„Die Jugend-/Nachwuchsförderung des FC Musterlingen ist die

ideale Plattform für unsere Partner!“

**FC MUSTERLINGEN**

**Das Partnerkonzept**

*Foto FC Musterlingen*

Unser Partnerkonzept basiert auf dem Prinzip von

„Leistung bedingt Gegenleistung!“

FC Musterlingen

Postfach, 8844 Musterlingen

E-Mail fcm@fussball.ch, Homepage www.fcm.ch

Kontaktperson: Herr Reto Huber (Tel. P 044 888 54 80 / G 044 877 33 88 / N 079 488 33 43)

Inhaltsübersicht

1. Wer ist der FC Musterlingen? S. 3

2. Die Zielgruppen des Sponsors S. 4

3. Ausgangslage S. 5

4. Rahmenbedingungen S. 5

 4.1 Zahlen und Fakten

 4.2 Gesellschaft und Sozialpolitik

5. Zielsetzungen S. 6

6. Produktdefinition S. 6

7. Strategie S. 7

 7.1 Der Prominentenbeirat

 7.2 Das Sponsoringmodell

8. Werberechte

 8.1 Hauptsponsor S. 8

 8.2 Co-Sponsor S. 9

 8.3 Offizielle Sponsoren S. 10

1. Wer ist der FC Musterlingen?

**Gründung** Der FC Musterlingen wurde 1950 gegründet und gehört zu den grössten Vereinen des Zürcher Unterlandes und des Fussballverbandes Region Zürich. In der Gemeinde Musterlingen wohnen rund 8‘000 Einwohner.

**Was wollen wir?** Wir fördern den Fussballsport und setzen uns vor allem für die Betreuung der Junioren/innen ein. Neben den sozialen Aspekten ist es uns auch wichtig, unsere talentierten Junioren/innen leistungsorientiert zu fördern, damit wir die bestmöglichen Grundlagen für eine problemlose Integration in die erste Mannschaft Männer/Frauen setzen.

 Alle Mitglieder fühlen sich beim FC Musterlingen wohl und können sich entsprechend mit dem Verein identifizieren. Wir fördern aus diesem Grunde das Vereinsleben mit mannschaftsübergreifenden Aktivitäten.

**Dachverband** Fussballverband Region Zürich, Schlieren

**Mitglieder** - 450, davon 80% männlich, 20% weiblich

 - 40% Anteil Kinder und Jugendliche bis 20 Jahre

 - Durchschnittsalter aller Aktiven
 (inkl. Junioren/innen): 27

**Sportliche Ausrichtung** Die A-/B-Junioren/-Juniorinnen und die 1. Mannschaft arbeiten leistungsorientiert. Bei den restlichen Teams betreiben wir einen Mix aus Plausch und Ausbildung.

**Vereinshaus** Kickerstube beim Sportplatz Musterwiese

**Vereinszeitschrift** FC-News, Auflage 600, erscheint vierteljährlich

**Aktivitäten** Neben dem normalen Meisterschaftsbetrieb (August bis November / März bis Juni) organisieren wir folgende Events:

* Junioren-/Juniorinnen-Hallenturnier Januar
* Trainingslager (1. Team, A-/B-Junioren) Februar
* Generalversammlung Februar
* Auffahrt-Elternanlass (Spiel & Spass) Mai
* Grümpelturnier/Schülerturnier Juni
* Sommercamp für Junioren/innen Juli
* Sponsoringlauf August
* Funktionärsanlass September
* Chlausabend Dezember

2. Die Zielgruppen des Sponsors:

**Wir kommunizieren direkt mit:**

• 180 Junioren/innen

• 120 Aktiven (inkl. Senioren)

• 30 Trainer-/Betreuungspersonen

• 30 Funktionären

• 100 Supportern

• 180 Eltern von Junioren/innen

• 20 Ehrenmitgliedern

 **660 Total Personen**

## FC Musterlingen

Anlässe/Events:

• Über 500

 Spieler/innen, Sportbegeisterte und Funktionäre am Schülerturnier

• Über 150

 Teilnehmende und Eltern am Junioren-/Juniorinnenturnier

• Über 200

 Personen an Generalversammlung

(Alle Personen sind direkt erreichbar)

etc.

Dorfbewohner:

(Indirekte Kommunikation über Clubheft und Dorfanlässe)

• Über 7000

 Einwohner/innen

3. Ausgangslage

Der FC Musterlingen hat die Absicht, den Bereich Sponsoring gezielt zu aktivieren und sich auf diese Weise eine neue Geldquelle zu erschliessen. Dies ist dringend notwendig in einer Zeit, in der die Organisation eines Vereins immer mehr Mittel verschlingt, die gestiegenen Kosten aber nicht vollumfänglich auf Dritte abgewälzt werden können.

