

# Gönnervereinigung

## „Best Practice“-Konzept

In der Strategie von swiss unihockey wird festgehalten, dass der Verband einen proaktiven Beitrag zur nationalen (und internationalen) Entwicklung des Unihockeys leistet. Im Rahmen der weiteren Professionalisierung ist swiss unihockey bestrebt, die Vereine hinsichtlich der Etablierung eines Gönner-/Supportervereins zu unterstützen. Dazu hat das Nationalliga-Komitee die Abteilung Marketing unter anderem mit der Ausarbeitung eines Konzepts „Best Practice“ für Gönnervereinigungen der Unihockey-Klubs beauftragt.

### Die Ausgangslage

Gönnervereinigungen sind für schweizweit namhafte Vereine von unverzichtbarem Wert und ein wichtiger Bestandteil für eine finanziell gesunde Lage. Diesen Gönnern ist es zu verdanken, dass weiterhin Sport der Spitzenklasse gespielt wird und das Niveau der Juniorenförderung auf einem hohen Level bleibt. Auch der Unihockey-Sport soll in Zukunft von solchen Personen profitieren können.

Als Gönner verstehen sich Personen, die jemand anderen in seinen Bestrebungen mit Geld unterstützen und nicht unbedingt eine konkrete Gegenleistung verlangen. Diesbezüglich ist es den Gönnern ein Anliegen, den Unihockey-Sport weiterzuentwickeln.

Erfreulicherweise ist festzustellen, dass in den letzten Jahren bereits mehrere Unihockey-NLA-Herrenklubs, sowie ein paar NLA-Damenklubs eine unabhängige, aber dem Verein verpflichtete Gönnervereinigung gegründet haben. Dieses wichtige finanzielle Tool ist gleichwohl noch nicht bei allen Vereinen ein Bestandteil zur Akquirierung finanzieller Mittel. Die nachfolgenden Empfehlungen sollen die Klubs bei der Gründung einer Gönnervereinigung unterstützen und auf die wichtigsten Eckpfeiler beim Vorgehen hinweisen. swiss unihockey hält fest, dass dieses Dokument keine zwingenden Vorschriften enthält.

### Ziel und Zweck einer Gönnervereinigung

Das primäre Ziel und der Zweck der Gönnervereinigung soll die Förderung und Unterstützung des Unihockeysports (Nachwuchs- und Leistungssport) des jeweiligen Vereins sein. Des Weiteren dient die Gönnervereinigung dazu, ein Beziehungsnetzwerk aus Sport, Politik und Wirtschaft aufzubauen. Die Ziele können u.a. Mithilfe der finanziellen Mittel, die durch die Gönnervereinigung generiert werden, umgesetzt werden.

Die Mitglieder der Gönnervereinigung sehen sich primär als Fans und verfolgen keine persönlichen Interessen zur Profilierung, sondern stellen die Philosophie des Klubs in den Vordergrund. Mit einer Gönnervereinigung wird die finanzielle Verantwortung auf mehreren Schultern verteilt und der Klub ist nicht von einer Person resp. einem Mäzen abhängig. Ziel muss es mittelfristig sein, dass diese Gönnervereinigung ein wichtiger Eckpfeiler im Klub darstellt und von unverzichtbarem Wert ist.

### Die Gründung

Die Gönnervereinigung wird als eigenständiger Verein etabliert, welcher als Zweck die Unterstützung des Sportvereins (Jugend und/oder Spitzensport) in finanzieller und moralischer Hinsicht sowie die Förderung des Gedankenaustauschs unter den Mitgliedern sieht. Die Gründungsmitglieder sollten dabei einen starken Bezug zum Klub haben und beispielsweise aus ehemaligen Aktiven oder dem Verein nachstehenden Personen bestehen. Gut in der Region verankert, verhelfen sie zur Akquirierung weiterer Mitglieder und dem damit verbundenen Wachstum und stärken die Glaubwürdigkeit dieser Organisation.

