

Sponsoringkonzept

Energie Ausserschwyz AG

Manuela Market, Projektleitung Marketing

Gültig ab 01.07.2022

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangslage Sponsoringkonzept	2
2	Anforderungen an ein Sponsoringengagement	2
3	Strategie	2
3.1	Sponsoring-Zielgruppen	2
3.2	Sponsoring-Ziele.....	3
3.3	Sponsoring-Strategie	3
4	Sponsoring-Leistungen	4

1 Ausgangslage Sponsoringkonzept

Die Energie Ausserschwyz AG (EASZ) hat sich zu Beginn des Jahres 2022 zum Ziel gesetzt, ein gesamtheitliches Sponsoringkonzept bis Ende Juni 2022 zu erstellen. Das vorliegende Sponsoringkonzept fasst die Sponsoringart-, Leistung- und Kriterien zusammen und dient als Orientierungshilfe für die operative Ausführung.

Eine vielfältige Vereinslandschaft leistet einen bedeutenden Beitrag zur Lebensqualität im Bezirk March/Höfe. Die Vereine sind auf Beiträge von lokalen Unternehmen angewiesen um Ihre finanziellen Auslagen zu decken. Die EASZ unterstützt Vereine, Projekte und Veranstaltungen im gesamten Versorgungsgebiet und sieht dort Chancen sich lokal, nachhaltig und als Sympathieträger zu positionieren.

Die EASZ ist ein junges Unternehmen und ist darauf angewiesen in kurzer Zeit einen sehr hohen Bekanntheitsgrad zu erreichen, um möglichst viele Wärmelieferverträge abschliessen zu können. Das Vertriebsgebiet der EASZ ist auf ihr Fernwärmeverversorgungsgebiet in den Bezirken March und Höfe beschränkt. Weiter will sich die EASZ als sympathisches und innovatives Unternehmen positionieren.

2 Anforderungen an ein Sponsoringengagement

Die Sprechung der Mittel erfolgen für Vereine, Anlässe oder Projekte im Versorgungsgebiet der Energie Ausserschwyz AG und wird in der Regel von einem der beiden Unternehmungen (EASZ oder EW Höfe) gesprochen. Die Anlässe müssen als Kommunikationsplattform nutzbar sein oder einen ähnlichen Nutzen (Gegenleistung) erbringen.

Die Sponsoringanfragen werden über die EASZ an die Marketinabteilung gesendet und zeitgerecht beantwortet.

3 Strategie

3.1 Sponsoring-Zielgruppen

Externe Zielgruppe

- Alle Vereinsorgane/Gruppen mit Sitz im Bezirk March/Höfe oder Veranstaltungen und Projekte welche im Bezirk March/Höfe durchgeführt werden.
- Ausserhalb vom Bezirk March/Höfe werden nur in seltenen Ausnahmen Sponsoringbeträge gesprochen.

Die Anträge werden von der Projektleitung Marketing geprüft und vom Leiter Kundenbetreuung freigegeben.

Interne Zielgruppe

- EASZ-Mitarbeitende, welche eine aktive Vereinstätigkeit (Vorstandsmitglied, Mitarbeit in einem Projektteam für einen speziellen Anlass, etc.) ausserhalb des Versorgungsgebiets ausüben, erhalten einen einmaligen Sponsoringbeitrag zugesprochen.

3.2 Sponsoring-Ziele

Die EASZ setzt sich folgende zwei qualitative Sponsoringziele:

a) Bekanntheit

Die EASZ soll als innovativer und nachhaltiger Energieanbieter aus der Region positioniert und erlebbar sein.

b) Imagetransfer

Auf den verschiedenen Sponsoring-Plattformen soll die EASZ als engagierte Partnerin wahrgenommen und ein positiver Imagetransfer aufgebaut werden.

3.3 Sponsoring-Strategie

a) Bekanntheit

Die EASZ positioniert sich durch Sponsoring-Gegenleistungen als innovatives und nachhaltiges Unternehmen aus der Region getreu dem Motto «spürbar nachhaltig». Wenn immer möglich, wird eine Gegenleistung vom Sponsoringnehmer durch gezielte Werbemassnahmen am Anlass selber (Bannerwerbung, Inseratschaltungen, Inserat im Festführer, Speakerdurchsagen, Tombolapreise etc.) oder in Vereinspublikationen (Broschüren, redaktioneller Beitrag, Programm, etc.) gefordert.

Die lokalen Sponsoringaktivitäten sollen die Positionierung aktiv unterstützen und Synergien zu den Kommunikationsmassnahmen knüpfen.

b) Imagetransfer

Die Sponsoring-Plattformen werden gezielt ausgesucht und hauptsächlich anlassorientierte Sponsoringaktivitäten im Bereich Energie, Sport, Kultur und Jugend unterstützt.

Nicht unterstützt werden in der Regel:

- Anfragen ausserhalb Versorgungsgebiet
(Ausnahme aktive Vereinsbeteiligungen eines Mitarbeitenden EASZ – siehe Seite 4)
- Kein Sponsoring von Einzelpersonen
- Religiöse oder politische/parteiliche Anfragen
- Kommerzielle Anlässe

4 Sponsoring-Leistungen

Folgende Geldbeträge oder Sachmittel werden pro Verein, Veranstaltung oder Projekt innerhalb eines Kalenderjahrs gesprochen:

- Geldbeträge ohne Gegenleistung: maximal CHF 100.–
- Geldbeträge mit Gegenleistung: CHF 100.– bis maximal CHF 500.– (je nach Gegenleistung)
- Vereinsjubiläum oder spezieller Anlass: CHF 100.– bis maximal CHF 1000.–
- Bei höheren Beträgen muss der Anlass in einem wirtschaftlichen Kosten-/Nutzenverhältnis für das Unternehmen stehen. Die Höhe des Betrages und die Freigabe wird durch die Leiterin Marketing in Absprache mit dem Leiter Kundenbetreuung vorgeschlagen und vom Geschäftsleiter freigegeben.
- Abgabe von Sachmittel für Tombola: maximaler Sachwert von CHF 150.–
- Bandenwerbung individuelle Beurteilung nach Bedarf
- EASZ Mitarbeitenden erhalten bei einer aktiven Vereinstätigkeit ausserhalb des Versorgungsgebiets (Vorstandsmitglied, Mitarbeit in einem Projektteam für einen speziellen Anlass, etc.) einen einmaligen Sponsoringbeitrag von maximal CHF 100.- zugesprochen

Vereine welche während einem Kalenderjahr mehrere Anlässe ausrichten, haben in der Regel nur einen einmaligen Anspruch auf einen Sponsoringbeitrag.