Das Projekt, das auf den folgenden Seiten skizziert wird, profiliert den FC Musterlingen als einen Club, der sich seiner sozialen und gesellschaftspolitischen Bedeutung voll bewusst ist.

4. Rahmenbedingungen

4.1. Zahlen und Fakten

• Siehe Seite 3 und 4

 ⇨ *Eine sowohl quantitativ als auch qualitativ ideale Plattform für Unternehmen, die sich in einem aktiven, gesunden und sportlichen Umfeld profilieren wollen.*

4.2. Gesellschaft und Sozialpolitik

Genauso wichtig wie das numerische Potenzial des FC Musterlingen ist aber auch seine Rolle in der heutigen Gesellschaft.

1. Die Bedeutung einer aktiven und sinnvollen Freizeitbetätigung nimmt mit jedem Jahr zu. Der FC Musterlingen trägt mit seiner Tätigkeit entscheidend dazu bei, dass sich der Mensch den Freiraum „Fussball“ bewahren kann.

 ⇨ *Der FC Musterlingen steht für positive Inhalte und erfüllt alle Voraussetzungen, um als Sympathieträger genutzt zu werden.*

1. Vor dem Hintergrund sozialer Probleme ist der Sport für viele Jugendliche von existenzieller Bedeutung. Der FC Musterlingen ist sich dieser Problematik vollauf bewusst und nimmt seine Verantwortung mit einer gezielten Nachwuchsförderung wahr.

 ⇨ *Soziales Engagement entspricht dem Grundgedanken der Partnerschaft. Vor allem dann, wenn es der Philosophie des Unternehmens entspricht.*

• Hinzu kommt ein weiterer Aspekt, der den FC Musterlingen zu einem attraktiven Sponsor macht: die Faszination Fussball ganz allgemein. Noch nie war der Fussball in der Schweiz so gesellschaftsfähig wie heute, noch nie war die Akzeptanz in breiten Bevölkerungskreisen so gross. Zudem ist der Fussball dank der enormen Entwicklung des Frauenfussballs längst nicht mehr eine Männerdomäne.

 *⇨ Der FC Musterlingen ist ein attraktives Produkt in einem attraktiven Umfeld. Oder mit anderen Worten: ein idealer Partner für jeden Sponsor, der sich auf dieser Plattform glaubwürdig positionieren möchte.*

5. Zielsetzungen

Da sich kaum ein einzelner Sponsor finden lässt, der alle Bedürfnisse des Clubs abdecken kann, definiert der FC Musterlingen seine Ziele wie folgt:

1. Gesucht werden diverse Sponsoren, die sich mit den Aufgaben und Zielsetzungen des FC Musterlingen identifizieren können und davon profitieren möchten.

*⇨ Partnerschaft*

1. Voraussetzung für eine optimale Zusammenarbeit ist das langfristige Denken beider Parteien. Die minimale Vertragsdauer beträgt deshalb drei (zwei, ein) Jahr(e).

*⇨ Kontinuität*

6. Produktdefinition

Von entscheidender Bedeutung auf dem Weg zu einer erfolgreichen Vermarktung des FC Musterlingen ist die bereits erwähnte Tatsache, dass ein erfolgreiches Sponsoring nur auf der Basis von Leistung und Gegenleistung funktionieren kann.

Konkret heisst dies:

1. Der FC Musterlingen hat sein „Produkt“ definiert, um den Sponsoren einen realen Gegenwert für ihr finanzielles Engagement aufzuzeigen.

Und, ganz wichtig:

1. Der FC Musterlingen hat seine Strukturen an die Bedürfnisse des Marktes angepasst, damit er als kompetenter und professioneller Partner glaubwürdig auftreten kann.

Das „Produkt“ des FC Musterlingen lässt sich wie folgt definieren:

Als Gegenwert für sein finanzielles Engagement erhält der Sponsor eine Plattform, die es ihm ermöglicht, seine Botschaften publikumsgerecht zu vermarkten.

1. Kurzfristig, weil er seine Produkte in einem gesunden und sportlichen Umfeld positionieren und attraktiv präsentieren kann.
2. Mittelfristig, weil so positive Attribute wie Sympathie, Vertrauen, Dynamik und Aufgeschlossenheit für sein Image nur förderlich sind.
3. Langfristig, weil der Brückenschlag zwischen Sport und Sponsor eine verantwortungsvolle Strategie erkennen lässt, die sich aktiv mit gesellschaftspolitischen Fragen beschäftigt, der heutigen Jugend neue Perspektiven eröffnen will – und damit im besten Sinne des Wortes Zukunft hat.

