

WIE FINDE ICH GEEIGNETE SPONSOREN?

Ihre ehrenamtliche Institution oder Verein braucht zusätzliche finanzielle Mittel? Hierfür bietet sich Sponsoring durch Unternehmen an. Das heißt, Unternehmen geben Vereinen/Institutionen Geld oder gewähren ihnen geldwerte Vorteile.

Wenn auch die Sympathie für den ausgewählten Verein eine wichtige Rolle spielen wird, sind Unternehmen immer auch an einem betriebswirtschaftlichen Erfolg interessiert und erwarten deshalb eine Gegenleistung. Neben der Förderung Ihres Vereins oder Ihrer ehrenamtlichen Organisation soll auch auf das eigene Unternehmen aufmerksam gemacht werden. In der Regel verbindet ein Unternehmen mit seinen Sponsoraktivitäten Ziele der Werbung und/oder der Öffentlichkeitsarbeit.

Die Leistungen des Sponsors werden meistens in einem Vertrag geregelt, dem Sponsoring-Vertrag. Darin werden Art und Umfang der Leistungen des Sponsors und des Empfängers detailliert festgeschrieben.

So gehen Sie gezielt auf Sponsorensuche

Bevor der Sponsoring-Vertrag den krönenden Abschluss Ihrer Sponsorensuche bildet, kommt es eben darauf an, Unternehmen zu finden, die Sie gezielt ansprechen können. Das bedeutet, die Aktivitäten Ihrer Organisation müssen die Kunden des Sponsor-Unternehmens besonders ansprechen. Um einen erhöhten Bekanntheitsgrad nicht nur kurzfristig, sondern über einen längeren Zeitraum zu erreichen, sollte die Zusammenarbeit mit einem Sponsor über einen längeren Zeitraum erfolgen.

Welche Vorteile ergeben sich für das Unternehmen?

- Der Ruf des Vereins oder der ehrenamtlichen Organisation kann für Unternehmenszwecke genutzt werden, das Image des Sponsor-Unternehmens kann positiv besetzt werden.
- Durch Sponsoring erwirken die Unternehmen in vielen Fällen eine höhere Aufmerksamkeit als durch die klassische Werbung.
- Das Unternehmen kann neue Zielgruppen ansprechen und damit neue Kunden gewinnen.
- Die Steigerung des Bekanntheitsgrades des Unternehmens wird ermöglicht.

► Welches Image transportiert Ihr Verein/Ihre Organisation?

Diskutieren Sie diese Frage in Ihrer Organisation! Was könnte ein potentieller Sponsor für Vorteile haben, wenn er Ihr Sponsor wird? Ein soziales Image, ein sportliches Image? Die Gewinnung neuer Kunden? Mehr Aufmerksamkeit durch Ihre Aktivitäten? Arbeiten Sie bereits in anderer Form mit Unternehmen zusammen? Mit Handwerken vor Ort? Mit der Gastronomie?

Wenn Sie diese Frage beantwortet und einige Punkte gesammelt haben, dann wissen Sie welche Branchen und Unternehmen in die nähere Auswahl kommen! Damit können Sie gezielt auf die Suche gehen!

► Sprechen Sie vorher mit Ihren Mitgliedern!

Sprechen Sie die Mitglieder Ihres Vereins an! Auch unter denen finden sich vielleicht potenzielle Sponsoren. Oder die Mitglieder kennen Sponsoren, vielleicht arbeitet der eine oder andere in einem Unternehmen, das an einem Sponsoring interessiert sein könnte.

► Nutzen Sie die Ressourcen vor Ort

Gehen Sie mit offenen Augen durch Ihren Ort, und überlegen Sie, welche Firma an einem Sponsoring Interesse haben könnte. Nicht selten werden Sie dort fündig, wo Sie es gar nicht vermutet hätten. Typische Beispiele sind Handwerkerbetriebe, das örtliche Musikgeschäft, das möglicherweise den Gesangverein unterstützt, der Bäcker oder Metzger, der Vereinsveranstaltungen mit kulinarischen Genüssen aufwertet.

► Suchen Sie Adressen im lokalen Branchenverzeichnis!

Schauen Sie in das Branchenverzeichnis Ihres Orts! Dort finden Sie eventuell Unternehmen, die zu Ihrem Vereinsangebot passen könnten.

► Lesen Sie die lokalen Zeitungen, insbesondere die Werbeartikel!

Betrachten Sie die Werbeaussagen von Unternehmen einmal genauer, und überlegen Sie, ob Ihr Vereinsangebot diese Werbeaussagen unterstützen könnte.

► Auch die Handelskammer könnte Hinweise liefern!

Wenden Sie sich an die örtliche Industrie- und Handelskammer. Dort erhalten Sie eventuell Adressen bestimmter Berufsgruppen oder in Betracht kommender Vereinigungen.

► Die richtige Kontaktaufnahme mit dem potentiellen Sponsor!

Sprechen Sie im Unternehmen die richtige Person an! Sie kennen sicherlich den Ausruf: "Wären Sie doch gleich zu mir gekommen!" Versuchen Sie deshalb vorher herauszubekommen, wer im Unternehmen über die Sponsoring-Gelder entscheidet. Vermitteln Sie dem Gesprächspartner ein positives Bild Ihrer Organisation! Stellen Sie Vorzüge und die Aktivitäten Ihrer Gruppe heraus und vermitteln Sie ein objektives Bild ohne Übertreibungen!

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg!