinspräsidenten

**11:20 Uhr**

Statement eines Spielers der gesponserten Mannschaft

**11:25 Uhr**

Vertragsunterzeichnung am Tisch

**11:30 Uhr**

Fragerunde für Journalisten

**anschließend**

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

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