7. Strategie

7.1 Der Prominentenbeirat

Um die grosse Bedeutung einer gezielten Jugend- und Nachwuchsförderung auch gegenüber einer breiten Öffentlichkeit zu dokumentieren, hat der FC Musterlingen mit Erfolg einen Beirat ins Leben gerufen, der von Führungskräften aus Politik, Wirtschaft und Sport getragen wird.

Beirat: - Muster Alan, Gemeindepräsident Musterlingen

 - Brügger Hans, Konzernleiter ESCO AG

 - Müller Ruedi, Geschäftsinhaber Sport Artikel AG

 - Huber Ueli, Ex-SL-Fussballer FC Zürich / Veteranenspieler FC Musterlingen

Der Beirat des FC Musterlingen, der sich aus Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens zusammensetzt, tritt mit seinem guten Namen für eine gute Sache ein ‒ und verhilft mit seiner ideellen Unterstützung einer Idee von gesellschaftspolitischer Tragweite zum Durchbruch.

7.2 Das Sponsoringmodell

Die Qualität des Produkts ist von zentraler Bedeutung. Dies umso mehr, als der Anspruch auf Partnerschaft, Kontinuität und Flexibilität eine ganze Menge voraussetzt: viel Substanz, noch mehr Präsenz, vor allem aber eine gut funktionierende Infrastruktur sowie die Fähigkeit, auf die individuellen Bedürfnisse der Sponsoren einzugehen und ihnen so gut wie möglich Rechnung zu tragen.

Konkret bedeutet dies:

Der FC Musterlingen hat verschiedene Kategorien definiert, die auf einen Blick deutlich machen, für welche Leistungen der Sponsor welche Gegenleistungen erhält.

Der potenzielle Geldgeber kann in doppelter Hinsicht davon profitieren. Erstens, weil auf diese Weise eine Lösung gefunden werden kann, die seinen Wünschen entspricht. Und zweitens, weil er von allem Anfang an die Gewähr hat, dass sich seine Investition bezahlt macht.

Das Sponsoringmodell des FC Musterlingen sieht im Wesentlichen die folgenden Kategorien vor:

1. Offizieller Sponsor Fr. 5'000.‒
2. Co-Sponsor (silber, bronze) Fr. 10'000.‒
3. Hauptsponsor (gold) Fr. 20'000.‒

8. Rechte

8.1. Hauptsponsor (1 Unternehmen) (gold)

Gegenleistungen:

Unternehmen X hat das Recht, Werbung mit dem Wortlaut „Hauptsponsor (Goldsponsor) des FC Musterlingen“ in eigener Sache zu betreiben.

 Exklusivrecht für spezielle Auszeichnungen ‒ Titelsponsor, z.B.

* *„Schülerturnier präsentiert durch die Muster AG“, „Rangliste: Kategorie A der Muster AG“*

 Sampling, z.B.

* unbeschränkte Auftritte an allen Veranstaltungen wie Grümpel-/Schülerturnier, Meisterschaftsspiele, Cup-Turniere, Generalversammlung, Junioren-/Juniorinnen-Elternabend ⇨ spezielle Erwähnung durch Speaker, z.B. an Meisterschaftsspiel der ersten Mannschaft

 Logo auf allen vom FC Musterlingen produzierten/benutzten Werbeträgern, z. B.

* *Briefpapier, Clubheft, Ausweise, Fan- und Fairplay-Artikel (z. B. Caps)*

 Spezielle Logopräsenz, z.B.

* *im Clubhaus oder auf Sportplätzen mit Werbetafeln*

 Homepage des FC Musterlingen, z.B.

* *Bannerwerbung auf allen Seiten*

 Spezielle Rechte mit der ersten Mannschaft des FC Musterlingen, z.B.

* *„Logo-Exklusivrecht auf Tenü und Einlaufleibchen“, das Kader wird für einen speziellen Firmenevent zur Verfügung gestellt (z. B. Apéro-Service)*

 Spezielle Rechte mit anderen Mannschaften des FC Musterlingen, z.B.

* *ein Kader wird zweimal jährlich für spezielle Firmenarbeiten zur Verfügung gestellt (z. B. Inventararbeiten, Verteilung von Flyern im Dorf)*

 Einladung und Gratiseintritt zu speziellen Anlässen, z. B.

