



SPONSORING AKADEMIE
SPONSORING MADE EASY



We Made Sponsoring Easy



Vorwort

Mit diesem Workbook erhalten Sie einen kleinen Einblick, auf welche Faktoren es im Sponsoring ankommt. Wir können beim besten Willen an dieser Stelle nicht das gesammelte Wissen aus mehreren Jahrzehnten im Sport- und Eventmarketing darlegen.

Sportmarketing und Sponsoring war und ist unsere Leidenschaft. Uns geht es an dieser Stelle darum, Ihnen einen Vorgeschmack auf eine spannende Reise zu geben, auf die wir Sie recht herzlich mitnehmen möchten.

Wenn Sie nach den folgenden Seiten eine Idee davon bekommen haben, dass es beim Sponsoring um mehr als das Platzieren eines Logos auf dem Trikot oder der Bande geht, dann würden wir uns freuen, diese Reise mit Ihnen gemeinsam zu unternehmen.

Wir werden Ihnen dabei die essenziellen Grundlagen des Sportmarketings näherbringen und mit Ihnen Ihr Projekt, Ihren Verein oder Ihr Event analysieren, eine Strategie mit Verkaufsunterlagen erstellen und Sie im gesamten Prozess der Sponsorengespräche unterstützen.

Wir wünschen viel Spaß und freuen uns auf interessante Gespräche mit Ihnen.

Ihr Sponsoring-Akademie



Inhalt

Vorwort.....	2
Inhalt.....	3
Kurze Einführung ins Sponsoring.....	4
Was ist Sponsoring?	4
Warum ist Sponsoring wichtig?	4
Die Bedeutung der Medien im Sponsoring	5
Medienpräsenz durch allgemeines Interesse	5
Aktive Medienarbeit durch Sponsoren.....	5
Gezielte Medienarbeit durch bezahlte Kommunikationsnetzwerke.....	5
Die richtigen Sponsoren finden	6
Zielgruppenanalyse	6
Recherche potenzieller Sponsoren.....	6
Kontaktaufnahme	6
Überzeugende Sponsoring-Angebote erstellen.....	7
Angebotsstruktur	7
Leistungspakete	7
Präsentationstechniken	7
Sponsoren langfristig binden.....	8
Beziehungspflege.....	8
Wertschätzung.....	8
Feedback und Evaluation	8
Kontakt	9



Kurze Einführung ins Sponsoring

Was ist Sponsoring?

Sponsoring ist weit mehr als nur das Platzieren von Logos. Es ist eine strategische Partnerschaft, bei der Unternehmen oder Organisationen eine Sportveranstaltung oder -organisation unterstützen, um ihre Marke zu stärken und ihre Geschäftsziele zu erreichen. Diese Partnerschaften sind von gegenseitigem Nutzen und erfordern ein tiefes Verständnis der Ziele und Bedürfnisse beider Seiten.

Warum ist Sponsoring wichtig?

Sponsoring ist eine der effektivsten Möglichkeiten, um die finanzielle Gesundheit von Sportveranstaltungen und -organisationen zu sichern. Durch Sponsoring können nicht nur die Kosten gedeckt, sondern auch zusätzliche Ressourcen und eine Expertise für die Veranstaltung oder Organisation gewonnen werden. Darüber hinaus kann Sponsoring dazu beitragen, die Markenbekanntheit zu steigern, neue Zielgruppen zu erreichen und langfristige Partnerschaften aufzubauen.

Fazit:

Sponsoring ist eine unverzichtbare Komponente für den Erfolg im Sportbusiness. Es bietet nicht nur finanzielle Unterstützung, sondern auch die Möglichkeit, langfristige Beziehungen aufzubauen und die Marke des Sponsors als auch die des Gesponserten zu stärken.



