

# Sportsponsoring: Tipps

Die folgenden Tipps können Ihnen bei der Sponsorenakquise, Vorbereitung und Durchführung von Sponsoren-Gesprächen und dem Umgang mit Sponsoren helfen.

- 👉 Denken Sie daran, dass es sich bei Sponsoring nicht um eine Spende sondern um einen **Vertrag mit Gegenleistung** handelt.
- 👉 Seien Sie sich dessen bewusst, dass Sponsorenakquise, Sponsoring und die Kontaktpflege mit den Sponsoren viel **Zeit, Geduld und Ausdauer** in Anspruch nimmt. (Viele Unternehmen entscheiden einmal jährlich über ihr Sponsoringbudget).
- 👉 Betreiben Sie **Networking** in den Bereichen Sport-Medien-Wirtschaft. Nutzen Sie bestehende Kontakte. Suchen Sie **persönliche Kontakte**.
- 👉 Seien Sie kreativ, anders und gehen Sie **neue Wege!** Heben Sie sich von Ihren Mitbewerbern ab. Reagieren Sie früh auf veränderte Rahmenbedingungen.
- 👉 Stellen Sie einen **emotionalen Bezug** her, involvieren Sie Schlüsselpersonen, schaffen Sie Euphorie und Überzeugung bei potentiellen Sponsoren.
- 👉 Seien Sie **realistisch** bei der Einschätzung der Machbarkeit.
- 👉 Denken Sie daran: **in vielen Fällen ist weniger mehr**. Bieten Sie Exklusivität, besetzen Sie nur die Kanäle, wo Ihre Zielgruppe ist und eine relevante Reichweite erzielt werden kann.

## Aufstellung eines schlüssigen Konzepts

- 👉 Arbeiten Sie Ihr **USP** – also Ihr Alleinstellungsmerkmal – heraus, das Sie nutzen können um Sponsoren anzuwerben. Dies kann z.B. sein: Ihre Mitgliederanzahl, angebotene Sportart(en), EinzelsportlerInnen oder Teams, Image.
- 👉 Stellen Sie einen **Finanzplan** auf und entscheiden Sie, ob Sie Geld, Sachleistungen oder Unterstützung in Form einer Dienstleistung benötigen.
- 👉 Arbeiten Sie ein **Sponsoringkonzept** aus, um neben der (regionalen) Konkurrenz bei der Akquise von Sponsoren bestehen zu können.
- 👉 Beachten Sie, dass Sponsoring ein **klares Kommunikationsziel** braucht.
- 👉 Beantworten Sie folgenden Satz für den Sponsor: **Wer** sagt **was** und fördert **wen** unter **welchen Bedingungen** mit **welchen Maßnahmen** über **welche Kanäle** zu **wem** mit **welchen Wirkungen**?
- 👉 **Fassen Sie kurz zusammen**, worum es Ihnen geht.

## Den richtigen Sponsor finden

- ☞ Wählen Sie den **Sponsoringpartner nach klaren Kriterien** aus, die in Ihre Strategie und die des Unternehmens passen. Diese Kriterien können z.B. sein: Engagement bei ähnlichen Projekten, Affinität zum Thema, Leitbild und Philosophie, Reichweite.
- ☞ **Was soll vermittelt werden?** Vergleichen Sie das Image der Sportart mit dem Image des Sponsors (z.B. der Werbeaussage des Unternehmens): Ästhetik, Ausdauer, Dynamik, Modernität, Prestige, Technik, Tradition,...
- ☞ Zeigen Sie dem Sponsor, in welchen Bereichen **Werte**, das **Image** (Erlebnischarakter, Faszination, Exklusivität, Emotionalität, Urteilsvermögen, Kommunikationswert,...), das **Produkt** bzw. die **Zielgruppe** von Sponsor und Verein sich überschneiden und wo die **Verbindung des gesponserten Bereichs mit dem Sponsor** besteht.
- ☞ Zeigen Sie **Vorteile für den Sponsor** auf: Imageverbesserung, Steigerung des Bekanntheitsgrades, attraktive Medienpräsenz, zielgruppenspezifische Ansprache, Erlebnisorientierung, Identifikation,...
- ☞ Prüfen Sie **bestehende Sponsorenschaften** und **recherchieren** Sie nach potentiellen Sponsoren im Internet, im Branchenverzeichnis Ihres Ortes, in Zeitungsanzeigen oder über die Mitglieder Ihres Vereins. Recherchieren Sie, welche Unternehmen neu am Markt sind, sich neu positionieren oder expandieren.
- ☞ Vermeiden Sie Massenaussendungen an potentielle Sponsoren.

