



SPONSORING geht NEUE WEGE

Die Zeiten ändern sich.

Und deshalb sind neue Gedanken, Inspiration mehr als notwendig. Um bestehende Konzepte zu ergänzen oder ganz neue Wege zu gehen. **Wer stehen bleibt, geht rückwärts!**

In diesem Sinne, exklusiv für Sie:
Ideen und Statements zur Weiterentwicklung des Sponsoring

2009





SPONSORING geht NEUE WEGE

- 1 Neuer Fokus im Sponsoring: VERKAUFEN
Sponsoring-Veredelung® als konstruktiver, sales-orientierter Mix aus Sponsoring, Verkaufsförderung und Vertriebsaktivitäten

- 2 Weiterer Fokus: VERNETZTE ANSPRACHE
Aus der realen und der virtuellen Kommunikations-Welt wird eine, „**One World**“. **Sponsoring** wird online und stellt damit eine intensive Bindung zur Zielgruppe her.

- 3 **E Table soccer**. Eine neue digital-reale Sport(entertainment)art geht an den Start. Der traditionelle Tischkicker mit einem Bildschirm und Software für ein außergewöhnliches Spielerlebnis. In Verbindung mit dem Deutschen – und dem Weltverband der Tischfußballer sind DM, EM und WM möglich.
www.etable-soccer.com

- 4 **Sponsoring „für Jedermann“**. Von Sponsoring-Engagement sollte „jeder“ etwas haben, d.h. Nähe herstellen, insbesondere POS Nähe.

- 5 Verstärkung der **FAN-Interaktion** in Zusammenarbeit mit Verein oder Verbänden. FANS sind Käufer, sind Multiplikatoren, sind „Stimmungsmacher“. Je enger die Bande, desto höher der Abverkauf.

- 6 Die neue Meeting-Kultur im Unternehmen: **Sponsoring + Verkaufs- förderung + Vertrieb. Natürlich: Entwicklung gemeinsamer Konzepte**, von der Idee über die Realisation bis zum Abverkauf.



SPONSORING geht NEUE WEGE

7 DeutschMusik-Nachwuchs-Sponsoring

In Kooperation mit MySpace oder einem anderen Musikportal werden die Deutsch-singenden Nachwuchskünstler gesucht. Und das in mehreren Kategorien.

BE STAR – Mach`s auf Deutsch!

Beispiel- Kategorien: Rapp/Hip Hop Deutsch, Schlager Deutsch. Rock Deutsch, Swing-Deutsch.... Deutsch

8 JOBNachwuchs-Sponsoring (weg von der Negativ-Berichterstattung)

„Die lieben Kleinen“ - Deutschlands bester JOBNachwuchs (gesucht)

Hintergrund: wir haben die Talente und Köpfe für ALLE Berufe Köche, Techniker, Bäcker, Schriftsteller, Maler, Moderatoren , Designer,, (alles, was FUN macht)

Koop: mit jeweilige, Bundesverband o. Bundesministerium (für Arbeit)
Format: Talent-Show / Doku-Format : Reiches Deutschland

9 SportsCasting-Sponsoring / Branded Entertainment
als Reality-Doku-Casting

Aktuelles-Projekt:

Fußball-Stars (Sendeplatz auf RTL2, in Kooperation mit der Kölner Sporthochschule Einstieg noch möglich

Pipeline:

BasketBoys

Tennis Talents / Young Tennis Heroes/ White Talents

.....

10 Sponsoring Web-Serien. Ähnlich „Manni der Libero“, Integration in Zielgruppen-Portale wie z.B. Juppy. Tägliche Ausstrahlung. Download von alten Folgen möglich. Massive virale Effekte.



SPONSORING geht NEUE WEGE

11 **„MassenFormat-Sponsoring“**
Gesucht wird der E.V. des Jahres , Deutschlands bester Verein
aus 535.000 Vereinen mit (?) Mitgliedern

... Aufruf via TV, Anschreiben an 500.000 Vereins-Präsidenten
 Online-Bewerbung und Qualifikation (Fragen und Actions als Video
 einzureichen), Aufzeichnung der Vorrunden, Live-Sendungen ab
 Viertelfinale.

12 **Bildungs-Sponsoring.** In Zusammenarbeit mit den
 Bildungsträgern ab der 1. Klasse Kids begleiten, fordern und fördern.
 Damit lebenslange Fans gewinnen, die wissen, wem sie ihre
 (Berufst)Ausbildung und das, was dann kam, zu verdanken haben.

13 **SPOtelling: Sponsoring und Story Telling,**
 Legende, Mythos, Heldensagen ... Harley Davidson und die Zigaretten-
 Abenteuer... . Es muss noch mehr geben. Kurzfristige Lacherfolge
 reichen dafür nicht.
 Geschichten initiieren, die das Potenzial zur „Überlieferung“ haben!

14 **SportAUSbildung.** Eingepflanzt in den Breitensport und
 in den „Straßensport“. Kinder an die Vereine heranführen, selbst welche
 Gründen, ehrenamtliche Helfer und Kooperationspartner einbinden.
 Den passenden Sport finden, vom Sport begeistern.

15 **„Sponsoring-Cross-Over“** – Entwicklung gemeinsamer
 Konzepte mehrere Sponsoren eines Events, Vereins oder einer League,
 Sales-driven, d.h. gemeinsame Angebote, gemeinsame Internet-
 Aktions-Präsenz, gemeinsame

16 **„Liebling“Sponsoring** ... von besonderen Tieren,
 Landschaften, Planeten, Baumarten, Wohltätern, Vorbildern, Brücken,
 Hölzern... als ein Mix aus Support/Patenschaft/Hilfe zur Selbsthilfe.
 Immer, ... Engagement nah an die Zielgruppe bringen, ...noch besser
 mit Interaktion und Integration.



SPONSORING geht NEUE WEGE

17 **Community-Sponsoring**

Begleitung, Unterstützung neuer, innovativer Communitys, die absolut zielgruppengenau agieren. „Pate“ sein, der von Anfang an das Vertrauen der „Gemeinde“ gewinnt und exakt nach den Community-Bedürfnissen entsprechende Produktangebote platziert.

18 **TailormadeSponsoring**

Exklusvie HandelsSponsoring-Engagements, ausschließlich „für“ einen HandelsKeykunden / Mit entsprechenden Vermarktungsmaßnahmen am POS.

19 **Stärkere Integration der Zielgruppe in Sponsoring-Engagements**

20 Wo ist die Zielgruppe: Berücksichtigung
Breitensporteinbindung, evtl. auch „e-sports-Kooperation.

21 **SocialSponsoring** in Verbindung mit DokuSoaps, d.h. Engagements der Bevölkerung in sozialen Projekten zeigen. Beispiel: Maggi-Suppen-Küche für arme Familien, aber auch die Maggi-Kochschule für Kochtalente.

Fazit

Sponsoring muss Teil der neuen Kommunikations-Kultur werden.

**Sponsoring muss sich neue Felder, neue Kanäle suchen.
Zielgruppenspezifischer und „bürgernäher“ werden.**

Sponsoring muss informieren, Nutzen zeigen und Produkte bzw. Dienstleistungen verkaufen.

Sponsoring wird die wichtigste Kommunikationsform der kommenden Jahre.