

Sponsoring

«Wir bewegen die Schweiz»

Bernsport, Workshop 15. Oktober 2012
Haus des Sports, Ittigen

Ausgangslage

Definition Sponsoring

«Mit dem Sponsoring fördert die Schweizerische Post Organisationen oder Veranstaltungen im sportlichen, kulturellen, sozialen, wissenschaftlichen oder Umwelt-Bereich mit Geld- und Sachleistungen, um damit **kommunikative Ziele** bei vornehmlich **externen Zielgruppen** zu erreichen.»

Sponsoring-Strategie 2012–2013

Ziele Konzern

	Post
Bekanntheit	③
Image Positionierung / Stärkung Kernwerte: zuverlässig / wertsteigernd / nachhaltig; innovativ/kundenorientiert	①
Kundenbindung / Geschäftsbeziehung (Aufbau/Pflege)	②
Identifikation Mitarbeitende	①

Grundsätze

Sponsorship-Anforderungskriterien

- Unterstützung der Sponsoring-Positionierung
- Prinzip von Leistung und Gegenleistung
- Wirksame visuelle Präsenz der Marken und kommunikative Umsetzbarkeit
- Angemessene geografische und sprachliche Verteilung (nationale Engagements)
- Ausgeglichene zeitliche Verteilung der Sponsoringmittel im Jahresverlauf
- Auftritt i.d.R. als Hauptsponsorin

Nicht eingegangen werden Engagements

- zur Unterstützung von Einzelpersonen
- zur Unterstützung von einzelnen Sportteams, sofern nicht der übergeordnete Verband unterstützt wird
- im Motorsport / Kampfsport
- von Extremsportarten und Sportarten mit erhöhtem Einzelrisiko
- die ethisch nicht vertretbar oder bewusst rassen-, geschlechts- oder konfessionsdiskriminierend sind