Als eigenständiger Verein mit dem Zweck, den NLA-Klub zu unterstützen, benötigt dieser seine eigenen Statuten, womit der Grundstein gelegt wird. Nachstehend eine Übersicht einer möglicher Gliederung der Statuten:

- Name und Sitz
- Zweck

- Mitglieder
  - Eintritt
  - Mitgliederkategorien
  - Austritt
  - Ausschluss
  - Rechte der Mitglieder
  - Pflichten der Mitglieder
- Finanzierung / Haftung
- Organisation
  - Vereinsjahr
  - Organe (Hauptversammlung / Vorstand / Revisoren)
  - Die Hauptversammlung
    - Die ordentliche Hauptversammlung
    - Die ausserordentliche Hauptversammlung
    - Anträge
    - Erforderliches Mehr
    - Gang der Verhandlung
  - Der Vorstand
    - Mitglieder (Präsident und Vorstandsmitglieder)
    - Aufgaben
    - Beschlussfassung
    - Statutenänderungen
  - Die Revisoren
- Auflösung des Vereins

Anlässlich der Gründung ist auch die Namensgebung der Gönnervereinigung zu bestimmen. Der Name soll dabei in Zusammenhang mit Unihockey und/oder dem Sportklub stehen. Ziel ist es, den Namen als bekannter Brand im Umfeld des Unihockey-Klubs zu verankern.

Mit der Gründung und der Namensgebung ist einer der wichtigsten Schritte abgeschlossen. Anschliessend geht es um die Akquirierung neuer Mitglieder.

### **Die Mitglieder**

Prinzipiell sollen juristische und natürliche Personen der Gönnervereinigung beitreten können. Sie zahlen jährlich einen durch die Hauptversammlung bestimmten Mindestbetrag ein. Der Betrag kann dabei für juristische und natürliche Personen unterschiedlich sein und ist basierend auf die regionale Wirtschaftskraft anzupassen. swiss unihockey vertritt jedoch die Meinung, diese Beträge nicht zu tief anzusetzen. Es soll ein Privileg sein, als Mitglied diesem Verein anzugehören. Für kleinere Beiträge können die Leute weiterhin als Passivmitglied (oder wie auch immer die Kategorien heissen) einen Betrag zu Gunsten des Klubs leisten.

Viele Mitglieder bestehender Gönnervereinigungen sind juristische Personen, vertreten durch den Geschäftsführer oder einer Person aus der Geschäftsleitung. Ihnen dient die Gönnervereinigung zur Knüpfung neuer und zur Vertiefung bestehender Kontakte aus Wirtschaft und Politik. Seien sie sich also bewusst, dass es für regionale KMUs interessant ist, Ihrer Gönnervereinigung anzugehören.

Obwohl die Gönnervereinigung mit ihren Mitglieder ein vom Klub unabhängiger Verein ist, ist der direkte und regelmässige Austausch zwischen beiden Parteien zwingend. Die Gönner, als indirekter Unterstützer des Sportvereins, sind keine Sponsoren im klassischen Sinn, sie sollen aber ebenfalls gewisse Leistungen vom Klub erhalten. Ideen sind nachstehend unter dem Punkt „Leistungen/Gegenleistungen“ aufgelistet.

### Leistungen/Gegenleistungen

Die Mitglieder der Vereinigung profitieren von verschiedenen Leistungen in Zusammenhang mit dem Klub und den Meisterschaftsspielen. Dies können beispielsweise folgende Leistungen sein:

- Zutritt zur Networking Zone/VIP-Bereich
- Ein oder mehrere Saisonabonnements mit reserviertem Sitzplatz
- Ein garantierter Parkplatz in der Nähe des Stadions
- Klubbekleidung
- Kostenlose Teilnahme an Business-Lunches und Events
- Zustellung wichtiger Informationen per E-Mail
- Event mit der ersten Mannschaft, Teilnahme an Anlässen des Sportvereins
- Teilnahme an Spezialanlässen der Gönnervereinigung
- Einkaufsvergünstigungen in bestimmten Geschäften
- Nennung der Personen auf dem Internet / Platzierung des Firmenlogos auf der Website \*

\* Achtung; diesbezüglich ist Vorsicht geboten. Wer seinen Gönnern eine Plattform für Werbung bietet, handelt als Verein nicht mehr altruistisch. Der Gönnerbeitrag ist somit ein Entgelt für Werbeleistungen, welche wiederum mehrwertsteuerpflichtig sind. Die Publikation der Mitglieder und/oder der Firmenlogos ist somit nicht zu empfehlen.

Folgende Bemerkungen zu den Leistungen gilt es zu ergänzen: Mit der Networking Zone/VIP-Bereich für Mitglieder der Gönnervereinigung bieten Sie diesen Personen eine interessante Plattform zur Knüpfung privater und geschäftlicher Kontakte. Dank der Präsenz von Vorstandsmitgliedern des Klubs in dieser Networking Zone können die Kontakte zudem zwischen Gönnern und dem Klub weiter vertieft werden. Mit den gesellschaftlichen Anlässen der Gönnervereinigung soll zudem das soziale Wohl der Mitglieder gefördert werden. Auch hier bestehen gute Möglichkeiten, private und geschäftliche Kontakte zu vertiefen. Daher ist es insbesondere wichtig, dass der Klub an den Meisterschaftsspielen eine VIP-Zone betreibt. Die Führung einer Gönnervereinigung und das Betreiben einer VIP-Zone sind eng miteinander verbunden.

