



Projekt Geschlossene Sportschiessanlage 25 m am Rigi

Werbespezifische Angaben zu den Sponsoringangeboten

Die angebotenen Massnahmen zur Erinnerungs-/Erhaltungswerbung sind durch häufige Kontakte bei limitierter Reichweite charakterisiert. Sie sind deshalb die ideale Ergänzung für Massnahmen mit grösserer Reichweite und kleinerer Kontakthäufigkeit. Der Preis pro Kontakt wurde günstig gestaltet, zum Beispiel kostet ein Kontakt für A-Sponsoren rund CHF 0.25, ungefähr gleich viel wie mit einem halbseitigen, einmal erscheinenden Inserat in der Lokalpresse.

Kontaktprognose

1. Werbeträger Vereinsbekleidung (Angebote A und B)

Die grösste Reichweite wird mit Aufnähern an der Vereinskleidung bei je 1500 Kontakten (=Wahrnehmungen) nach aussen 3-mal pro Jahr an den historischen Anlässen Rütli-Pistolenschüssen und Morgartenschüssen sowie an Kantonalschützenfesten erzielt.

Eine mittlere Reichweite wird an den 5 bis 7 jährlich besuchten Gruppenschüssen in der näheren Umgebung (Gruppenschüssen in Rothenthurm, Beckenried, Ennetmoos, Alterswilen, Affoltern, Schwyz) mit je rund 200 Kontakten erreicht. Das gilt auch für 1 bis 3 jährlich vom Verein organisierten Anlässen in der neuen Anlage.

Eine kleine Reichweite besteht an Vereinsanlässen und Trainingstagen, wo jährlich an 50 Anlässen jeweils etwa 30 Mitglieder erreicht werden.

2. Werbeträger Internetauftritt (Angebote A, B, C, und D)

Gegenwärtig werden über 200 Besuche pro Monat von unserer Homepage (Angebot A) registriert. Für die Angebote B und C im Unterverzeichnis „Sponsoring“ liegen bis heute keine Zahlen vor.

3. Werbeträger Jahresprogramm (Angebote A, B, C und D)

Das Jahresprogramm wird in einer Auflage von 300 Stück an alle Mitglieder, an die übergeordneten Verbände und an die betroffenen Behördenstellen abgegeben und im Vereinslokal aufgelegt. Vorsichtig geschätzt wird das Jahresprogramm im Schnitt 2-mal zur Hand genommen.

4. Werbeträger Plakate im Schiesskanal (Angebote A und B)

Sowohl Vereinsmitglieder als Teilnehmer an den von uns angebotenen Trainings, Wettbewerben und Bundesübungen tragen zu jährlich etwa 3000 Kontakten bei.

5. Werbeträger Sponsorenliste (Angebote A bis D)

Trainingsteilnehmer, Gäste von Mitgliedern, Besucher von Schiesskursen und Wettbewerben im Stand sind mit jährlich etwa 2000 Kontakten dabei.

6. Geplante Kontakte pro Sponsorensegment in der gesamten Vertragslaufzeit

A-Sponsoren: 80'000

B-Sponsoren: 40'000

C-Sponsoren: 12'000

D-Sponsoren: 5'000

Der Verein setzt sich aus Mitgliedern aller Bevölkerungsschichten und Einkommensklassen zusammen, die zur Hauptsache aus dem Mittelstand stammen. Eigenheimbesitzer und Mieter sind je etwa hälftig vertreten. Weitere Angaben finden sie in der folgenden Tabelle.

7. Entwicklung Mitgliederbestand

	2014		2017		Veränderung
	Anzahl	Anteil %	Anzahl	Anteil %	%
Total Mitglieder	94	100.0	131	100	39.4
Aktive mit Lizenz	40	42.6	48	36.6	20.0
Aktive mit Fremdlizenz	5	5.3	11	8.4	120.0
Aktive ohne Lizenz	14	14.9	21	16.0	50.0
Aktive B-Mitglieder	5	5.3	15	11.5	200.0
Schnuppermitglieder	0	0.0	6	4.6	
Total aktive Schützen	64	68.1	101	77.1	57.8
Passivmitglieder	30	31.9	30	22.9	0.0
Davon Frauen	2	2.1	13	9.9	550.0
Männer	92	97.9	118	90.1	28.3
Unter 20 Jahre	1	1.1	5	3.8	400.0
20 bis 40 Jahre	13	13.8	27	20.6	107.7
41 bis 65 Jahre	34	36.2	58	44.3	70.6
Über 65 Jahre	46	48.9	41	31.3	-10.9