* *alle Spiele/Turniere der Mannschaften, Gesellschaftsanlässe (z.B. Chlausabend), Sponsoren- bzw. VIP-Apéros, Sponsorenausflug*

Leistung:

 *Der Hauptsponsor ist bereit, die Bemühungen des FC Musterlingen mit einem jährlichen Beitrag von CHF 20‘000 zu unterstützen, der Jugend-/Nachwuchsförderung des FC Musterlingen in sozialer und sportlicher Hinsicht zum Durchbruch zu verhelfen und als Hauptsponsor aktiv davon zu profitieren.*

Vertragsdauer:

 *Drei (zwei) Jahre*

8.2. Co-Sponsoren (silber, bronze)

Gegenleistungen:

 Unternehmen X hat das Recht, Werbung mit dem Wortlaut „Co-Sponsor (Silber-,Bronzesponsor) des FC Musterlingen“ in eigener Sache zu betreiben.

 Sampling, z. B.

* beschränkte Auftritte an Veranstaltungen: z.B. Grümpel-/Schülerturnier, Meisterschaftsspiele, Cupturniere, Generalversammlung ⇨ spezielle Erwähnung durch Speaker, z.B. an Meisterschaftsspiel der ersten Mannschaft

 Logo auf den folgenden vom FC Musterlingen produzierten oder benutzten Werbeträgern, z.B.

* *Briefpapier, Clubheft, Ausweise*

 Spezielle Logo-Präsenz, z.B.

* *im Clubhaus oder auf Sportplätzen mit Werbetafeln*

 Homepage des FC Musterlingen, z.B.

* *Bannerwerbung auf allen Seiten*

 Spezielle Rechte bezüglich der zweiten Mannschaft oder den A-Junioren/-Juniorinnen des FC Musterlingen, z.B.

* *„Logo-Exklusivrecht auf Tenü und Einlaufleibchen“, das Kader wird für einen speziellen Firmenevent zur Verfügung gestellt (z.B. Apéroservice)*

 Spezielle Rechte bezüglich anderen Mannschaften des FC Musterlingen, z.B.

* *ein Kader wird einmal jährlich für spezielle Firmenarbeiten zur Verfügung gestellt (z.B. Inventararbeiten, Verteilung von Flyern im Dorf)*

 Einladung und Gratiseintritt zu speziellen Anlässen, z.B.

* *alle Spiele/Turniere der Mannschaften, Gesellschaftsanlässe (z. B. Chlausabend), Sponsoren- bzw. VIP-Apéros, Sponsorenausflug*

Leistung:

 *Der Co-Sponsor ist bereit, die Bemühungen des FC Musterlingen mit einem jährlichen Beitrag von CHF 10‘000 zu unterstützen, der Jugend-/Nachwuchsförderung des FC Musterlingen in sozialer und sportlicher Hinsicht zum Durchbruch zu verhelfen und als Co-Sponsor aktiv davon zu profitieren.*

Vertragsdauer:

 *Drei (zwei) Jahre*

8.3. Offizielle Sponsoren

Gegenleistungen:

Unternehmen X hat das Recht, Werbung mit dem Wortlaut „Offizieller Sponsor des FC Musterlingen“ in eigener Sache zu betreiben.

 Sampling, z. B.

* beschränkte Auftritte an Veranstaltungen (Grümpel-/Schülerturnier, Meisterschaftsspiele, Cupturniere)

 Logo auf den folgenden vom FC Musterlingen produzierten oder benutzten Werbeträgern, z.B.

* *Briefpapier, Clubheft*

 Spezielle Logopräsenz, z.B.

* *im Clubhaus oder auf Sportplätzen mit Werbetafeln*

 Homepage des FC Musterlingen, z.B.

* *Bannerwerbung auf allen Seiten*

 Spezielle Rechte mit einem Team (exkl. erstes Team, zweites Team oder A-Junioren/-Juniorinnen) des FC Musterlingen, z.B.

* *„Logo-Exklusivrecht auf Tenue und Einlaufleibchen“*

 Einladung und Gratiseintritt zu speziellen Anlässen, z.B.

* *alle Spiele/Turniere der Mannschaften, Gesellschaftsanlässe (z. B. Chlausabend), Sponsoren- bzw. VIP-Apéros, Sponsorenausflug*

Leistung:

 *Der Offizielle Sponsor ist bereit, die Bemühungen des FC Musterlingen mit einem jährlichen Beitrag von CHF 5000 zu unterstützen, der Jugend-/Nachwuchsförderung des FC Musterlingen in sozialer und sportlicher Hinsicht zum Durchbruch zu verhelfen und als offizieller Sponsor aktiv davon zu profitieren.*

Vertragsdauer:

 *Drei (zwei) Jahre*