### Das Finanzielle

Der festgelegte Mitgliederbeitrag wird an die Gönnervereinigung überwiesen. Durch diese finanziellen Mittel werden administrative Gebühren und angefallene Kosten der Vereinigung beglichen. Allerdings sollen nicht Ausflüge und Events des Gönnervereins damit bezahlt werden. Ein festgelegter, möglichst hoher Prozentsatz der Gesamteinnahmen wird an den Klub überwiesen.

Dieser Betrag ist aus Sicht des Klubs aus folgendem Grund interessant: Gönnerbeiträge, im Gegensatz zu Sponsoringgeldern, gelten als freiwillige Zuwendungen an Dritte und sind daher **nicht mehrwertsteuerpflichtig**.

In diesem Zusammenhang weisen wir die Klubs darauf hin, dass Gönner effektiv nicht als Sponsoren aufgeführt werden dürfen, wenn keine Mehrwertsteuer abgeliefert werden soll. Bereits die Bewirtschaftung einer Spezialrubrik auf der Website des Vereins, die Aufschaltung der Mitgliederliste des Gönnervereins oder eine Verlinkung mit der Website der Gönnervereinigung, gilt als mehrwertsteuerpflichtige Dienstleistung. Die Zuwendung des Gönners ist in diesem Fall ein Entgelt für Werbeleistung. Mehr zu dieser Thematik finden Sie im [Zeitungsartikel der NZZ vom 23. Juni 2014](#).

### Marketingaktivitäten

Im Idealfall erstellt die Gönnervereinigung ihre eigene Internetseite. Dies ermöglicht eine eigene Identität der Gönnervereinigung sowie detailliertere Informationen zur Mitgliedschaft und den sich bietenden Vorzügen

einer Mitgliedschaft. Insgesamt ergibt sich damit auch ein professioneller Eindruck. Als Beispiel dient Ihnen der folgende Link: [www.fbk-business-club.ch](http://www.fbk-business-club.ch)

Zusätzlich soll ein/e Flyer/Broschüre erstellt werden, welche/r im Internet zum Download zur Verfügung steht und an interessierte Personen abzugeben ist. Folgende Informationen kann diese/r Broschüre/Flyer enthalten:

- Unihockey im Allgemeinen
- Der Klub
- Die Nachwuchsabteilung
- Die Erfolge des Klubs
- Der Zweck und Sinn dieser Gönnervereinigung
- Mitgliederbeitrag
- Gegenleistungen und Aktivitäten
- Talon zum Ausfüllen und Anmelden

Je attraktiver diese/r Broschüre/Flyer gestaltet ist, umso überzeugender wirkt es auf potenzielle Mitglieder. Drücken Sie diesen das Dokument nach dem Gespräch an einem Heimspiel oder einem Unihockey-Anlass direkt in die Hand.

Bestimmen Sie in der Gönnervereinigung eine Person, welche für die Marketingaktivitäten zuständig ist und sich der Mitgliedergewinnung annimmt. Nur durch proaktives Kommunizieren können Sie weitere Mitglieder von der finanziellen Unterstützung überzeugen und ihnen deren eigene Vorteile aufzeigen.

Abschliessend zu den Marketingaktivitäten ist zu empfehlen, die Unterstützung der Gönnervereinigung mit einem überdimensionalen Check zu symbolisieren. Der Check ist vor einem Meisterschaftsspiel mit möglichst vielen Zuschauern vom Präsident des Gönnervereins an einen Verantwortlichen des Sportklubs zu übergeben. Wichtig dabei ist die mediale Begleitung (Social Media, Print-Medien, Online-Berichterstattung), damit nicht nur die anwesenden Zuschauer von dieser Aktion und der Gönnervereinigung Kenntnis nehmen.

Im Zentrum der Kommunikation steht die Gönnervereinigung an sich und nicht die einzelnen Mitglieder der Gönnervereinigung.

### **Gönneranlässe**

Nebst den Gegenleistungen durch den Klub (Saisonkarte, VIP-Apéro uvm.), liegt es auch an der Gönnervereinigung, im Verlaufe des Jahres eigene Anlässe zu organisieren, um das soziale Wohl zu pflegen und die geknüpften Kontakte innerhalb des Vereins weiter zu vertiefen. Es ist jedoch nicht Sinn der Sache, diese Anlässe durch die von den Mitgliedern einbezahlten Beträge zu finanzieren.

