

25. Mai 2010 – imex Frankfurt

Sponsoring!

**„Erfolgreiche Finanzierungsmöglichkeiten für
Verbandsmedien und Veranstaltungen“**

Agenda

- I. Sponsoring – Potenzial vorhanden?
- II. Fehler – Was sollten Sie nicht tun?
- III. Fallbeispiel: VDZ – Verband Deutscher Zeitschriftenverleger
- IV. Verkauf: 10 Punkte zum Erfolg

TIPP: Das Wesentliche finden in Ihrem Kopf statt und nicht auf meinen Charts. Schreiben Sie Ideen sofort auf!

Sponsoring – Die Definition

Unter Sponsoring versteht man die Förderung von Einzelpersonen, einer Gruppe von Menschen, Organisationen oder Veranstaltungen, durch eine Einzelperson, eine Organisation oder ein Unternehmen, in Form von Geld-, Sach- und Dienstleistungen **mit der Erwartung, eine die eigenen Marketingziele unterstützende Gegenleistung zu erhalten.** Sponsoring wird von Unternehmen (den Sponsoren) zum Zweck des Marketings, der Kommunikation, insbesondere der Kommunikationspolitik des Marketings betrieben. Neben der Förderung des Empfängers gilt als Ziel regelmäßig auch, auf das eigene Unternehmen aufmerksam zu machen. Sponsoring wird von Unternehmen – den Sponsoren – als Marketinginstrument genutzt und ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit und der Werbung- oft auch der grundsätzlichen Unternehmenspolitik, **insgesamt letztendlich mit dem Ziel der Verkaufs- bzw. Absatzförderung für Produkte und Dienstleistungen. (Quelle Wikipedia)**

Sponsoring – Potenzial vorhanden?

Bieten Sie möglichen Sponsoren einen Nutzen?

- Sind Ihre Mitglieder interessant für Dienstleister?
- Investieren und konsumieren Ihre Mitglieder?
- Ist Ihr Markt ausreichend groß?
- Können Sie den Kontakt zwischen den Partnern herstellen?
- Sind Ihre Mitglieder offen für Angebote Ihrer Partner?

Fehler – Was sollten Sie nicht tun?

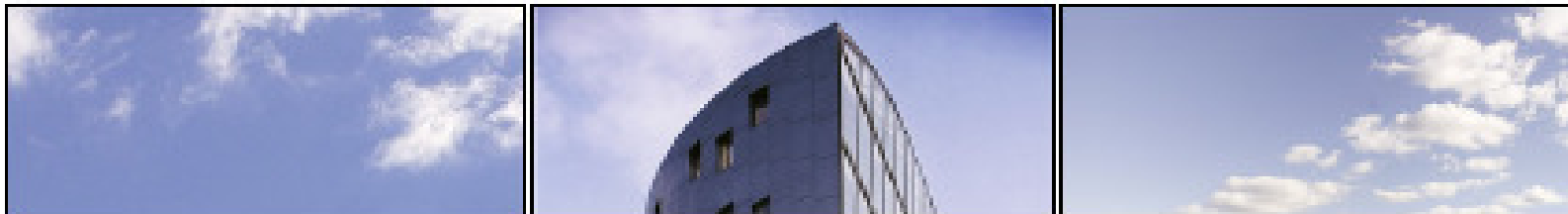
Die häufigsten Fehler im Sponsoring:

- keine klare Zielgruppendefinition
- kein echtes Verkaufsteam
- keine klaren Verantwortungsbereiche
- überzogene Vorstellung
- zu niedrige Preise
- keine schlüssigen Angebotsmodelle bzw. Unterlagen
- keine Wertschätzung der Partner
- Neutralitätsverlust

zanetti altstoetter und team

agentur für starkes verbands-sponsoring

Fallbeispiel: VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e.V.



Über den VDZ können alle wichtigen Zeitschriftenverlage Deutschlands angesprochen werden



