

Sponsoring



Simon Laager



Sponsoring

GEMEINSAM FÜR MORGEN

10 GRÜNDE FÜR EIN SPONSORING BEI SWISS ORIENTEERING

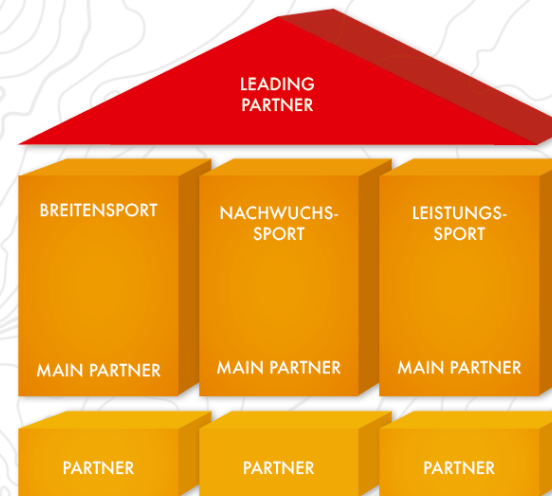
- Sie engagieren sich als Förderer DES Family- und Lifetime-Sports in der Schweiz, der auch dank der starken Verankerung im Lehrplan und der hohen Medienpräsenz einem Grossteil der Bevölkerung bekannt ist.
- Sie erreichen alle Altersgruppen von 8 bis 88 Jahren.
- Sie erhalten Zugang zu einer kaufkräftigen Marketing-Zielgruppe mit 13 000 begeisterten und umweltbewussten Läufern (35% Frauenanteil, 63% Fachhochschul-/Uni oder ETH-Abschluss, 49% der OL-Läufer wohnen im eigenen Haus, weitere 9% sind Besitzer einer Eigentumswohnung).
- Sie werden national und international wahrgenommen.
- Sie bewegen sich in einer naturnahen und intergenerativen Sportart.
- Sie investieren in den erfolgreichsten Schweizer Sportverband mit:
 - 8 resp. 9 Medaillen an der Elite-WM und EM 2016
 - 12 Medaillen an der Junioren-WM 2016
 - Schweizer Sieg im Gesamtweltcup der Herren, 2. Platz der Damen 2016
- Orientierungslauf ist doping-, gewalt- und skandalfrei.
- Sie fördern sowohl den Leistungs- als auch Breitensport.
- Sowohl der Verband als auch die Elitesportler setzen auf Professionalität.
- Wir bieten Ihnen ein äusserst attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis.

VERBANDSSTRUKTUR

- 11 Regionalverbände, 89 OL-Vereine, 13 000 Läuferinnen und Läufer in allen Landesteilen.
- Professionelle und dienstleistungsorientierte Geschäftsstelle in Olten.
- 3 Wettkampf-Sparten: Orientierungslauf (90%), Ski-OL (5%) und Bike-OL (5%)
- Pro Sparte internationale Wettkämpfe (WM, EM, Weltcup), Schweizermeisterschaften, nationale / regionale / lokale Wettkämpfe

KOMMUNIKATION

- Der OL-Sport genießt dank der regelmässigen internationalen Erfolge eine überdurchschnittlich hohe Präsenz in den Print-, Online- und TV-Medien. Insbesondere auch auf SRF, wodurch sich für die Sponsoren ein sehr attraktiver Werbe-Äquivalenz-Wert ergibt.
 - Unser Co-Sponsor KPMG erzielte 2012 dank 117 Artikeln mit KPMG-Bildpräsenz in Print und Online einen Werbe-Äquivalenz-Wert von CHF 467 000
- www.swiss-orienteeing.ch Webseite: Bis zu 4 000 Besucher pro Tag und 30 000 verschiedene Besucher pro Monat, laufend News und Ranglisten, beliebtes Diskussionsforum der OL-Community
- Swiss Orienteering Magazine: Monatliches OL-Magazin
- Social Media: Facebook «Swiss Orienteering Team» und Twitter «swiss o-team» (Reichweite 80 000)
- Auszug Medienpräsenz:
 - WM 2017 mit 13 Minuten Sendezeit auf SRF, tägliches TV-Hintergrundmagazin via blick.ch mit Studiogästen, Hintergrundberichten & Analysen (über 12 000 Views)
 - Heim-WM 2012 mit Live-Übertragungen auf SRF (Sprint SRF 124 000 Zuschauer, RTS 30 000 Zuschauer, Staffel SRF 120 000 Zuschauer, 25,2% Marktanteil Zusammenfassung auf RTS 28 000 Zuschauer, 12,9% MA und 6 Beiträgen auf SRF (Reichweite: 879 000))
- Einzigartige, crossmediale und viel beachtete Berichterstattung von WM/EM
- Community / CRM / Leads: Konsequente Erfassung sowohl in einer Läuferdatenbank als auch im Forum, Onlineshop und Newsletter-system