Nachstehend einige Ideen zu möglichen Anlässen:

- Firmenbesuche (Unternehmen von Gönnern)
- Besuch von Ausstellungen
- Baustellenführungen
- Besuch von Unihockey (Gross-)Events
- Einladung zu Premieren
- Uvm.

Ein Mitglied hat sich dieser Aufgabe anzunehmen und die Anlässe zu koordinieren. Dank privater Kontakte sind oft verbilligte Eintritte für verschiedene Events möglich, was die Teilnahme interessant macht.

### **Fund-Raising**

Eine weitere spannende Vermarktungsidee bietet die Verlosung eines Sponsoring-Spezialpakets. Sie ist unabhängig von der Gönnervereinigung zu betrachten.

Die Grundidee ist die Folgende: Der Verein definiert ein Sponsoring-Spezialpaket, welches zum Zeitpunkt Y verlost wird. Damit ein Unternehmen das Sponsoring-Spezialpaket gewinnen kann, müssen Gutscheine (= Lose) gekauft werden. Die begrenzte Anzahl Gutscheine (z.B. 70 Stück) können für einen definierten Betrag X pro Stück (z.B. CHF 300.00) beim Sportverein erworben werden. Ein Unternehmen kann dabei mehrere Gutscheine kaufen, wobei ein gekaufter Gutschein einem Los entspricht. Sind alle Gutscheine verkauft, oder spätestens zum Zeitpunkt Y, wird anlässlich einer Verlosung der Gewinner dieses Sponsoringplatzes gezogen. Letztlich profitiert der Gewinner während der folgenden Saison von den vor der Aktion definierten attraktiven Kommunikationsleistungen (z.B. Logoplastierung auf dem Sportdress, Logoplastierung auf den Einlauftrikots) zu günstigen Konditionen. Sollten die Kommunikationsleistungen die Präsenz auf den Trikots/Hosen beinhalten, ist die Auslosung vor dem Druck der Shirts anzusetzen.

Wichtig, da es sich um ein Sponsoring handelt, sind die Einnahmen mehrwertsteuerpflichtig.

### **Professionalität**

swiss unihockey ist überzeugt, Ihnen mit diesem „Best Practice“-Konzept die Wichtigkeit einer Gönnervereinigung für Ihren Verein aufzeigen zu können. Es kann nicht nur der Verein durch die finanzielle Unterstützung profitieren. Auch die regionalen Unternehmen schätzen es, einer Networking-Zone anzugehören, um neue Kontakte zu knüpfen. Mit den genannten Marketingaktivitäten und dem nötigen Engagement, wird die Gönnervereinigung über die Jahre wachsen und zu einer für den Klub unverzichtbaren finanziellen Einnahmequelle werden.

Die Gründung einer Gönnervereinigung und die dadurch generierten Mehreinnahmen ermöglichen Ihnen zudem professionellere Strukturen im Verein und das dadurch langfristige Bestehen in der NLA. Nutzen Sie die Inputs des vorliegenden Dokuments und setzen Sie sich bei Fragen mit einer der Referenzen in Verbindung.

### **Referenzen**

Folgende Klubs/Gönnervereinigungen stellen sich für Fragen oder Unterstützungsanfragen gerne zur Verfügung:

- Floorball Koeniz; Kontaktperson: Martin Messerli, [martin.messerli@floorball-koeniz.ch](mailto:martin.messerli@floorball-koeniz.ch)  
Vorstandsmitglied im Verein und Präsident der Gönnervereinigung
- SV Wiler-Ersigen, Kontaktperson: Thomas Bürki, [thomas.buerki@schule-lyssach.ch](mailto:thomas.buerki@schule-lyssach.ch)  
Präsident der Gönnervereinigung
- Red Ants Rychenberg Winterthur; Kontaktperson: Remo Cozzio; [info@cozzio.ch](mailto:info@cozzio.ch)  
Präsident der Gönnervereinigung BLOCK 4

### **Haftungsausschluss**

swiss unihockey, als Autor dieses Dokuments, übernimmt keinerlei Gewähr für die Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit der bereitgestellten Informationen in diesem Konzept. Haftungsansprüche gegen swiss unihockey, welche sich auf Schäden materieller oder ideeller Art beziehen, die durch die Nutzung oder Nichtnutzung der dargebotenen Informationen bzw. durch die Nutzung fehlerhafter und unvollständiger Informationen verursacht wurden, sind ausgeschlossen.