



PUBLIC RELATIONS
Studierende Hannover e.V.

SPONSORING - RICHTLINIE



Public Relations Studierende Hannover e.V. c/o Hochschule Hannover
Fakultät III – Medien, Information und Design
Expo Plaza 12 / 30539 Hannover
E-Mail: info@prsh.de

www.prsh.de / www.facebook.com/PR.Studierende / www.twitter.com/pr_studenten

Sponsoring Richtlinie PRSH

1. Einleitung

Die Richtlinien für das Sponsoring des PRSH wenden sich an die Mitglieder des Public Relations Studierenden Hannover e.V., sowie an unsere Partner. Sie zeigen die Möglichkeiten auf, unser studentisches Engagement für die Public Relations kontinuierlich zu unterstützen und damit eine Brücke zwischen Studium und Berufsleben zu bauen. Sponsoring ist ein wichtiger Teil der Basis des PRSH, da es uns hilft den Grundgedanken des Vereins zu verwirklichen, nämlich die Bereitstellung von Bildungsinhalten aus dem Bereich der Public Relations außerhalb des regulären Lehrbetriebs.

2. Sponsoring Allgemein

Sponsoring ist eine Möglichkeit für Organisationen, Unternehmen und Institutionen, eng mit dem PRSH zusammenzuarbeiten und ihn zu unterstützen.

Dabei kann sich Sponsoring unterschiedlich gestalten, es beinhaltet nicht nur die Bereitstellung von Geld, sondern auch von Sachmitteln, Dienstleistungen oder Know-how!

Im Gegenzug ist es unser Anspruch, den Sponsoren etwas in unseren Möglichkeiten zurückzugeben. Das unterscheidet Sponsoring vom klassischen Spendenwesen. Die genauen Leistungen werden in einem individuellen Kooperationsvertrag spezifiziert und festgelegt.

3. Sinn und Zweck

Der Sinn und Zweck beim Sponsoring ist, die in einem vorher angefertigten Kooperationsvertrag vereinbarte Zusammenarbeit und die besprochene Kommunikative Gegenleistung umzusetzen.

Wir als Public Relations Studierende Hannover e.V. bieten unseren Förderern eine Plattform um sich präsentieren zu können. Mehrmals im Jahr halten wir Veranstaltungen wie „The Pitch“ oder den „CommsDay“ in Hannover ab.

Auf diesen Veranstaltungen bieten sich Ihnen mehrere Möglichkeiten:

- Kontakte zu Studierenden der Studiengänge Public Relations und Kommunikationsmanagement zu knüpfen
- ein positives Unternehmensbild für zukünftige Fachkräfte schaffen

- die Bekanntheit und Wertschätzung des Sponsors und seiner Produkte beziehungsweise seiner Dienstleistungen bei den Mitgliedern des PRSH nachhaltig zu steigern
- die durch Veranstaltungen des PRSH erreichte öffentliche Aufmerksamkeit der Kommunikationsmedien zu nutzen.

4. Rahmenbedingungen

Sponsoring ist ein Bestandteil der integrierten Kommunikation des PRSH und des Sponsoring Gebers. Sponsoring-Maßnahmen werden im Hinblick auf die Corporate Identity des PRSH abgestimmt. Sponsoring erfordert einen systematischen Entscheidungsprozess. In einer gemeinsamen Situationsanalyse legen der Sponsoring Geber und der PRSH gemeinsame Ziele und Zielgruppen fest. Die Planung, Durchführung und Kontrolle der einzelnen Maßnahmen erfolgt gemeinsam. Die Sponsoring Politik steht immer unter der Verantwortung des PRSH.

5. Presse- und Medienarbeit

Die die Sponsoring-Aktivitäten des PRSH betreffende Medienarbeit orientiert sich an folgenden Maßstäben:

- Die Kommunikation der Sponsoring-Aktivitäten ist Bestandteil der integrierten Kommunikation.
- Der PRSH kommuniziert Sponsoring nachvollziehbar und transparent.
- Die Medienarbeit wird je nach Sponsoring-Partner und -Aktivität kreativ gestaltet.
- Es erfolgt eine regelmäßige Abstimmung der Medienarbeit zwischen den Partnern.
- Die Auswertung der Medienarbeit erfolgt im Rahmen der Erfolgskontrolle.

6. Zuständigkeit

Die Verantwortung für das Sponsoring trägt der Vorstand des PRSH. Der direkte Ansprechpartner ist der aktuelle Finanzvorstand.