Vermarktungskonzept

- Neues Vermarktungskonzept auf Basis der neuen Verbandsstrategie erarbeitet und vom ZV verabschiedet mit den 3 Säulen Breitensport, Nachwuchs & Spitzensport
 - Breitensport: FamCOOL (Coop) & Swiss-O-Finder (Hauptpartner gefunden)
 - Nachwuchs: sCOOL (Rivella)
 - Spitzensport: Kader (BB Biotech & KPMG)
- Mit Coop neues Familienprogramm, das kurzfristig, aber erfolgreich als Pilot umgesetzt wurde und ab 2018 zur schweizweit grössten Plattform werden soll, wo sich die Familie gemeinsam bewegt. Damit Stärkung des Profils vom OL als Familiensportart und grosse Chance zur Mitglieder-Gewinnung für Vereine
- Nebst Coop auch Valiant, Swica, Finder-Hauptsponsor & A&F neu

Sponsoring-Situation 2018

Kader:

Co-Sponsoren:

- BB Biotech
- KPMG

Ausrüster:

- Trimtex

Partner:

- Arosa
- OCAD
- Bio Familia
- Piniol

B|B Biotech

KPMG

TRIMTEX
— Custom sportswear —

Arosa

OCAD[®]
the smart software
for cartography 

familia[®] 

PINIOL
THERAPIE & WELLNESS

swiss
orienteering

Sponsoring-Situation 2018

sCOOL:

Co-Sponsor:

- Rivella



Partner:

- Arosa
- Racoon
- Prof. Otto Beisheim Stiftung



Prof.
Otto Beisheim
Stiftung

Sponsoring-Situation 2018

Verbandspartner: Neu Ast & Fischer AG

Neuer Druckpartner von Swiss Orienteering mit Präsenz auf allen Kaderdress'

- Top Kartendruck u.A. fürs Weltcup-Finale
- Einladung Betriebsführung / Bericht SOM



Sponsoring-Situation 2018

Coop FamCOOL: Titelsponsor Coop

Neue Vermarktungsstruktur rund um dieses innovative Familien-Format



Sponsoring-Situation 2018

Swiss-O-Finder: Neuer nationaler Hauptpartner

Neue Vermarktungsstruktur rund um dieses innovative
Breitensport-Format

Ein nationaler Hauptsponsor konnte gewonnen werden.
Valiant und Swica sind zudem als Hauptsponsor des Swiss-
O-Finder Bern eingestiegen



Exklusivitäten / Branchen

- Swiss Life hat den Vertrag 2016 bekanntlich nicht mehr verlängert
 - Veranstalter-Infobrief von Swiss Orienteering Ende September mit Detailinfos zu Exklusivitäten
- Einzig die folgenden Branchen sind 2018 besetzt resp. bei Anfragen bitte mit mir Rücksprache nehmen:
- Detailhandel (Coop) und Finanzdienstleister (Neutrass als Grand Slam-Partner, nur bei SM)

Koordinaten: Simon.Laager@FairMatch.ch / 076 398 34 80



Ergänzungen

■ Kontakt zu Coop

<http://www.coop.ch/de/ueber-uns/sponsoring/kontakt.html>

■ Redaktionsschluss SOM

Jeweils der 5. des Vormonats ausser
27.5 (EM-Magazin) und 25.8 (WM-
Magazin)