

Geschäftsordnung der Präsidialkommission Marketing/Sponsoring im Badischen Turner-Bund e. V.

(Beschlissen am 03.05.2022)

§ 1 Ziele und Aufgaben

Die Vermarktung des BTB und seiner Angebote soll neben der Zielgruppe der ca. 430.000 Vereinsmitglieder auch Sponsoren und die Gesellschaft erreichen. Der BTB ist relevanter Ansprechpartner für die Politik und die Öffentlichkeit (Medien und Gesellschaft) für das vielfältige Thema Turnen in Baden. Durch Sponsoringpartnerschaften möchte der BTB die Verbandseinnahmen auf eine weitere Säule neben Mitgliedsbeiträgen und anderer Fördermittel verteilen sowie den Vereinen Mehrwerte schaffen.

Der BTB achtet dabei auf glaubwürdige, authentische und nachhaltige Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen.

Aufgabe der Präsidialkommission ist die weitere Professionalisierung des Bereichs Marketing/Sponsoring. Sie berät das Präsidium in der strategischen Ausrichtung.

Die Präsidialkommission unter der Leitung des Vizepräsidenten/der Vizepräsidentin Marketing/Sponsoring hat das Ziel, durch Anwerben neuer Sponsoren und Vermitteln neuer Kontakte für Sponsorenverträge die finanzielle Ausstattung des Verbandes zu verbessern. Übergeordnetes Ziel ist die Erreichung der satzungsmäßigen Ziele des BTB, um damit einen gesellschaftlichen Beitrag zum friedlichen und menschenfreundlichen Zusammenleben in einer lebenswerten Umwelt zu leisten.

Die Mitglieder der Präsidialkommission verpflichten sich, die Interessen des organisierten Sports, insbesondere des Turnsports, in Baden sowie die expliziten Grundsätze des BTB gemäß §1 der Satzung des BTB zu achten und diese bei Ihren Aktivitäten zu berücksichtigen.

§ 2 Berufung und Zusammensetzung

Die Präsidialkommission Marketing/Sponsoring bilden der/die Vizepräsident/-in Marketing/Sponsoring als Vorsitzende/-m sowie mindestens vier weitere Mitglieder. Die weiteren Mitglieder werden zeitnah nach der Wahl des Vizepräsidenten/der Vizepräsidentin Marketing/Sponsoring auf dessen/deren Vorschlag für die Zeit bis zum nächsten ordentlichen Landesturntag vom Präsidium ernannt. Der Präsidialkommission ist der/die hauptamtliche/-n Referent/-tin Marketing/Sponsoring mit beratender Stimme zugeordnet.

Bei Bedarf können mit Zustimmung des Präsidiums zusätzliche Personen kooptiert werden. Diese sind nicht stimmberechtigt. Die Präsidialkommission ist auch berechtigt, für spezielle Aufgaben Personen ohne Stimmrecht zu ihren Sitzungen hinzuzuziehen.

Scheidet vor Ablauf der Amtszeit eines der weiteren Mitglieder aus, ernennt das Präsidium auf Vorschlag des Vizepräsidenten/der Vizepräsidentin Marketing/Sponsoring eine/-n Nachfolger/-in für die verbleibende Amtszeit des ausgeschiedenen Mitgliedes.

§ 3 Sitzungen

Die Präsidialkommission Marketing/Sponsoring tagt nach Bedarf, mindestens jedoch zweimal jährlich. Die Einladung zu den Sitzungen erfolgt mindestens zwei Wochen vor dem Termin mit Bekanntgabe der Tagesordnung.

Die Sitzungen werden vom Vizepräsidenten/von der Vizepräsidentin Marketing/Sponsoring einberufen sowie in Zusammenarbeit mit dem Referenten/der Referentin

Marketing/Sponsoring vorbereitet. Die verantwortliche Führung sowie die fachliche Gesamtverantwortung liegt beim Vizepräsidenten/bei der Vizepräsidentin Marketing/Sponsoring.

§ 4 Aufgaben und Zuständigkeiten

Aufgaben der Präsidialkommission Marketing/Sponsoring sind insbesondere:

- Beratung zu Sponsoringkonzepten:
Die Präsidialkommissionsmitglieder bringen ihre persönlichen Erfahrungen in die Ausgestaltung des strategischen Sponsoringkonzeptes ein und beraten das Präsidium diesbezüglich.
- Unterstützung beim Aufbau eines Sponsorennetzwerks:
Die Präsidialkommissionsmitglieder unterstützen die Entstehung eines Sponsorennetzwerkes mithilfe bestehender und neu erarbeiteter Kontakte auf der Basis der abgestimmten Schwerpunkte.
- Unterstützung bei der Pflege und Betreuung laufender Sponsorenverträge
- Unterstützung bei der Akquise neuer Sponsoren:
Die Präsidialkommissionsmitglieder unterstützen durch Kontaktanbahnungen und Gesprächsbegleitungen.
- Qualitätssicherung im Bereich Marketing und Sponsoring:
Durch Beratung und Reflexion der strategischen Arbeit soll deren Qualität gesichert werden. Qualitätssicherung meint auch, aktuelle Trends zu diskutieren und auf deren Nutzen für die strategische Ziele des BTBs zu prüfen.
- Vorschlagsrecht zur Änderung dieser Ordnung
Die Präsidialkommission kann Änderungsvorschläge zu dieser Ordnung an das Präsidium richten.

§ 5 Inkrafttreten der Ordnung für die Präsidialkommission Marketing/Sponsoring

Das Präsidium des BTB hat diese Ordnung am 03.05.2022 beschlossen. Sie tritt mit diesem Tag in Kraft.