

ZSS - Vereinsforum 2025

Fundraising & Sponsoring – was geht noch?

Montag, 3. November 2025

Franchi

Cent
Cento Franchi



- Gemeinsam geht's besser
- Zaubern kann niemand

→ Zum Einstieg ein paar Fragen...

Wo zielen wir heute Abend hin

- Besseres Verständnis und Bewusstsein zur Mittelbeschaffung
- Chancen und Möglichkeiten
- Erwartungen einordnen und Fokus
- Do's und Don'ts

Fundraising vs. Sponsoring

Fundraising

Ein kurzer Überblick zum Fundraising

Subventionen /
Sportförderung

Mäzenatentum

Crowdfunding

Spendenaufrufe

Stiftungen &
ähnliches

Legate

Gönner

Sponsorenläufe

Sponsoring

Die Ziele im Sponsoring

Business

(Geschäftszielsetzungen)

Indirekt

Zugang zu Kontakten, Partnern und Netzwerken

Direkt

Bereitstellen von Hospitality- und Event-Plattformen zur Kundenpflege und Akquisition

Marke

(Markenzielsetzungen)

Expressive Reputation

Markenprofil, Markenpräferenz und Markenvertrautheit

Soziale Reputation

Goodwill, Standort-Marketing, Mitarbeitermotivation

Verbindende Elemente und Argumente identifizieren

1. Wofür stehen wir? Werte identifizieren

- So wie wir als Menschen Werte vertreten, machen das auch Vereine und Firmen
- Werte sind neben dem klassischen Sponsoring vor allem beim Standort Marketing oder auch für CRM relevant

Werte fit – passen wir überhaupt zusammen?



Mercedes-Benz

McDonald's

HIRSLANDEN

KLINIK HIRSLANDEN

Werte fit – passen wir überhaupt zusammen?



2. Wofür steht eine Firma?

- Welche Themen sind relevant
- Was ist die Strategie im Sponsoring (sofern vorhanden)

Beispiel 1: Raiffeisen

RAIFFEISEN

Das aktuelle Motto von Raiffeisen Schweiz ist "**Gemeinsam können wir mehr erreichen**"

Sponsoring auf nationaler Ebene

Raiffeisen Schweiz engagiert sich auf nationaler Ebene für den Schweizer Schneesport, Kultur und soziale Projekte. Seit 2005 sind wir stolzer Partner von Swiss-Ski, fördern **Schweizer**

Weltcuprennen, die Nachwuchsarbeit und einzelne Athletinnen und Athleten.

Zudem unterstützen wir den Schwingsport und die Special Olympics.

Unser Engagement für Vielfalt und Kultur ermöglicht über zwei Millionen Mitgliedern Zugang zu Vergünstigungen bei Konzerten, Events und Museen.

Sponsoring auf regionaler Ebene

Die lokalen Raiffeisenbanken engagieren sich direkt in ihrer Region und unterstützen Sport, Kultur und soziale Projekte vor Ort.

Sie fördern Vereine, Veranstaltungen und Initiativen, die das Gemeinschaftsgefühl stärken und eine nachhaltige Entwicklung ermöglichen.

Dank der Nähe zu den Menschen vor Ort wird ein gezielter und wirkungsvoller Einsatz der Mittel sichergestellt.

Beispiel 2: ewz



Bei der Beurteilung einer möglichen Unterstützung durch ewz sind folgende Kriterien relevant:

Unternehmenswerte von ewz, insbesondere die Werte „visionär“ und „nachhaltig“

Bezug zum ewz Versorgungsgebiet Stadt Zürich und/oder Graubünden

Partnerschaften im Sport

Silvesterlauf

ZSC Lions

Limmatschwimmen

Für ein Sponsoring im Rahmen von ewz gelten u.a. folgende Rahmenbedingungen: ewz unterstützt Veranstaltungen und Projekte innerhalb der Schweiz mit dem Ziel, eine kommunikative Gegenleistung zu erhalten. Sponsoring von Einzelpersonen wird nicht geleistet

...

Und jetzt beginnt die Arbeit

1. Research (Branchen)
2. Analyse und Bewertung (Potential)
3. Unterlagen vorbereiten (One Pager)
4. Kontakt aufnehmen (Timing)
5. Emotionalisieren...

Stadtzürcher Seeüberquerung

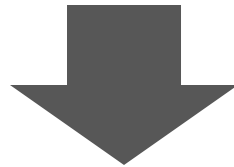
A Firma	☺ Branche	☺ Einschätzung Veranstalter	🏆 Aktive Partnerschaften
Sanitas	Versicherungen	Hoch	ASVZ, Behindertensport
Sympany	Versicherungen	Mittel	Fussball
Tauchshop Käser	Sportartikel	Mittel	
Viva Cola	Getränke	Tief	
Yordoswiss	Sportartikel	Tief	Partner Swiss Swimming
Myrtha Pools	Sportartikel	Mittel	Partner Swiss Swimming Fina Partners
Tyr Online Schwimmshop	Bekleidung	Nein	Partner Swiss Swimming

HIRSLANDEN
KLINIK HIRSLANDEN

De schnällscht Zürihegel

DE SCHNÄLLSCHT
ZÜRIHEGEL

SPORTX



VISANA



Ramadan Djeladini

Verkaufsleiter bei Visana Versicherungen
1 Jahr

Am Samstag fand der grosse Finaltag vom «De schnällscht Zürihegel» auf der Stadtzürcher Sportanlage Utogrund statt. Übrigens eine spannende Vorausscheidung zum #Visana Sprint. Wir haben gross und klein die Wartezeit mit spielerischen Aktivitäten verkürzt. #Visana gratuliert allen Mädchen und Jungen zu ihrer Freude am Sport und ganz besonders allen Siegerinnen und Siegern 🏆 ! Hier fangen Erfolge an!



Abschliessend / Take Away

- Lieber weniger, das dafür richtig
- Netzwerk ist zentral - aber keine Garantie für Erfolg
- Fundraising und Sponsoring sind harte Arbeit
- Es braucht Commitment
- Es braucht einen langen Atem

→ Der Erfolg macht Freude!