

beach soccer club
ILLYRIAN

Konzeptplan

*“Die Jugendförderung des BSC Illyrian
ist die ideale Plattform für unsere Partner“*

*Unser Partnerkonzept basiert auf dem Prinzip von
“Leistung und Gegenleistung“!*



www.illyrian.ch

wer ist bsc illyrian? ziele von bsc illyrian?

Vereinsgründung:

- April 2009
- gehört zu den Pionieren in der noch jungen Trendsportart

Vereinsstandort:

- Dietikon ZH

Vereinsziele:

- Förderung von Jugendlichen im Beachsoccer
- wir setzen uns vor allem für Fairplay, Fun und Erfolg ein
- neben unseren sozialen Aspekte, wollen wir unsere Jugend leistungsorientiert fördern.
- neue Spieler gut in der Mannschaft integrieren
- Wohlbefinden der einzelnen Spieler in der Mannschaft
- Identifikation mit dem Verein
- Förderung des Vereinsleben mit mannschaftübergreifende Aktivitäten
- finanziell möglichst unabhängig und unverschuldet bleiben
- längerfristiges etablieren im professionellen Beachsoccer

Dachverband:

- Swiss Beach Soccer, Ostermündingen CH

Vereinsmitglieder:

- 18 aktive, 28 passive (80% Männer, 20% Frauen), Durchschnittsalter: 22



wer ist bsc illyrian? ziele von bsc illyrian?

- Aktuell:**
- seit 2011 in der höchsten Liga der Schweiz „SUZUKI Beach Soccer League“ aktiv
vorher in der Summer Beach Soccer League aktiv
- Vereinsziele 2012:**
- um die vorderen Plätze spielen, in ca. zwei Jahren um den Titel kämpfen
 - zweite Mannschaft in Summer Beach Soccer League aktivieren
Fokus: Spielerausbildung, danach Eingliederung in der ersten Mannschaft
- Vereinshaus:**
- Restaurant Hecht | Da Vinci - Bahnhofstrasse 2 - CH-8953 Dietikon
- Vereinszeitschrift:**
- jährlich, jeweils Oktober
- Weitere Ver.aktivitäten:**
- (neben Meisterschaft)*
- eigenes Beachsoccer oder Hallenturnier ILLYRIANCUP
 - Winter: an div. Hallenturnieren unterwegs
 - wenn es die Finanzen zu lassen 1x jährlich ein Auslandsturnier
 - an sonstige Veranstaltungen als Verein unterwegs (z. B. Wake City, Rinora4 etc.)
 - Generalversammlung, evtl. zusätzliche Zwischentreffen
 - 2x jährlich, ILLYRIAN-NIGHT (mit den Familien der Mannschaftmitglieder)
- Zielpublikum:**
- jugendliche ab 12 Jahren
 - sportbegeisterte von 18 – 50 Jahren
 - Frauen und Männer als Zuschauer



potenzial für sponsoren/partner

direkte Kontakte:

- 8 Junioren
- 18 Aktivmitglieder
- 2 Trainer/Betreuer
- 4 Funktionäre
- 28 Passivmitglieder
- 155 Familienangehörige
- 3 Ehrenmitglieder



BSC ILLYRIAN

indirekte Kontakte:

- Vereinsbroschüre jährlich -
- www.beachsoccer.ch -
- www.illyrian.ch, www.illyriancup.ch -
- www.sport.ch (News, Liveticker etc.) -
- Plakataufhänge, Flyering -
- Radio, Zeitungen etc. -
- Clubheft Kartell der Ortsvereine Dietikon -

Anlässe/Events:

- über 15000 an der jährlichen Meisterschaft (9-10 Weekends)
- über 400 An Beachsocccer cup
- über 300 An unseren privaten Beachsoccerturnieren
- über 3500 An dem Wakecity beim Sihlcity April 2010, jährlich was anderes geplant
- über 1200 SpielerInnen, Sportbegeisterte und Funktionäre an Hallenturniere

Werbung des Vereins:

- Beachsoccer Weekly auf SSF jeden Dienstag -
- Schnell auffindbar auf dem Netz -
- Mundpropaganda -
- an den Zusatzevents im Winter, Hallenturniere -
- Visitenkarten, Flyer -



ausgangslage und bisherige partner/sponsoren

Diese Unternehmen sind/waren unsere
Sponsoren/Partner der letzten drei Jahren:

Hauptsponsor



www.ems-bau.ch

Co - Sponsor



www.striker-beer.ch

Partners



Wir danken unseren Sponsoren und Partnern für Ihr Vertrauen.