Engagements und Massnahmen der Dachmarke Post

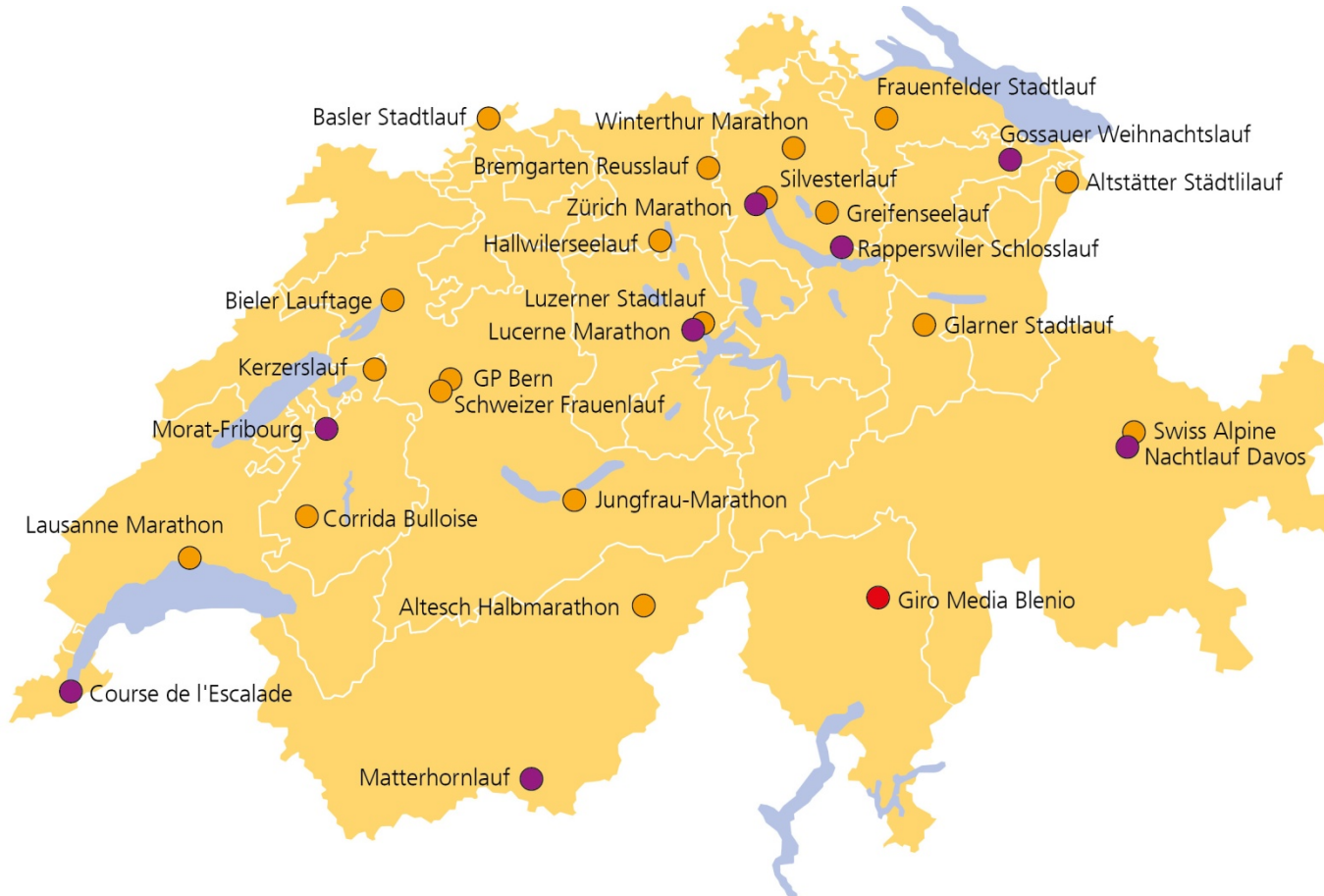


Sportsponsoring

Die Post engagiert sich für den Laufsport. Wir helfen tatkräftig mit bei der Förderung des Breiten- und Leistungssports und setzen die Marke Post dynamisch in Szene.

Engagements und Massnahmen

Laufsport: national präsent



● Sponsoring-Vereinbarung Post/Verwalter

● Sponsoring-Vereinbarung Post/Verwalter, nicht Mitglied bei Swiss Runners

● Keine Sponsoring-Vereinbarung Post/Verwalter



Sie wollen das volle Programm.
Tom: Dokufilme, Roger: Actionfilme, Anna: Liebesfilme

Unser Film-Engagement: Für die anspruchsvollsten Kunden der Welt.

Hauptsponsorin der Solothurner Filmtage



Kultursponsoring

Die Post unterstützt die vier grössten Filmfestivals der Schweiz. Wir rücken die Post damit ins richtige Licht und sorgen bei den Besuchern für bleibende Eindrücke.



Soziosponsoring

Die Post nimmt ihre gesellschaftliche Verantwortung wahr und engagiert sich für soziale Projekte wie 2 x Weihnachten oder die Institution Glückskette. Wir koordinieren diese Aktivitäten und laden unsere Mitarbeitenden zum Mitmachen ein.

Umweltsponsoring

Die Post nimmt ihre gesellschaftliche Verantwortung für die Umwelt und die Erhaltung der Ressourcen wahr.

www.post/klima.ch

Ich will auf einem gesunden Planeten gross werden.

Lukas, 10-jährig

Über 3500 Elektroroller sind uns nicht genug für eine saubere Umwelt.

Die Post ist auch für die künftigen Generationen da. Mit über 3500 Elektrorollern betreiben wir die umweltfreundlichste Rollerflotte Europas. Doch das genügt uns nicht. Deshalb werden wir bis 2016 komplett auf Elektroroller umrüsten und bauen grosse Solaranlagen auf den Dächern unserer Gebäude. Schon heute beziehen wir unseren Strom zu 100% aus erneuerbarer Energie. Für die anspruchsvollsten Kunden der Welt.



DIE POST 



Kunden- und Gästeanlässe

Ausgewählte Kunden und Meinungsbildner laden wir zu Veranstaltungen ein und helfen so mit, die Kundenbindung und das Verständnis für unser Handeln zu stärken. Unsere Sponsoring-Engagements bieten uns Hospitality-Plattformen, die wir gezielt für informelle Netzwerkanlässe mit Vertretern aus Politik und Wirtschaft im In- und Ausland nutzen.

Engagements und Massnahmen

Erfolgskontrolle

Medien-Auswertung

- Stellung / Bedeutung von Anlass / Organisation
- Nennung Post (Name / Logo)

Marktforschung

- Bekanntheit
- Imagewerte

Feedbacks

Was wirklich zählt...

Was wirklich zählt sind...

Kontaktaufnahme mit potenziellen Sponsoren/Partner

Welche Sponsorendokumentation führt zum Erfolg?

Sponsorenpflege



Leitfaden für das Erstellen einer Sponsoringofferte

Institut für Marketing und Handel der
Universität St. Gallen

Dr. Silke Mühlmeier
Dr. Karsten Sausen

Akquisition und Pflege

Bestehende Sponsoren pflegen und berücksichtigen

Wer passt zu mir?

Beziehungsnetz?

Form der Kontaktierung

Zeitpunkt der Kontaktierung

Vertrag

Sponsoringabsagen respektieren

Kontaktadresse

Marc Santschi

Leiter Sponsoring

Die Schweizerische Post

Viktoriastrasse 21

3030 Bern

Tel. 058 338 09 56

marc.santschi@post.ch