

Es ist wichtig, dass ein TV-Sponsor eine grosse Affinität zu einem bestimmten TV-Format aufweist!



Liebe Faustballfreunde

Liebe Faustballerinnen und Faustballer

Swiss Faustball und die NL-Vereine sind seit 2008 Pionier und Partner des Schweizer Sportfernsehen SSF. In den letzten drei Jahren ist es uns gelungen, dank akribischer Kleinarbeit und solidarischem Verhalten der NL-Vereine, Faustballsport zu produzieren und im SSF zu senden.

Swiss Faustball erhält auch in diesem Jahr einen Sendeplatz im SSF und hat ein Sportprogramm, das optimal zum SSF-Programmkonzept passt. Die Finanzierung für die Produktion ist dank der Bereitschaft vereinzelter Faustballvereine zu einem Teil gewährleistet. Was fehlt, sind einzelne Sendungssponsoren oder gar ein zentraler Serien-TV-Sponsor. Ein Seriensponsor erhöht nicht nur, sondern garantiert automatisch die Realisierung des Vorhabens. Es geht also um die Vermarktung von TV-Werbung und Faustballsport. Die Aufgabenstellung für Swiss Faustball, nämlich die Vermarktung eines zentralen TV-Sport-Sponsorings, wurde rasch erkannt und bereits im Herbst 2010 in Angriff genommen. Das bisherige Ergebnis ist ernüchternd. Obwohl das Angebot und die dafür relativ geringen Kosten von den angefragten potenziellen Firmen weitgehend positiv sind, haben gewisse Unternehmen gegenüber einem Engagement für dieses besondere TV-Konzept Schwellenängste, aus welchen Gründen auch immer. Viel eher kommt es vor, dass zur Messbarkeit von diesem TV-Sponsoring noch Frage-

zeichen bestehen. So zum Beispiel zum Thema wie sich TV-Sponsoring auf den Geschäftserfolg konkret auswirkt. Es ist eine Tatsache; TV-Sponsoring ist kein Hard-Selling-Instrument. Der Geschäftserfolg durch TV-Sponsoring basiert hauptsächlich auf der nachhaltigen Positionierung einer Marke, eines Produkts oder eines Unternehmens zu einem affinen Programmatema.

Die Komplexität der Aufgabenstellung an ein TV-Sponsoring beeinflusst automatisch dessen Ausgestaltung und damit auch die Messbarkeit. TV-Sponsoring lässt sich nicht so einfach delegieren wie eine klassische Werbekampagne. Erfolgreiches TV-Sponsoring hat viel zu tun mit partizipieren, Ideen einbringen und mitgestalten. TV Sponsoring ist immer sehr individuell auf eine bestimmte Sendung zugeschnitten, für bestimmte Unternehmen aus einer bestimmten Branche. Entsprechend individuell müssen wir die Marktbearbeitung betreiben. Gezielte Kontakte mit Partnern respektive potenziellen Sponsoren ist unser Ziel. Wir müssen themenaffinen Unternehmen die Vorteile einer Partnerschaft im Rahmen eines TV-Sponsors aufzeigen können.

Mein Aufruf geht an Sie, liebe Leserin und lieber Leser. Haben Sie Beziehungen zu dieser Thematik oder zu Firmen, welche an einer besonderen Werbeplattform in der TV-Werbung Interesse haben könnten, dann denken Sie an uns. Swiss Faustball ist Ihnen ungemein dankbar, wenn Sie nur schon einen Kontakt vermitteln können. Wir wollen alles unternehmen und auch in diesem Jahr Faustballsport aufzeichnen und im SSF senden!

Das Faustball TV-Serienkonzept 2011 finden Sie auf Seite 18 in diesem Programmheft.

Swiss Faustball
Franco Giori, Zentralpräsident