

Wichtige Tipps und Fragestellungen zum Sponsoring

Die folgende Checkliste soll beim Aufsuchen geeigneter Sponsoren Hilfen geben. Wichtig ist dabei die Ausgewogenheit von Leistung und Gegenleistung. Der Verein soll sich einem möglichen Sponsor als kompetenter Partner präsentieren. Beide sollen ihr "Licht nicht unter den Scheffel stellen".

Die folgenden Schwerpunkte sind bei der Sponsorensuche zu beachten und darzustellen.

1. Selbstdarstellung des Vereins

- Größe und Mitgliederzahl des Vereins
- Struktur der Mitglieder
 - a) Wohnorte, Herkunftsorte der Mitglieder
 - b) Altersstruktur der Mitglieder
 - c) Stärke der einzelnen Abteilungen und Zugehörigkeit der Mitglieder
- Schwerpunkte der Vereinstätigkeiten z. B. Jugendsport, Kinderturnen, Eltern-Kind-Turnen, Breitensport, Seniorensport, Gesundheitssport, Leistungssport
- Bedeutung des Vereins oder seiner Abteilungen
 - a) Lokale, regionale, nationale und internationale Erfolge und Bekanntheitsgrad des Vereins
 - b) Größte bisherige Erfolge regional, überregional, international
- Welche und wie viele Sportstätten nutzt der Verein?
 - a) Werbemöglichkeiten für den Sponsor
 - b) Zuschauerzuspruch und Einzugsgebiet
- Resonanz der Aktivitäten des Vereins in den Medien: Fernsehen, Rundfunk, lokale und überregionale Presse
 - a) Häufigkeit der Erwähnung des Vereins in den Medien
 - b) In welchen Medien? Wie oft?
 - c) Welche Sportart, Abteilung oder Mannschaft wird am meisten genannt?

2. Wen möchte der Verein gesponsert haben?

- den Gesamtverein
- einzelne Mannschaften, Abteilungen, Sportler
- Veranstaltungen, z. B. das gesamte Jubiläum mit besonderen Schwerpunkten während des Jubiläumjahres
- eventuelle längerfristige Zusammenarbeit über das Jubiläumsjahr hinaus
- Hat der Verein bereits andere Sponsoren? Wen, wie lange?

3. Was kann der Verein für den Sponsor tun?

- Vertragliche Festlegung der Förderung durch den Sponsor
 - a) Haupt- oder Nebensponsor
 - b) Konkurrenzabschluss für andere Sponsoren gleicher Art

- Darstellung des Sponsorings nach außen, Nennung des Sponsors auf allen Druckerzeugnissen wie Anzeigen, Aufklebern, Handzetteln, Plakaten, Eintrittskarten, Briefbögen, etc.
- Nennung des Sponsors gegenüber den Medien, in den Presseveröffentlichungen des Vereins
- Nennung des Sponsors in der Öffentlichkeit
- Außenwerbung
 - a) auf Banden, Trikots, T-Shirts, Sweatshirts, Fahrzeugen, Podesten für die Siegerehrung, auch auf Fahnen an den Eingängen der Hauptversammlungsorte
 - b) eventuell Namengebung bestimmter Sportveranstaltungen, wie "Konrad-Cup", "Mercedes-Pokal" o. ä.

4. Finanzielle Leistung - Sachleistung

- Höhe der Summe (unter 500, bis 1000, über 1000 Euro)
- Zahlungsmodalitäten (einmalig, monatlich, halbjährlich)
- Bereitstellung von Sport- und anderer Ausrüstung (Trikots, Bälle und andere Sportgeräte)
- Werbemittel und sonstiges Kleinmaterial zum Verschenken
- Personelle bzw. organisatorische Hilfen von Mitarbeitern des Sponsors

5. Zeitliche Dauer und Ablauf der Sponsortätigkeit

- Wie lange soll die Förderung dauern?
 - a) Nur während einer Veranstaltung
 - b) Ein oder mehrere Jahre (über das Jubiläumsjahr hinaus)
- Wenn ja: wann soll das Sponsoring beginnen?
- Stehen weitere öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen des Vereins in naher Zukunft an?
- Ziel des Vereins muss es sein, dem Sponsor selbstbewusst, aber nicht überheblich, offen und wahr gegenüber zu treten, mit "offenen Karten zu spielen".

6. Benennung von Ansprechpartnern und Bevollmächtigten

- des Vereins
- des Sponsors

Vom Verein ist besonders zu beachten:

Keine zu großzügige Werbung! Sie darf nicht zur Hauptsache des ganzen Jubiläums bzw. des ganzen Sponsorings werden. Das gilt besonders für Festakte, Plakate und die Festschrift. (Keine Werbeveranstaltung! Kein Anzeigenblatt einer oder mehrerer Firmen!)