## Vorstellung bei potentiellen Sponsoren

- ☞ Erstellen Sie eine **professionelle Sponsoringmappe** mit einer Beschreibung der Idee, Vorstellung des Vereins, Medienaktivitäten, geplanten Projekten, Zielgruppen, Auflistung der gewünschten Sponsorenleistung und dem gewünschten Finanzrahmen.
- ☞ Zeigen Sie auf welche **Reichweite** Ihr Projekt hat und wer die **Zielgruppe** der jeweiligen Leistungen ist, d.h. wer zu welchem Zeitpunkt den Sponsor in welcher Weise wahrnehmen kann.
- ☞ Stellen Sie dar, was die **Gegenleistung für das Sponsoring** ist ([Checkliste: Werbemittel](#)) und welche Vermarktungschancen für den Sponsor gegeben sind.
- ☞ Bestimmen Sie mit Hilfe nachprüfbarer Kriterien einen marktgerechten Preis. Stellen Sie dar, welchen **Gegenwert in Euro** die einzelnen Leistungen, die Ihr Verein dem Sponsor bieten kann, haben.
- ☞ Bieten Sie mindestens zwei **unterschiedliche Sponsoring-Pakete** an, aus welchen das Unternehmen wählen kann, bzw. stellen Sie unterschiedliche Möglichkeiten dar.
- ☞ Ein Bild sagt mehr als tausend Worte – **Visualisieren** Sie Ihr Angebot.
- ☞ Handeln Sie **allgemeine Bedingungen** aus, wie z.B. die Laufzeit des Sponsoring-Vertrags.

- 👉 Vereinbaren Sie Art und Umfang der werblichen Präsenz, die Platzierung der Werbemittel und in welcher Form der Sponsor Drucksachen, Webseiten etc., auf denen der Sponsor dargestellt wird, **freigeben** muss.
- 👉 Informieren Sie den Sponsor über **mögliche weitere Sponsoren** und vereinbaren Sie eine Hierarchie (Titel-, Haupt-, Co-Sponsor, Medienpartner, Offizielle Ausrüster etc.).
- 👉 Schließen Sie einen **schriftlichen Vertrag** ab, in welchem die Ziele, Leistungen und Maßnahmen beschrieben werden.
- 👉 Denken Sie auch daran, dass mit einem Sponsoringvertrag auch **Risiken** verbunden sein können: Abhängigkeit vom sportlichen Erfolg, Gefahr des totalen Ausfalls (z.B. Wetterbedingte Absage von Veranstaltungen), starke Verbindung mit EinzelsportlerInnen, Abhängigkeit von Medienberichterstattung (z.B. Bande wird nicht eingeblendet).

### **Während und nach dem Sponsoring**

- 👉 Halten Sie **Sponsorenabsprachen** ein und vereinbaren Sie Änderungen (beiderseitig) in schriftlicher Form.
- 👉 Halten Sie **regelmäßig Kontakt zum Sponsor**. Vereinbaren Sie AnsprechpartnerInnen und berichten Sie in vereinbarten Intervallen zu Ihren Tätigkeiten, organisieren Sie Sponsorentreffen, senden Sie Belegexemplare und Clippings, laden Sie den Sponsor zu Veranstaltungen ein.
- 👉 **Dokumentieren** Sie Ihre Aktivitäten und umgesetzten Maßnahmen durch Fotos, Belegexemplare, Statistiken zu BesucherInnen, Presseclippings, Screenshots etc.
- 👉 Nutzen Sie nach dem Ablauf des Sponsoring eine **Nachbesprechung mit dem Sponsor** zur Kontaktpflege und um Verbesserungsvorschläge gemeinsam zu erarbeiten, übergeben Sie eine Dokumentationsmappe, und weisen Sie auf Ihre nächsten Aktivitäten hin.

Weitere Informationen: [www.bso.or.at/sponsoring](http://www.bso.or.at/sponsoring)