Ausgangslage:

Der BSC Illyrian hat die Absicht, den Bereich Sponsoring gezielt zu aktivieren und sich auf diese Weise eine neue Geldquelle zu erschliessen. Dies ist dringend notwendig in einer Zeit, in der die Organisation eines Vereins immer mehr Mittel verschlingt, die gestiegenen Kosten, die zweite Mannschaft und die evtl. Anmeldung beim Futsalverband ab 2013, aber nicht vollumfänglich auf Dritte abgewälzt werden können.

Das Projekt, das auf den folgenden Seiten skizziert wird, profiliert den BSC Illyrian als einen Verein, der sich seiner sozialen und gesellschaftspolitischen Bedeutung vollauf bewusst ist. Oder anders gesagt: Es macht deutlich, dass der BSC Illyrian auf der Suche nach Partnern/Sponsoren nur dann erfolgreich sein kann, wenn das Prinzip „Leistung und Gegenleistung“ zum Tragen kommt.



zahlen / fakten

Zahlen und Fakten bereits auf Seite 2 und 3 erläutert

Eine sowohl quantitativ als auch qualitativ ideale Plattform für Unternehmen, die sich in einem aktiven, gesunden und sportlichen Umfeld profilieren wollen.

Genauso wichtig wie das numerische Potential des BSC Illyrian ist aber auch seine Rolle in der heutigen Gesellschaft. Die Bedeutung einer aktiven und vor allen Dingen sinnvollen Freizeitbetätigung nimmt mit jedem Jahr zu, ins-besondere bei Trendsportarten wie der Beachsoccer. Der BSC Illyrian trägt mit seiner Tätigkeit entscheidend dazu bei, dass sich der Mensch den Freiraum „Beach Soccer“ bewahren kann.

Der BSC Illyrian steht für positive Inhalte und erfüllt alle Voraussetzungen, um als Sympathieträger genutzt zu werden.

Vor dem Hintergrund sozialer Probleme ist der Sport für viele Jugendliche von existentieller Bedeutung. Der BSC Illyrian ist sich dieser Problematik vollauf bewusst und nimmt seine Verantwortung mit einer gezielten Jugendförderung wahr.

***Soziales Engagement entspricht dem Grundgedanken der Partnerschaft.
Vor allem dann, wenn es der Philosophie des Unternehmens entspricht.***

Hinzu kommt ein weiterer Aspekt, der BSC Illyrian zu einem attraktiven Partner macht: die Faszination Fussball-Beachsoccer ganz allgemein. Noch nie war der Fussball in der Schweiz so gesellschaftsfähig wie heute, noch nie war die Akzeptanz in breiten Bevölkerungskreisen so gross. Zudem ist der Fussball dank der enormen Entwicklung des Frauenfussball längst nicht mehr nur eine Männendomäne. Mit der Einführung der Frauen Beachsoccer Liga ist ein wichtiger Schritt getan worden. Der Erfolg der Beachsoccer-Nationalmannschaft WM2009 (Vize-Weltmeister) in Dubai und 2011 (Vize-Europameister) macht diese Sportart noch populärer und macht ganz grosse Türen in der Schweiz auf, um den spektakulären Trendsport „Beachsoccer“ an Herzen der Fans zu schliessen.

Der BSC Illyrian ist ein attraktives Produkt in einem attraktiven Umfeld. Oder mit anderen Worten: ein idealer Partner für jeden Sponsor, der sich auf dieser Plattform glaubwürdig positionieren kann.



zielsetzungen und produktdefinition

Zielsetzung:

Da sich kaum ein Alleinsponsor finden lässt, definiert der BSC Illyrian seine Ziele wie folgt:

*Gesucht werden diverse Partner/Sponsoren, die sich mit den Aufgaben und Zielsetzungen des BSC Illyrian identifizieren können und davon profitieren möchten. ⇒ **Partnerschaft***

*Voraussetzung für eine optimale Zusammenarbeit ist das langfristige Denken beider Parteien. Die minimale Vertragsdauer beträgt deshalb 2 Jahre. ⇒ **Kontinuität***

Produktdefinition:

Von entscheidender Bedeutung auf dem Weg zu einer erfolgreichen Vermarktung des BSC Illyrian ist die bereits erwähnte Tatsache, dass ein erfolgreiches Sponsoring nur auf der Basis von **Leistung und Gegenleistung** funktionieren kann.

