

## Einsendearbeit

Die Einsendearbeit ist bis zum 15. des Folgemonats im **Online-Campus** einzustellen, d. h., Sie haben etwa 6 Wochen Zeit für die Bearbeitung. Bitte erstellen Sie die Antworten mit einem Textverarbeitungsprogramm (z. B. Word, Open Office etc.) an Ihrem Computer. Bitte beachten Sie, dass nur **ein** Dokument hochgeladen werden kann. Eine detaillierte Anleitung finden Sie im Online-Campus im Supportbereich. Die Fragestellungen müssen nicht abgeschrieben werden. Der Text bedarf keinerlei Formatierung (Seitenrand etc.). Bitte speichern Sie die Einsendearbeit bis zum Abschluss Ihrer IST-Weiterbildung.

Falls Sie Schwierigkeiten bei der Übermittlung haben, nehmen Sie Kontakt mit Ihrem Fachbereich auf.

### A. Vorbemerkungen:

Die fristgerecht eingegangene Einsendearbeit wird korrigiert und im Online-Campus wieder zur Verfügung gestellt.

### B. Hinweise zur Bewertung:

1. Bei jeder Aufgabe bzw. Teilaufgabe ist die erreichbare Punktzahl vermerkt.
2. Sie benötigen mindestens 54 % der insgesamt erreichbaren Punktzahl, damit diese Einsendearbeit als erfolgreich bearbeitet gelten kann.

### C. Hinweise zur Bearbeitung/Einreichung:

1. Die Aufgaben sind mit **eigenen Worten** zu beantworten. Bitte kopieren Sie keine Texte aus Ihrem Studienheft oder aus anderen fremden Textquellen. Zitate sind als solche zu kennzeichnen und die Quelle anzugeben.
2. Schreiben Sie **maximal** eine DIN-A4-Seite (bei Schriftgröße 12 Pt.) pro Aufgabe.
3. Im **Online-Campus** stehen Ihnen zwei Möglichkeiten der Übermittlung zur Verfügung:
  - Upload-Funktion: Hier haben Sie die Möglichkeit, **ein** Word- oder anderes Textdokument hochzuladen.
  - Editor-Funktion: Öffnen Sie den Editor und schreiben Sie Ihre Antworten direkt dort hinein. Sie haben beliebig oft die Möglichkeit, Ihre Arbeitsergebnisse zwischenspeichern.

**Bitte beachten Sie:**

Grundlage für die folgenden Aufgaben sind die Studieneinheiten:

**Teil A – Sponsoring I**

**Teil B – Sponsoring II**

**Teil C – Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Sport**

Sie können die Teile in beliebiger Reihenfolge bearbeiten.

Wir haben die Aufgaben so ausgewählt, dass zum einen Ihr Wissen abgefragt wird (= **Reproduktion**, z.B. von Definitionen, Begriffen, Merkmalen usw.), zum anderen Ihr Wissen angewendet werden soll (= **Transfer**, z.B. Beurteilung von Alternativen).

Für die Bearbeitung der Aufgaben ist die Beschäftigung mit weiterführender Literatur nicht zwingend notwendig. Sie sollten aber eventuell vorhandene Unklarheiten bzw. Informationsdefizite anhand entsprechender Bücher aufarbeiten.

Sie erhalten Ihre Einsendearbeit so schnell wie möglich korrigiert zurück.

**Das IST-Team wünscht Ihnen viel Erfolg bei der Bearbeitung!**

## Teil A – Sponsoring I

Sie sind nach dem erfolgreichen Abschluss Ihrer Ausbildung zum Fußball-Manager am IST-Studieninstitut als „Referent für Marketing und Sponsoring“ bei einem Fußball-Landesverband eingestellt worden.

