



# LEITFADEN FÜR SPORTVEREINE ZUR GEWINNUNG UND BINDUNG VON SPONSOREN

---

*Unser***Spiel***mitgestalten.*



# INTENTION DES LEITFADENS

Der NBV möchte auf den folgenden Seiten seinen Mitgliedsvereinen als unterstützende Service-Leistung einen Leitfaden für die erfolgreiche Gewinnung und Bindung von Sponsoren an die Hand geben. Zur besseren Bewältigung der Thematik „Sponsoring“ werden zunächst drei grundlegende Aspekte empfohlen:

- Generelle Verteilung der Aufgaben im Verein auf mehrere Personen im Rahmen eines Freiwilligenmanagements (siehe hierzu auch <http://www.vereinshelden.org/de/vereinshelden/start-up/qualifizierung/freiwilligenmanagement/> und [http://www.nbv-basketball.de/43\\_Beratung.php](http://www.nbv-basketball.de/43_Beratung.php))
- Bildung von Projektgruppen zur besseren und kreativeren Aufgabengestaltung
- Einbindung von jungen Leuten (u. a. auch Studenten) in die Management- und Öffentlichkeitsarbeit des Sportvereins  
→ Einbringen neuer Ideen und ggf. wichtigen fachlichen Inputs



# AUFBAU DES LEITFADENS

- **Marketingphase** (Schritte 1-3)
- **Analysephase** (Schritt 4)
- **Planungsphase** (Schritt 5)
- **Konzeptionsphase** (Schritt 6)
- **Gestaltungsphase** (Schritte 7-8)
- **Realisierungsphase** (Schritte 9-11)
- **Kontrollphase** (Schritt 12)



# MARKETINGPHASE (SCHRITTE 1-3)

## Schritt 1:

*Gestaltung einer transparenten und ansprechenden Vereinshomepage mit folgenden Bestandteilen:*

- Vorstandsprofil
- Mitarbeiter- und Engagiertenprofil
- Sportartenprofil
- Veranstaltungsprofil
- Mitgliederprofil
- Erfolgsprofil (Bericht über Erfolge des Sportvereins)
- Informationen zur Vereinsstruktur (Organigramm)
- Kurzer historischer Werdegang des Sportvereins



## MARKETINGPHASE (SCHRITTE 1-3)

**Beispielhafte Inhalte für eine mögliche Gestaltung eines gelungenen Vorstands-, Mitarbeiter- oder Engagiertenprofils auf der Vereinshomepage:**

- Ansprechendes Foto (idealerweise mit Vereinslogo)
- Vorname + Name
- Funktion im Verein
- Aufgabenbereich im Verein
- Aktueller Beruf
- Ausbildung/Studium
- Kurzer Werdegang im Verein (nur für Vorstand relevant)
- Persönliche Ziele mit dem Verein
- Kontaktdaten (Email-Adresse + Tel.-Nr.)



# MARKETINGPHASE (SCHRITTE 1-3)

## Schritt 2 (optional für kleine Sportvereine):



### *Einrichten und Pflege einer Vereinsseite auf Facebook*

- Möglichkeit für Sponsoren zur Gewinnung einer insbesondere jungen auf Facebook aktiven Zielgruppe des Sportvereins
  - hierfür z. B.:
- Verlinkung des Sponsors auf der Facebook-Seite des Sportvereins (siehe Bild unten links)
- Anlegen von Veranstaltungen
- Darstellung eines Fotos von Trikots oder Bällen mit gut sichtbarer Sponsorengrafik (siehe Bild unten rechts)



# MARKETINGPHASE (SCHRITTE 1-3)

## Schritt 3 (optional für kleine Sportvereine):

*Verwendung von vielseitigen Kommunikationsinstrumenten seitens des Sportvereins*

- Öffentlichkeitsarbeit/PR (z. B. Berichte in lokalen Zeitungen, welche auch soziale Themen benötigen)
- Durchführung von Veranstaltungen (z. B. Vereinsfeste)
- Kooperation mit gemeinnützigen Organisationen (z. B. Einsatz der Landfrauen zum Waffelbacken bei einem Jugendturnier, DRK-Blutspende und Erster Hilfe-Kurs)
- Einrichten und Pflege einer Vereinsseite auf Social Media-Kanälen zur Erreichung einer jungen Zielgruppe (z. B. Twitter und Instagram)
  - Affinität Jugendlicher diesbezüglich nutzen und verantwortungsvoll in die Arbeit des Sportvereins einbinden



# ANALYSEPHASE (SCHRITT 4)



## Schritt 4:

*Durchführung einer Situations-Analyse zum Status Quo des Sportvereins*

- Erstellung eines Stärken-Schwächen-Profiles zur besseren Vermarktung des Sportvereins  
→ Analyse hinsichtlich der personellen, organisatorischen und finanziellen Ressourcen des Sportvereins (z. B. im Rahmen einer Vorstandssitzung)
- Optionale Erweiterung der Stärken und Schwächen um Chancen und Risiken für den Sportverein im Rahmen einer SWOT-Analyse (siehe folgende Abbildung)

<b>Strengths (Stärken)</b> ...	<b>Weaknesses (Schwächen)</b> ...
<b>Opportunities (Chancen)</b> .....	<b>Threats (Risiken)</b> ...