Konkret: Der BSC Illyrian hat sein „Produkt“ definiert, um den Partnern/Sponsoren einen realen Gegenwert für ihr finanzielles Engagement aufzuzeigen.

ganz wichtig: Der BSC Illyrian hat seine Strukturen an die Bedürfnisse des Marktes angepasst, damit er als kompetenter und professioneller Partner glaubwürdig auftreten kann.

Das „Produkt“ des BSC Illyrian lässt sich wie folgt definieren:

Als Gegenwert für sein finanzielles Engagement erhält der Partner/Sponsor eine Plattform, die es ihm ermöglicht, seine Botschaften publikumsgerecht zu vermarkten.

Kurzfristig, weil er seine Produkte in einem gesunden und sportlichen Umfeld positionieren und attraktiv präsentieren kann.

Mittelfristig, weil so positive Attribute wie Sympathie, Vertrauen, Dynamik und Aufgeschlossenheit für sein Image nur förderlich sind.

Langfristig, weil der Brückenschlag zwischen Sport und Partner/Sponsor eine verantwortungsvolle Strategie erkennen lässt, die sich aktiv mit gesellschaftspolitischen Fragen beschäftigt, der heutigen Jugend neue Perspektiven eröffnen will – und damit im besten Sinne des Wortes Zukunft hat.



strategie/ ehrenmitglieder

Strategie:

Um die grosse Bedeutung einer gezielten Jugend- und Nachwuchsförderung auch gegenüber einer breiten Öffentlichkeit zu dokumentieren, will der BSC Illyrian in Zukunft einen Beirat ins Leben rufen, der von Führungskräften aus Politik, Wirtschaft und Sport getragen werden würde. Für die bisherige Prominenten-Ehrenmitglieder dürfen wir folgende Personen präsentieren:

Ehrenmitglied:

- Milaim Rama, Ehemaliger Nationalspieler, Profispieler beim FC Thun
- In Gespräch für die Zukunft sind vor allem seriöse Firmeninhaber, von diversen Unternehmern, welche zum Teil materielle Sponsoren werden wollen. Diese sind aus den verschiedenen Dienstleistungssektoren.



Der Beirat des BSC Illyrian, der sich aus Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens zusammensetzen soll, soll mit seinem guten Namen für eine gute Sache eintreten - und soll mit seiner ideellen Unterstützung einer Idee von gesellschaftspolitischer Tragweite zum Durchbruch verhelfen.



sponsoringmodell

Die Qualität des Produktes ist von zentraler Bedeutung. Dies umso mehr, als der Anspruch auf Partnerschaft, Kontinuität und Flexibilität eine ganze Menge voraussetzt: viel Substanz, noch mehr Präsenz, vor allem aber eine gut funktionierende Infrastruktur sowie die Fähigkeit, auf die individuellen Bedürfnisse der Partner/Sponsoren einzugehen und ihnen so gut wie möglich Rechnung zu tragen.

Konkret bedeutet dies: Der BSC Illyrian hat verschiedene Kategorien definiert, die auf einen Blick deutlich machen, für welche Leistungen der Partner/Sponsor welche Gegenleistungen erhält.

Der potentielle Geldgeber kann in doppelter Hinsicht davon profitieren. Erstens, weil auf diese Weise eine Lösung gefunden werden kann, die seinen Wünschen entspricht. Und zweitens, weil er von allem Anfang an die Gewähr hat, dass sich seine Investition bezahlt macht.

Das Sponsoring-Modell des BSC Illyrian sieht im Wesentlichen die folgenden Kategorien vor:

Offizieller Partner	CHF	3'000.—
Co-Sponsor	CHF	5'000.—
Hauptsponsor	CHF	10'000.—
Generalsponsor	CHF	20'000.—



prominentenbeirat/ ehrenmitglieder

Beispiel:

Hauptsponsor -> Gegenleistung

hat das Recht, Werbung mit dem Wortlaut „**Hauptsponsor des BSC Illyrian**“ in eigener Sache zu betreiben

Exklusivrecht für spezielle

Auszeichnungen - Titelsponsor, z.B.

