



Protokoll des Theorie AKs - Medien

18./19.11.2016

17:00-18:30/16:00-18:00

Protokollant:

Corinna Griesen

AK-Leiter: Patrick Schertel (Uni Gießen) & Marcel Scharegge (Uni Vechta)

Vorname	Name	Uni	Anwesenheit
Rike	Lehmann	DSHS Köln	
Sebastian	Braun	PH Freiburg	
Bianca	Jakob	PH Freiburg	
Luca	Leitersdorf	PH Ludwigsburg	
Max	Schröder	PH Weingarten	
Corinna	Brand	TU Darmstadt	
Claudia	Peteranderl	TU München	
Basti	Darnieder	Uni Augsburg	
Tizian	Metz	Uni Bayreuth	
Annalena	Kästl	Uni Bayreuth	
Nina	Erlemann	Uni Bochum	
Christopher	Weise	Uni Gießen	
Martin	Nachtigall	Uni Hildesheim	
Annika	Fiebich	Uni Magdeburg	
Robin	Zickgraf	Uni Mainz	
Felina	Bettinger	Uni Oldenburg	
Corinna	Griesen	Uni Essen	
Luca	Stephan	Uni Saarbrücken	
Clara	Beckonert	Uni Vechta	

Gäste/Anmerkungen

Themen

Sponsoren, vor allem längerfristig

Werbefilm- Wer sind wir und was machen wir
Materialien um Sponsoren zu Gewinnen
Gespräche mit Sponsoren
Wo sind Grenzen im Sponsoring

Protokoll: 18.11.2016

Werbefilm Ideensammlung :

- Was soll repräsentiert werden, was ist die BuFaTa?
 - Alle Unis Deutschlands als große Gemeinde
 - Extrovertiert
 - Neue Sportimpulse
 - Immer im Austausch
 - Sportstudent
 - Ehrenamtlich
 - „Türöffner“ zwischen unterschiedlichen Studiengängen
 - Hohe Präsenz
 - „Meinungsführer“
 - Werbefläche
 - Facebook Reichweite kennen

Film:

- Nicht zu lang
- Aktionen auf der BuFaTa
- Praxis und Theorie AK's
- Wirkung auf andere
- Veranstaltungen organisieren der jeweiligen Fachschaften
- Praxis AK's mit viel Aktion (Getto Workout) und die Vielfalt der AK's

Wie ist das Gespräch, der erste Kontakt mit den Sponsoren?

- Kontaktaufnahme über „Vitamin B“
- Feste Sponsoren bestehen meist schon
- Sponsoren die einmalig anbieten
- Gezielt Fachschaftsmitglieder als Sponsorensucher einsetzen
- Events müssen Attraktiv genug sein und herausstechen
- Individuelle Ansprache der Sponsoren um Interesse zu wecken
- Sponsoren eine konkrete Idee bieten
- Sponsoren mit Sportbezug
- Persönliche Kontaktaufnahme – Messen (Fibo)
- Sponsoringprodukt in den Mittelpunkt des Events stellen

Protokoll : 19.11.2106

Brainstorming

- Grenzen des Sponsoring
- Welche Partner sind langfristig sinnvoll
- Wie kann so eine Zusammenarbeit aussehen –Ansprache

Ideenammlung

- Grenzen:
 - Moralisch vertretbare Sponsoren (Fair trade)
 - Sich von Sponsoren nicht abhängig machen
 - Sponsoren von Alkohol nicht plakativ auf Werbeplakate sondern eher intern
 - BuFaTa-Logo immer unabhängig von Sponsorenlogo
 - Keine unnötigen Sponsoren annehmen

Welche Partner?

- Coca Cola, Pepsi
- Fahrräder um sich am Campus zubewegen (Regional)
- Getränke (Regional)
- Cliff- Duschgel/ Shampoo
- Supermärkte: Rewe/Lidl/Penny...
- Schokolade: Milka, Ritter Sport...
- Radio
- Sportcheck
- Mobilfunkanbieter
- Fitnessstudios
- Kino
- Drive Now, CartoGo
- TV-Sender
- Adidas
- Deutsche Bahn
- Kondome
- Banken und Versicherungen (TK, AoK, privat Versicherung)
- Sporternährung (MyMüsli, Studentenfutter)
- GoPro
- Elektronik (Bose, Teufel, JBV)
- Ohropax
-

→ Alle Produkte immer deutschlandweit nur gezielte Produkte
Regional

→

Reichweiten Check:

- Medienreichweite bei Facebook der jeweiligen Fachschaft abgefragt

Ergebnis/ Ziele

- Langfristige Partner gewinnen
- Liste erstellen, in der alle Sponsoren gesammelt werden und auf die jede Fachschaft Zugriff hat. Sponsoren mit Angebot in die Liste eintragen
- Karlsruhe schreibt die Sponsoren an
- Absichtserklärung für langfristiges gewinnen von Sponsoren aufsetzen
- Der Name des AK's „Medien“ überdenken oder ein zusätzliches erstellen für Sponsoring.

