

## **Jahresbericht der Sponsoringkommission**

(24.02.2017/BA)

Das Ergebnis des Jahres 2016 widerspiegelt die schwieriger gewordenen wirtschaftlichen Verhältnisse allgemein. Die Erfahrung zeigt, dass Ertrags- und Margeneinbussen in der Privatwirtschaft stets mit einer mehrmonatigen Verspätung auf der Marketingseite ankommen, d.h. die Werbe- und insbesondere die Sponsoringausgaben von Unternehmen sinken jeweils mit Verzögerung markant. Dies ist 2016 geschehen, was wir in den Antworten auf Anfragen bei verschiedenen Unternehmen für Sponsoring erfahren mussten. Insbesondere Verhandlungen mit Finanzdienstleistern verliefen negativ, bereiteten dennoch einen grossen Aufwand.

Gezeigt hat sich wiederum, dass Landhockey als Randsportart nur marginal zur Kenntnis genommen wird. Im Nachgang zu Olympischen Spielen öffnet sich jeweils ein Fenster der Bekanntheit, das sich jedoch schnell wieder schliesst. Ohne persönliche Anbindungen (Emotionen dank gemeinsamer Vergangenheit) lassen sich kaum wirtschaftliche Akteure für den Sport begeistern.

In allen Diskussionen werden nicht nur die fehlende Bekanntheit und markante Untergrösse erwähnt (weniger als 3500 Lizenzierte in der gesamten Schweiz!), sondern auch die fehlenden, attraktiven Formate. Die NLA-Ligen in den aktuellen Formen lassen sich nicht vermarkten (Turniertage in schlecht besuchten Hallen, fehlende Infrastruktur in Halle und Feld, mediale Unterabbildung, z.T. unattraktive Spielorte ohne Möglichkeit zu Event-Ausbau). In diesem Punkt wird Swiss Hockey in den kommenden Monaten konkrete Vorschläge erbringen müssen, sollte Landhockey sich medial und finanziell entwickeln können.

Dennoch ist es auch 2016 erneut gelungen, Support von Aussen zu gewinnen. Folgende grossen Sponsoren haben Swiss Hockey monetär und zum Teil in Materialdingen stark getragen und insgesamt CHF 47'800 (inkl. Reserven) zusammenkommen lassen:

- Swissprinters Zofingen
- v-max, weltweit tätige Beratungsfirma für Fragen der Strategie, Ansiedlung und Unternehmensstrukturen (Karl-Heinz Knöss, Luzern)
- Cewe
- Polytan

sowie viele weitere Sponsoren in den einzelnen Teams.

Nicht unerwähnt lassen möchte ich das Engagement und die Anstrengungen der Spielerinnen und Spieler in unseren Auswahlteams selber. Sie haben sich 2016 sehr ins Zeug gelegt und sind immer wieder bereit, für ihren Sport Sonderefforts zu leisten (Eigenbeteiligungen, Engagement in Sonderaktionen, Sponsoringwerbung). Herzlichen Dank dafür von Seiten der Sponsoringkommission und im Namen des Vorstands.