- „Beachsoccer- und Hallenturnier präsentiert durch Hauptsponsor AG“,
- „Rangliste: Kategorie A der Hauptsponsor AG“

Sampling, z.B.

- unbeschränkte Auftritte an allen Veranstaltungen wie eigene Beachsoccerturniere und Hallenturniere, Meisterschaftsspiele auf Anfrage der einzelnen Organisatoren, Cupheimspiele, andere Events wo der BSC Illyrian die Organisationsrolle hat.

Logo auf allen vom BSC Illyrian

produzierten/benutzten Werbeträgern

- Briefpapier, Clubheft, Ausweise, Fan- und Fairplayartikel

spezielle Logo-Präsenz, z.B.

- im Clubhaus oder auf Sportplätzen mit Werbetafeln

Homepage des BSC Illyrian, z.B.

- Bannerwerbung auf allen Seiten, mit dem jeweiligen Link

Spezielle Rechte mit der ersten

Mannschaft des BSC Illyrian, z.B.

- Logo-Exklusivrecht auf Tenue und Einlaufleibchen“, das Kader wird für einen speziellen Firmen-Event zur Verfügung gestellt (z.B. Apéro-Service)



was ist swiss beach soccer?



SUZUKI

SWISS BEACH SOCCER LEAGUE



was ist swiss beach soccer?

- Unabhängige GmbH
- Gründung im Jahr 2001
- Exklusiver Partner des Schweizer Fussball Verbandes SFV
- Member von Beach Soccer Worldwide „BSWW“

Palmares

- 2005 Europameister in Moskau (RUS)
- 2007 Vize-Europameister in Baku (ASR)
- 2008 Vize-Europameister in Rom (ITA)
- 2009 Vize-Weltmeister in Dubai (VAE)
- 2009 Bester Spieler und Scorer an der WM – Dejan Stankovic
- 2011 Vizemeister-Europaliga
- 2011 Bronze in Dubai Interkontinental WM
- 2011 Bester Spieler und Scorer an der WM – Dejan Stankovic



facts

Weltweit

- Mehr als 80 Länder führen Beach Soccer Meisterschaften durch
- Die FIFA-WM 2011 wurde in 180 Territorien im TV übertragen
- ca. 100'000 Personen besuchten die Spiele der FIFA-WM live im Stadion

In der Schweiz

- ca. 10'000 Personen spielen Beach Soccer
- Mehr als 40 Beach Soccer Events
- ca. 50'000 Personen besuchten einen Beach Soccer Event
- Bekanntheitsgrad von >70%



soziodemografische werte

Identität der Zielgruppe

- 15-49 jährig
- Urbane und mobile Menschen
- Affinität zu Sport und Entertainment
- Lifestyle und Trendbewusste Personen
- Auffallend hohe Akzeptanz bei Frauen

Potenzial

- SFV zählt 250'000 lizenzierte FussballeInnen
- SFV zählt 1'400 Fussballvereine
- 500'000 spielen wöchentlich 2x Fussball
- 1'000'000 Schweizer interessieren sich für Fussball