Prof. Dr. Hubert Burda
Präsident Verband Deutscher
Zeitschriftenverleger



Manfred Braun
Vorstand
Die Publikumszeitschriften im VDZ

- ▶ Gründung 1929, 1954 wieder gegründet
- ▶ Interessenvertretung von rund 400 Mitgliedsverlagen (Publikums-, Fach- und Konfessionelle Zeitschriften), die rund 6.000 Zeitschriften veröffentlichen
- ▶ Arbeitgeber-, Dienstleistungs- und Wirtschaftsverband
- ▶ Bekannte Mitglieder sind z.B. Axel Springer, Burda, Gruner+Jahr, Spiegel, Bauer, Holtzbrinck, WAZ, Klambt, IDG
- ▶ VDZ vertritt rund 90 Prozent des Marktes (Umsatz) in Deutschland
- ▶ Verband des Jahres (2004)



motor
presse
stuttgart

CONSEIL SUPPLÉMENTAIRE

KLAMBT



Bauer
MEDIA GROUP

axel springer



DK
MEDIA GROUP



WAZ
MEDIEN
GRUPPE

MVG

JAHRES
ZEITSCHRIFTEN
VERLAG

G+J



Bertelsmann
Media

PIRELLA
GRUPPE

Fallbeispiel: VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e.V.

Sponsoring-Plattform VDZ und VDZ Zeitschriften Akademie

- [MedienDienstleister.com](#) - Print/ Online
- [Print &more](#) - Das Magazin der Zeitschriftenverleger
- [VDZ Newsletter](#) – Div. Infodienste
- [vdz.de](#) - Die Website mit TV, Marktplatz und Infos
- [zeitschriften-akademie.de](#) - Seminare und Veranstaltungen
- [Kongress Deutsche Fachpresse](#) – 700 Besucher jährlich
- [VDZ-Zeitschriftentage](#) – 1000 Besucher jährlich
- [VDZ –Großveranstaltungen](#) – 3 im lfd. Jahr(ab 200 TN)
- [VDZ Expertenforen](#) - Themenschwerpunkte

Fallbeispiel: VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e.V.

Angebote des VDZ und seiner Zeitschriften Akademie

- Eintrag in MedienDienstleister.com – € 800,- pro Jahr
- Anzeige in Print &more – ab € 2.045,- (1/1)
- Newsletter Textanzeige/ Banner – ab € 250,-
- Banner vdz.de – ab € 300,- pro Woche
- Stand Veranstaltung – ab € 2.000,-
- Werbepartnerschaft Veranstaltung – ab € 1.500,-
- Sachsponsoring – je nach Aufwand
- Fördermitgliedschaft – ab € 5.000 jährlich
- Strategische Partnerschaft – ab 25.000,- jährlich

zanetti altstoetter und team

agentur für starkes verbands-sponsoring

Fallbeispiel: VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e.V.

Beispiel

Angebotskonzept

VDZ Zeitschriftentage 2009

Fallbeispiel: VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e.V.

Was geht nicht beim VDZ?

- ... erkaufen von Wettbewerbsvorteilen
- ... erkaufen von politischem Einfluss
- ... Wettbewerbsausschluss
- ... die Lieferung der Kontaktdaten (Teilnehmer/ Mitglieder)
- ... Sonderpreise/ Rabatte

**„Der VDZ hat hohe Sponsoring-Einnahmen,
aber verliert nie seine Neutralität!“**

Fallbeispiel: VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e.V.

Was bietet der VDZ seinen Partnern?

- Zugang zum Mitglied über Medien und Veranstaltungen
- Marktübersicht der Branchenteilnehmer
- Persönliche Kontaktmöglichkeiten
- Steigerung der Bekanntheit in der Branche
- Transparente und klare Angebote
- Positiven Imagetransfer
- Potenzielle Auftraggeber

**„ Der VDZ ist eine starke Marke unter der
es sich verkaufen lässt“**

Verkauf: 10 Punkte zum Erfolg

1. Marktanalyse erstellen
2. Leistungsportfolio des Verbandes zusammenstellen
3. Angebote kalkulieren und festlegen
4. Nutzen der Angebote für Mitglieder und Partner prüfen
5. Verkaufsunterlagen professionell erstellen
6. Adressdaten generieren
7. Verkaufsteam zusammenstellen
8. Kompetenzen klar definieren
9. Transparenz in Preis und Leistung
10. Sponsoren professionell betreuen

zanetti altstoetter und team

agentur für starkes verbands-sponsoring

Sponsoring! Erfolgreiche Finanzierungsmöglichkeiten...

**Mit wenigen Regeln und einem klaren Konzept
können auch Sie Partner für Ihren Verband gewinnen.
Viel Erfolg!**

zanetti altstoetter und team

agentur für starkes verbands-sponsoring

Volker Zanetti

Noch Fragen?
Hier meine Kontaktdaten:

Home:

zanetti altstoetter und team
Novalisstrasse 10
10115 Berlin

phone: 030/246294-38

fax: 030/246294-15

email: zanetti@z-a-t.com

www.z-a-t.com