Sponsoring-Grundlagen

Sponsoring-Management im Sportverein: Schritt für Schritt erfolgreich im Sponsoring!

Die Akquisition von Sponsoren ist meistens ein sehr aufwendiges Unterfangen. In aller Regel muss der Sportverein die Initiative ergreifen und auf den potenziellen Sponsor zugehen. Erfolgt dies konzeptlos, sind die Erfolgschancen gering.

Nur in Ausnahmefällen werden Sportvereine von Unternehmen oder durch eine vom Unternehmen beauftragte Agentur kontaktiert. Dieses Glück haben Sportarten, Veranstaltungen, Mannschaften und Einzelsportler*innen mit einem sehr hohen Bekanntheitsgrad und umfassender Medienpräsenz. Hierzu gehören Mannschaften der 1. Fußball-Bundesliga oder Top-Sportler*innen, wie Laura Dahlmeier, Sebastian Vettel oder Alexander Zverev.

Wollen Sie erfolgreich Sponsoren akquirieren? Dann vermeiden Sie ein Waterloo bei der Sponsorensuche durch vorschnelles und unüberlegtes Handeln! Erarbeiten Sie in Ruhe eine schlüssige Vereins-Sponsoringkonzeption!

Sponsoring ist aus Sicht des Sportvereins ein systematischer Entscheidungsprozess. Er setzt sich aus mehreren, aufeinander aufbauenden Phasen zusammen, die im Einzelnen jeweils spezifische Inhalte kennzeichnen. **Der Sponsoring-Management-Prozess** setzt sich aus 10 Phasen (Schritten) zusammen:

1. Phase: Analyse der Sponsoring-Ausgangssituation (IST-Zustand)

2. Phase: Festlegung einer Sponsoringstrategie

3. Phase: Bestimmung der Sponsoringziele

4. Phase: Erstellung des Sponsoringangebotes

5. Phase: Festlegung der Gegenleistungen des Sponsors

6. Phase: Auswahl von potenziellen Sponsoringpartnern

7. Phase: Sponsorenakquisition

8. Phase: Sponsoringvertrag

9. Phase: Sponsoringdurchführung/Sponsorenbetreuung

10. Phase: Sponsoringkontrolle

Die detaillierte Planung jedes Schrittes des Sponsoring-Management-Prozesses bezeichnet man als **Sponsoringkonzeption**.

In der Sponsoringkonzeption werden alle wichtigen Elemente der Sponsoringaktivitäten des Sportvereins, wie die Sponsoringstrategie, die Sponsoringziele oder die Sponsoringkontrollen geplant.