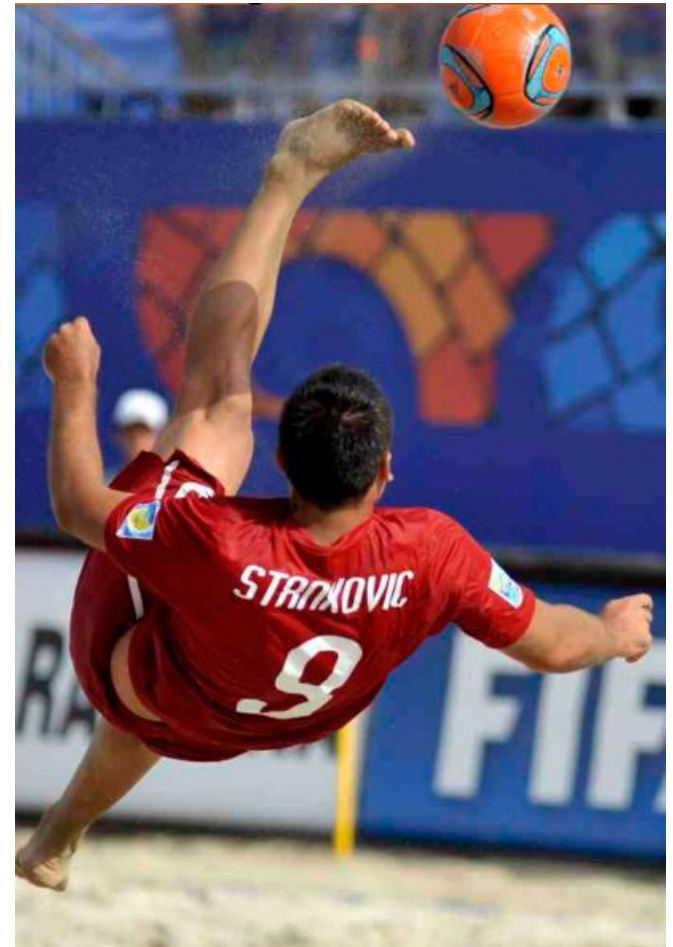
attribute

Fussballkunst

- Dynamik – Kraft und Schnelligkeit
- Spannung – Alle 30 Sekunden ein Torschuss
- Technik – Tricks und Spektakel
- Zweikampf – Mann gegen Mann
- Taktik – Einstudierte Spielzüge
- Show – Nähe zu den Spielern

Fairplay und Lockerheit

- Spass am Fussball
- Faire Zweikämpfe
- Team-Spirit
- Nähe zum Publikum
- Alle 30 Sekunden eine Torszenen

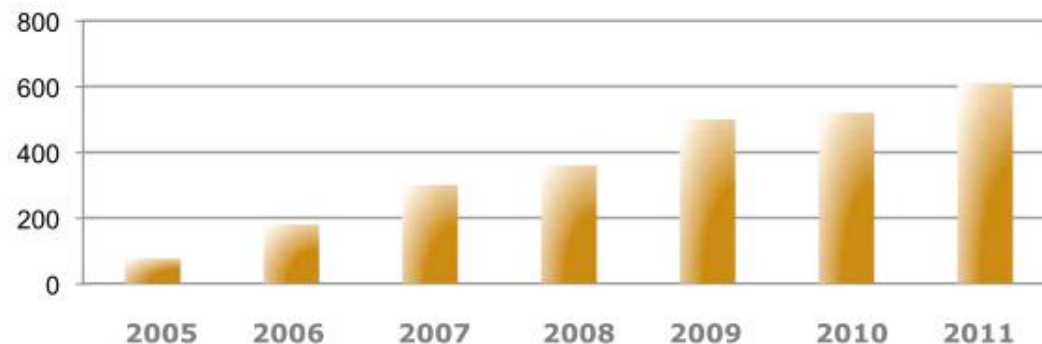


medienpräsenz in der schweiz

Das Medieninteresse an Beach Soccer nimmt in der Schweiz jährlich massiv zu. Kaum eine andere Sportart in der Schweiz kann solche Steigerungen ausweisen.

- ca. 2'000 Minuten TV-Coverage (Eurosport, SSF, SF etc.)
- ca. 600 Presseartikel davon 60% mit Bild
- FIFA-WM-Übertragungen erreichten auf SSF die besten Zahlen des Jahres 2009
- Beach Soccer Reportage auf Pro7 erreicht 10% Marktanteil im Jahr 2008

Anzahl Presseartikel



geschichte der swiss beach soccer league

History

- Erstdurchführung einer Meisterschaft im Jahr 2006
- Seit 2011 SUZUKI SWISS BEACH SOCCER LEAGUE und SUMMER LEAGUE
- BSC Scorpions Basel, Schweizermeister 2011
- BSC Havana Shots Aargau, Cupsieger 2011
- BSC Havana Shots Aargau, Summer-League Champions Women 2011
- BSC Sable Dancers Bern, Summer-League Champions Men 2011

Aktuell

- ca. 30 Beach Soccer Vereine
- ca. 15 Beach Soccer Plätze
- ca. 500 lizenzierte Beach Soccer Spieler
- ca. 5'000 nicht-lizenzierte Beach Soccer Spieler
- Frauen und Männer im Alter von 16-35 Jahren





suzuki beach soccer league

- Saison von Mai – September (5 Monate)
- 9 Spielorte à 2 Spieltage
- Davon 1 Playoff-Weekend
- Davon 1 Final-Weekend
- Sieger: Offizieller Beach Soccer Schweizermeister

Suzuki Swiss Beach Soccer League
Offizielle Beach Soccer Schweizermeisterschaften