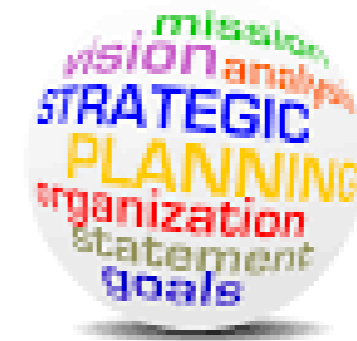


# PLANUNGSPHASE (SCHRITT 5)

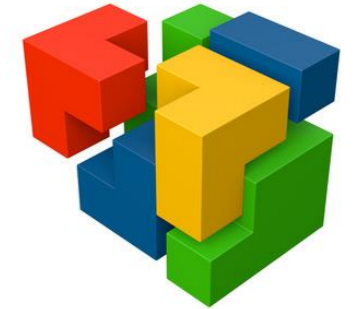
## Schritt 5:

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

- Bildung einer Sponsoring-Projektgruppe
- Festlegung der Sponsoring-Ziele
- Definition der Sponsoring-Zielgruppen
- Kategorisierung der Sponsoring-Objekte
- Auswahl der potentiellen Sponsoren → Achten auf Übereinstimmung der Werte von Sponsor und Sportverein!
- Bestimmung der Art der Sponsoring-Leistung (z. B. Trikot- und Eventsponsoring)
- Festlegung der Gegenleistung seitens des Sportvereins (Geld-, Sach- oder Dienstleistungs-sponsoring) basierend auf einer internen Bedarfsermittlung



# KONZEPTIONSPHASE (SCHRITT 6)



## Schritt 6:

*Formulierung eines Akquisitionskonzeptes*

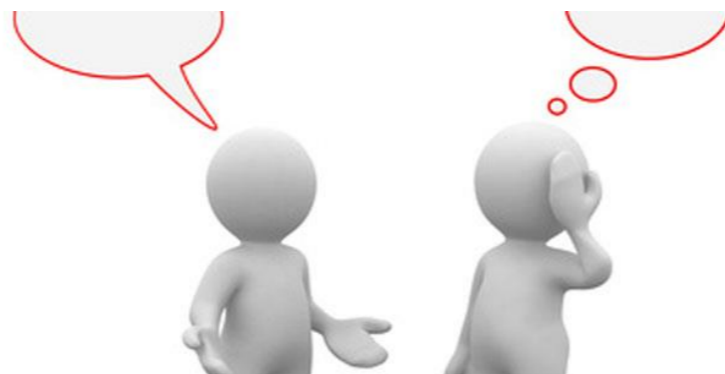
- Erstellung des Konzeptes als Präsentation idealerweise in Power-Point-Version (ggf. für notwendigen Vortrag vor Sponsor)
  - siehe hierzu auch Sponsoring-Musterpräsentation auf der NBV-Webseite unter Service/Downloads/Sponsoring und Kooperation
- Achten auf eine ansprechende Gestaltung der Präsentation mit Bildern
- Umwandlung der Power-Point-Version in ein PDF-Format zur Vorbereitung des Vorab-Versands der Präsentation an Sponsor

# GESTALTUNGSPHASE (SCHRITTE 7-8)

## 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 (SCHRITTE 9-11)

## 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*

- Möglichkeit der Danksagung an Sponsoren zur deren Wertschätzung im Rahmen von Events, Mitgliederversammlungen und dem Sportverein zur Verfügung stehenden Medien (z. B. Homepage, Newsletter, Vereinszeitschrift und Social Media-Kanal)

Wir sagen  
**DANKE!**



# REALISIERUNGSPHASE (SCHRITTE 9-11)

## Schritt 11:

*Teilhabe der Sponsoren an den Aktivitäten des Sportvereins*

- Einladung zu Events des Sportvereins (z. B. Vereinsfeste)
- Regelmäßige Information des Sponsors über Neuigkeiten im Verein
- Möglichkeit der Nutzung von ermäßigten Sportangeboten des Sportvereins für Mitarbeiter von Sponsoren



# KONTROLLPHASE (SCHRITT 12)

## Schritt 12:

*Wertlegung auf eine Sponsoring-Kontrolle*

- Ergebniskontrolle (Effektivität)
  - Effizienzkontrolle (Wirtschaftlichkeit)
  - Prozesskontrolle
- Sponsoring-Kontrolle als Grundlage zur Sicherung eines qualitativ hochwertigen Sponsoring-Prozesses mit dem Ziel eines gestiegenen Interesses am Sportverein seitens potentieller Sponsoren aufgrund des Qualitäts-Arguments sowie mit dem Ziel einer möglichst langfristigen Sponsorenbindung



## FAZIT

- Erfolgreiche Durchführung von Sponsoring idealerweise im Team
- Notwendigkeit von kreativen Ideen für Sponsoring im Kontext einer strukturierten Vorgehensweise zur Gewinnung und Bindung von Sponsoren
  - Demonstration von gewisser Professionalität seitens des Sportvereins trotz der überwiegend oder ausschließlich ehrenamtlichen Tätigkeit
- Nachhaltigkeitssponsoring als wichtiger Zukunftstrend
  - Möglichkeit der Kooperation des Sportvereins mit anderen gemeinnützigen Organisationen zur Steigerung des Interesses potentieller Sponsoren im Rahmen deren gesellschaftspolitischer Verantwortung



# IHRE ANSPRECHPARTNER

## Danny Traupe

Projektreferent

**Niedersächsischer Basketballverband e.V.**

Göttinger Chaussee 115

30459 Hannover

Telefon: 0511/44 98 53-15

E-Mail: [traupe@nbv-basketball.de](mailto:traupe@nbv-basketball.de)



## Thomas Löffler

Verantwortungsbürger  
Projektmitarbeiter Sponsoring

**Niedersächsischer Basketballverband e.V.**

Göttinger Chaussee 115


30459 Hannover

Telefon: 0511/44 98 53-14

E-Mail: [loeffler@nbv-basketball.de](mailto:loeffler@nbv-basketball.de)







**UnserSpiel** *mitgestalten.*

---