

Checkliste - Leitfaden für Sportvereine zur Gewinnung und Bindung von Sponsoren

Vorbereitungsphase

Wer?

- | | | |
|--|--------------------------|-------|
| Verteilung der Aufgaben im Verein auf mehrere Personen | <input type="checkbox"/> | _____ |
| Bildung von Projektgruppen zur besseren und kreativeren Aufgabengestaltung | <input type="checkbox"/> | _____ |
| Einbindung von jungen Leuten in die Management- und Öffentlichkeitsarbeit des Sportvereins | <input type="checkbox"/> | _____ |

Marketingphase

Schritt 1:

Gestaltung einer transparenten und ansprechenden Vereinshomepage

- | | | |
|---|--------------------------|-------|
| Vorstandsprofil | <input type="checkbox"/> | _____ |
| Mitarbeiter- und Engagiertenprofil | <input type="checkbox"/> | _____ |
| Sportartenprofil | <input type="checkbox"/> | _____ |
| Veranstaltungsprofil | <input type="checkbox"/> | _____ |
| Mitgliederprofil | <input type="checkbox"/> | _____ |
| Erfolgsprofil (Bericht über Erfolge des Sportvereins) | <input type="checkbox"/> | _____ |
| Informationen zur Vereinsstruktur (Organigramm) | <input type="checkbox"/> | _____ |
| Kurzer historischer Werdegang des Sportvereins | <input type="checkbox"/> | _____ |

Schritt 2 (optional für kleine Sportvereine):

Einrichten und Pflege einer Vereinsseite auf Facebook

- | | | |
|--|--------------------------|-------|
| Einrichten einer Vereinsseite auf Facebook | <input type="checkbox"/> | _____ |
| Pflege einer Vereinsseite auf Facebook | <input type="checkbox"/> | _____ |

Schritt 3 (optional für kleine Sportvereine):

Verwendung von vielseitigen Kommunikationsinstrumenten seitens des Vereins

- | | | |
|---|--------------------------|-------|
| Öffentlichkeitsarbeit/PR (z. B. Bericht in lokalen Zeitungen) | <input type="checkbox"/> | _____ |
| Durchführung von Veranstaltungen (z. B. Vereinsfeste) | <input type="checkbox"/> | _____ |
| Kooperation mit gemeinnützigen Organisationen | <input type="checkbox"/> | _____ |

Analysephase

Schritt 4:

Durchführung einer Situations-Analyse zum Status Quo des Sportvereins

- | | | |
|--|--------------------------|-------|
| Erstellung eines Stärken-Schwächen-Profiles zur besseren Vermarktung des Sportvereins (z. B. Analyse hinsichtlich der personellen, organisatorischen und finanziellen Ressourcen des Sportvereins) | <input type="checkbox"/> | _____ |
| Optionale Erweiterung der Stärken und Schwächen um Chancen und Risiken für den Sportverein (SWOT-Analyse) | <input type="checkbox"/> | _____ |

Planungsphase

Schritt 5:

Berücksichtigung einer strategischen Planung des Sponsorings vor der Kontaktaufnahme mit potentiellen Sponsoren

- | | | |
|--|--------------------------|-------|
| Bildung einer Sponsoring-Projektgruppe | <input type="checkbox"/> | _____ |
| Festlegung der Sponsoring-Ziele | <input type="checkbox"/> | _____ |
| Definition der Sponsoring-Zielgruppen | <input type="checkbox"/> | _____ |
| Kategorisierung der Sponsoring-Objekte | <input type="checkbox"/> | _____ |
| Auswahl der potentiellen Sponsoren (→ Achten auf Passfähigkeit von Sponsor und Sportverein!) | <input type="checkbox"/> | _____ |
| Bestimmung der Art der Sponsoring-Leistung (z. B. Trikot- und Eventsponsoring) | <input type="checkbox"/> | _____ |

Festlegung der Gegenleistung seitens des Sportvereins (Geld-, Sach- oder Dienstleistungssponsoring) _____

Preisbildung für Sponsorships (→ Einholen eines professionellen Rats hierfür z. B. von Sponsoring-Agenturen oder Überlassen der Preisbildung des hierin zumeist erfahrenen Sponsors) _____

Konzeptionsphase

Schritt 6:

Formulierung eines Akquisitionskonzeptes

Erstellung des Konzeptes als Präsentation idealerweise in Power-Point- Version (ggf. für notwendigen Vortrag vor Sponsor) _____

Achten auf eine ansprechende Gestaltung der Präsentation mit Bildern _____

Umwandlung der Power-Point-Version in ein PDF-Format zur Vorbereitung des Vorab-Versands der Präsentation an den Sponsor _____

Gestaltungsphase

Schritt 7:

Beachten einer durchdachten Ansprache von potentiellen Sponsoren

Prüfen der Zuständigkeiten für Sponsoring beim potentiellen Sponsor _____

Telefonat mit der zuständigen Person für Sponsoring _____

Zusendung der Sponsoring-Präsentation (sofern nicht anders vereinbart) _____

Telefonisches Nachfassen bei Bedarf (nach ca. 14 Tagen) _____

Schriftliches Nachfassen bei Bedarf (nach ca. 4 Wochen) _____

- Wiederholtes telefonisches Nachfassen bei Bedarf
(nach ca. 6 Wochen) _____
- Wiederholtes schriftliches Nachfassen bei Bedarf
(nach ca. 8 Wochen) _____
- Beenden der Kontaktabbauung bei ausbleibender
Reaktion des potentiellen Sponsors
(nach ca. 10 Wochen) _____

Schritt 8:

*Wertlegung auf eine flexible operative Planung des geplanten Sponsorings
zusammen mit dem potentiellen Sponsor*

- Führen von lockeren Vorgesprächen mit dem potentiellen
Sponsor im Rahmen einer gegenseitigen Wertschätzung
basierend auf den Inhalten des Akquisitionskonzeptes _____
- Bestmögliches Eingehen auf Wünsche des Sponsors _____
- Festhalten der besprochenen Eckpunkte in einem
Sponsoring-Vertrag _____

Realisierungsphase

Schritt 9:

*Durchführung eines Projektmanagements für das Sponsoring zur Aufteilung der
Zuständigkeitsbereiche während der Sponsoring-Laufzeit*

- Betreuung des Sponsors _____
- Regelung der Finanzarbeit _____

Schritt 10:

Öffentliche Danksagung an Sponsoren

- Danksagung an Sponsoren im Rahmen von Events des
Sportvereins _____

Danksagung an Sponsoren im Rahmen von Mitgliederversammlungen des Sportvereins

Danksagung an Sponsoren über dem Sportverein zur Verfügung stehenden Medien

Schritt 11:

Teilhabe der Sponsoren an den Aktivitäten des Sportvereins

Einladungen zu Events des Sportvereins

Regelmäßige Information des Sponsors über Neuigkeiten im Sportverein

Kontrollphase

Schritt 12:

Wertlegung auf eine Sponsoring-Kontrolle

Durchführung einer Ergebniskontrolle

Durchführung einer Effizienzkontrolle

Durchführung einer Prozesskontrolle