Mai

Juni

Juli

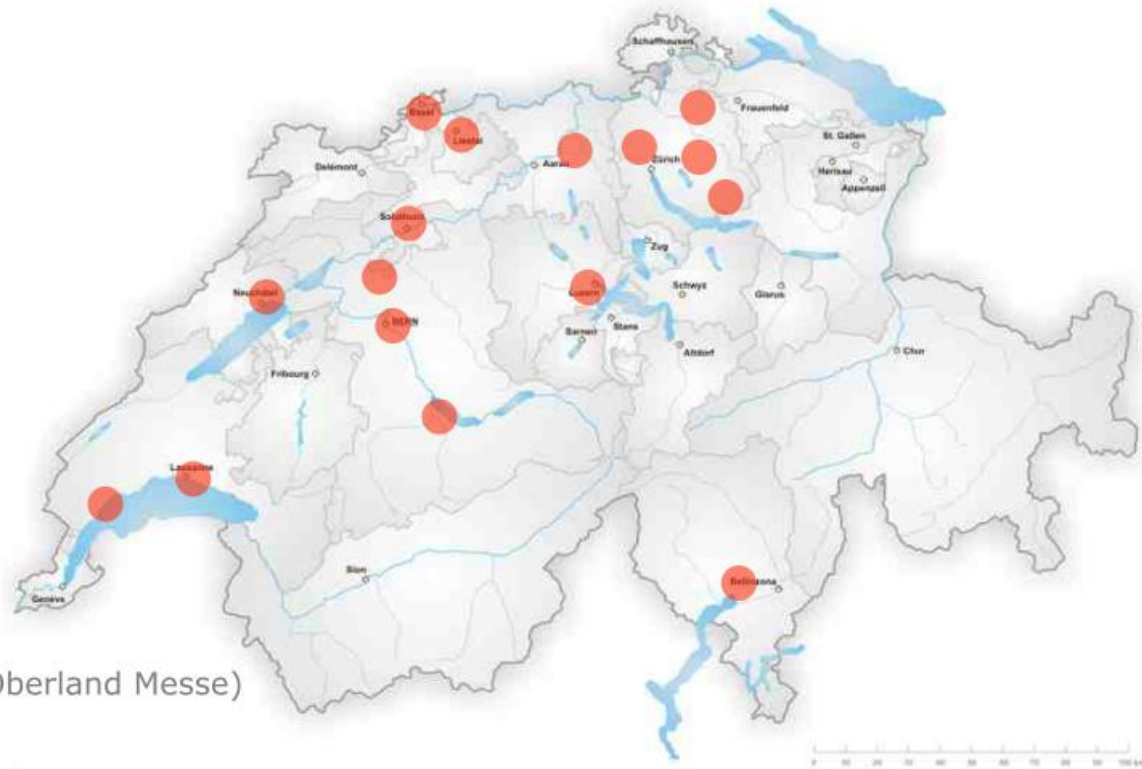
August

September

mögliche standorte 2012

- Basel
- Bern
- Birr
- Burgdorf
- Emmen
- Jona
- Lausanne
- Liestal
- Neuchâtel
- Niederhasli
- Rolle
- Solothurn
- Spiez
- Tenero
- Wetzikon (Züri Oberland Messe)
- Winterthur

Angaben ohne Gewähr



die aktuellen Teams

- BSC Scorpions Basel
- BSC Sable Dancers Bern
- BSC La Côte Rolles
- BSC Solothurn
- BSC Bienne Hatchets
- BSC Chargers Baselland
- BSC Thun
- BSC Winti Panthers
- BSC Gerzensee
- BSC Havana Shots Aargau
- BS Team Zürich
- **BSC ILLYRIAN**
- BSC Jona
- FC Basel Beach



tv - sendung

- „Beachsoccer-weekly“-Sendung über die Suzuki-League
- 10 Sendungen, Mai-Oktober, total > 500 Wiederholungen
- Schweizer Sportfernsehen SSF
- Sendungen à 15 Minuten
- Vor und nach den Sendungen jeweils TV-Spots der Sponsoren
- Zweitnutzung Online auf internettv.ch etc.