Zu den Aufgabengebieten Ihrer neuen Tätigkeit gehören laut dem Stellenprofil u. a. die folgenden Bereiche:

- Projektleitung der Großveranstaltungen des Verbandes im Spitzen- und Breitensport
- Beratung der Mitgliedsvereine in Marketing- und Sponsoringfragen
- Redaktionelle Betreuung einer Artikelserie zum Thema „Sponsoring und Vereinsmarketing“ in der Verbandszeitschrift
- Erstellung von Sponsoring- und Vermarktungskonzepten für den Verband und seine Sponsoren
- Sponsorengewinnung und -betreuung (Durchführung von Präsentationen, Erstellung von Angeboten, Durchführung von Verhandlungen, Ausgestaltung von Sponsoringverträgen etc.)
- Koordinierung der sponsoringspezifischen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (z. B. Platzierung von Beiträgen in Horizont Sport Business, Sponsor News, SPONSOR<sup>s</sup>, Tageszeitungen etc.)
- Steuerung der internationalen TV-Rechtevermarktung Konzeption, Planung und Umsetzung von Werbe- und VIP-Incentivemaßnahmen bei den Großveranstaltungen des Sportverbandes
- Operative Umsetzung von aus Vermarktungsverträgen resultierenden Maßnahmen
- Steuerung von Sponsoringkontrollmaßnahmen

Durch Ihre abgeschlossene Ausbildung zum Fußball-Manager am IST-Studieninstitut verfügen Sie über die erforderlichen Kenntnisse, um die im Stellenprofil genannten Tätigkeitsfelder professionell abzuwickeln.

### Aufgabe 1

10 Punkte

Der Fußballverband hat in den vergangenen Jahren von dem allgemeinen Sponsoringboom im Sport profitiert. Der Anteil der Sponsoringgelder an den Gesamteinnahmen des Fußballverbandes ist von Jahr zu Jahr gestiegen. Im letzten Geschäftsjahr machte sich jedoch der zunehmende Konkurrenzkampf am Sponsoringmarkt bemerkbar und die Sponsoringeinnahmen sind erstmalig seit Jahren zurückgegangen. Dies soll sich natürlich nicht wiederholen. Daher ist es nun Ihre Aufgabe als neuer Mitarbeiter, die Sponsoringaktivitäten stärker als bisher zu systematisieren und eine neue Sponsoringkonzeption für den Verband zu erstellen.

Sponsoring ist aus Sicht des Fußballverbandes ein systematischer Entscheidungsprozess, der sich aus mehreren, aufeinander aufbauenden Phasen zusammensetzt. Diese lassen sich jeweils durch spezifische Inhalte charakterisieren. **Welches** sind die zehn Phasen des Sponsoring-Management-Prozesses? **Warum** denken Sie ist ein systematisches Vorgehen des Gesponserten bei der Planung und Umsetzung seiner Sponsoringaktivitäten so wichtig?

### Aufgabe 2

12 Punkte

**Geben** Sie einen umfassenden Überblick, mit **welchen** Konkurrenten (Sport und darüber hinaus) der Fußballverband bei der Akquisition von Sponsorengeldern rechnen muss. **Welche** Informationen sollte der Fußballverband am Ende der Analyse der Konkurrenzsituation generiert haben? **Nennen** Sie mindestens **drei** wichtige Informationen.

### Aufgabe 3

8 Punkte

Es ist Ihnen gelungen, mehrere Sponsoren für das von dem Verband in diesem Jahr ausgerichtete internationale Jugendturnier zu gewinnen. Nun müssen mit den Sponsoren Verträge geschlossen werden, in denen die vom Sponsor und Gesponserten zu erbringenden Leistungen festgehalten werden. Das im Bürgerlichen Gesetzbuch geregelte Allgemeine Schuldrecht dient als Grundlage für die Gestaltung von Sponsoringverträgen. Dort ist geregelt, dass beide Vertragsparteien den Inhalt ihrer Vereinbarung grundsätzlich frei gestalten können. Die Schriftform ist nicht vorgeschrieben.

- a) **Warum** sollten Gesponserte und Sponsor für den Sponsoringvertrag trotzdem die Schriftform wählen?
- b) **Nennen** Sie die Gründe, die für einen schriftlichen Vertrag sprechen.
- c) **Welche** Bestandteile hat der Sponsoringvertrag?