„Beachsoccer-weekly“ generierte im Jahr 2011
über 1,5 Mio addierte Nettoreichweite



websites beachsoccer

- www.beachsoccer.ch 400'000 PI / Jahr
- www.sport.ch 36'000'000 PI / Jahr
- www.4-4-2.com 24'000'000 PI / Jahr
- www.sportal.ch 12'000'000 PI / Jahr

+ div. Vereinswebsites



medienberichterstattung

Die Suzuki Swiss Beach Soccer League profitiert von stetig wachsendem Medieninteresse

- Presseversände vor und nach jedem Event
- Gratis-Bilder-Server für Medien und Partner (on-time)

SPORTS 15

REARFOOTER Sable équipe romande à disputer le championnat de Suisse. La Côte vaux profiter des vacances dans le région.

Ils veulent partager leur passion

Deux passionnés
 Ils ont décidé de partager leur passion pour le beach soccer. Ils ont créé une équipe romande pour disputer le championnat de Suisse. Ils veulent profiter des vacances dans la région.

Les héros sont romands
 Ils ont décidé de partager leur passion pour le beach soccer. Ils ont créé une équipe romande pour disputer le championnat de Suisse. Ils veulent profiter des vacances dans la région.

Le plus certain que nous ayons eu en Suisse romande et sur La Côte

SOLOTHURNER ZEITUNG

Wie die Havana Shots Strandfussball zelebrieren

Managers' Motivation
 Die Spieler sind motiviert, die Mannschaft zu gewinnen. Sie wollen die Meisterschaft gewinnen.

Mit einem 12:1-Kantersieg gegen Schusslicht Gerzensee und der Bestätigung des zweiten Zwischenranges beendeten die Havana Shots Aargau das dritte Meisterschaftswochenende im heimischen Birn.

Beach Soccer
 Die Spieler sind motiviert, die Mannschaft zu gewinnen. Sie wollen die Meisterschaft gewinnen.

TagesAnzeiger ZÜRICH

ZÜRICH SCHWEIZ AUSLAND WIRTSCHAFT BÖRSE SPORT KULTUR PANORAMA

Sable Dancers entzaubert

BEACHSOCCER Der letztjährige Meisterschaftssieger, die Sable Dancers aus Bern, verpasste in Spiez diesmal die Finalteilnahme.

Die aktuelle Suzuki Beach Soccer Liga läuft seit dem 21. Mai und dauert noch bis Mitte September. Die Sable Dancers hatten schon vor dem Meisterschaftsstart zu den engsten Titelkämpfern gezählt. Dem multikulturellen Kader gehören Nationalspieler aus Tahiti, aus Spanien und der Schweiz an. Zu den grossen Attraktionen des Teams gehören der Spielertrainer der Schweizer Nationalmannschaft, Angelo Schirinzi, sowie die spanischen Sandartisten Nicolas «Nico» Alvarado Caporale und Ramiro

Amarella, 4-facher Beach-Soccer-Spieler des Jahres in Europa. Weitere aus dem Regionalfussball bekannte Spieler sind Torhüter Adrian Lingenhag, Artan Zeqiraj, Steve Balmer, Pascal Buchner und Müslim Sungur.

Finalgegner der Havana Shots sind die Scorpions Basel. Allerdings legte der unterlegene Halbfinalgegner BSC Jona gegen die 3:3-Spielwertung Protest ein. Das Spiel hätte nach Meinung von Jona beim Stande von 3:2 vier Sekunden früher abgepfiffen werden müssen.

Spektakel pur! Angelo Schirinzi von den Sable Dancers Bern erzielt mit einem Scherenschlag ein wunderschönes Tor.

FOOTBALL Fer de Sable de BSC La Côte. Le championnat de Suisse. Thème: les participants à la Coupe du monde en Italie.

Je vais vivre une aventure extraordinaire

Beach Soccer
 Die Spieler sind motiviert, die Mannschaft zu gewinnen. Sie wollen die Meisterschaft gewinnen.

Beach Soccer
 Die Spieler sind motiviert, die Mannschaft zu gewinnen. Sie wollen die Meisterschaft gewinnen.

Angelo Schirinzi
 Der Spielertrainer der Schweizer Nationalmannschaft.

kontakt

BSC ILLYRIAN

Buchsackerstrasse 3
8953 Dietikon

www.illyrian.ch, info@illyrian.ch

Selami Redzepe, Vereinspräsident
N. 079 698 62 84, s.redzepe@illyrian.ch

Rabit Redzepe, Vize-Vereinspräsident
N. 076 588 71 17, r.redzepe@illyrian.ch