Die Bedeutung der Medien im Sponsoring

Medienpräsenz durch allgemeines Interesse

Eine erste Möglichkeit, Medienpräsenz zu erlangen, ist das Interesse der Medien an einem Verein, Projekt oder Event überhaupt zu wecken. Sind sie von allgemeinem Interesse, können Medienberichte die Reichweite und Aufmerksamkeit erhöhen, potenzielle Sponsoren darauf aufmerksam machen und die Glaubwürdigkeit des gesponserten Projekts stärken.

Aktive Medienarbeit durch Sponsoren

Es ist jedoch unverzichtbar, selbst aktiv dafür zu sorgen, damit Ihre Aktivitäten und Engagements medial wahrgenommen werden. Dies kann durch die Nutzung eigener Kommunikationskanäle geschehen - wie etwa Social-Media-Plattformen und Blogs. Inhalte, die dort veröffentlicht werden, können von anderen Medien aufgegriffen und weiterverbreitet werden, was die Reichweite und Wirkung erheblich steigern kann.

Gezielte Medienarbeit durch bezahlte Kommunikationsnetzwerke

Zusätzlich zur organischen oder allgemeinen Medienpräsenz kann gezielte Medienarbeit betrieben werden, indem Sie bezahlte Kommunikationsnetzwerke nutzen. Durch gezielte Werbung und Kooperationen mit Medienpartnern können Sie sicherstellen, dass ihre Botschaften und Engagements gezielt an die gewünschte Zielgruppe herangetragen werden, was die Attraktivität des Sponsorings erhöht.

Fazit

Die Medien spielen eine entscheidende Rolle für den Erfolg von Sponsoring. Durch die Kombination von passiver Medienpräsenz, aktiver Medienarbeit und bezahlten Kommunikationsnetzwerken erhöht sich die Reichweite. Eine effektive Medienstrategie ist daher unerlässlich, um das volle Potenzial des Sponsorings auszuschöpfen und langfristige Partnerschaften aufzubauen.



Die richtigen Sponsoren finden

Zielgruppenanalyse

Die Identifizierung und Analyse der Zielgruppen ist der erste Schritt, um die richtigen Sponsoren zu finden. Ein tiefgehendes Verständnis der demografischen Merkmale, Interessen und Bedürfnisse der Zielgruppen ermöglicht es, potenzielle Sponsoren zu identifizieren, die eine natürliche Affinität zur Veranstaltung oder Organisation haben.

Recherche potenzieller Sponsoren

Die Recherche potenzieller Sponsoren erfordert Zeit, Geduld und eine gründliche Analyse. Es geht darum, Unternehmen oder Organisationen zu finden, die nicht nur das nötige Budget haben, sondern auch die richtigen Werte und Ziele verfolgen, um eine langfristige Partnerschaft einzugehen.

Kontaktaufnahme

Die Kontaktaufnahme zu potenziellen Sponsoren erfordert Fingerspitzengefühl und eine maßgeschneiderte Ansprache. Es geht darum, einen persönlichen Kontakt herzustellen, das Interesse des potenziellen Sponsors zu wecken und ihn von den Vorteilen einer Partnerschaft zu überzeugen.

Fazit:

Die Kunst, die richtigen Sponsoren zu finden, liegt nicht nur in der Recherche, sondern auch in der gezielten Ansprache und Überzeugungsarbeit. Als Experten im Sportmarketing verfügen wir über die Erfahrung und das Netzwerk, um potenzielle Sponsoren zu identifizieren und erfolgreiche Partnerschaften aufzubauen.



Überzeugende Sponsoring-Angebote erstellen

Angebotsstruktur

Ein überzeugendes Sponsoring-Angebot zeichnet sich durch eine klare Struktur und eine maßgeschneiderte Ansprache aus. Es geht darum, die Bedürfnisse und Ziele des potenziellen Sponsors zu verstehen und ein Angebot zu erstellen, das einen echten Mehrwert bietet.

Leistungspakete

Die Definition von klaren Leistungspaketen ist entscheidend für den Erfolg im Sponsoring. Es geht darum, konkrete Leistungen und Gegenleistungen festzulegen, die sowohl für den Sponsor als auch für den Gesponserten einen Mehrwert darstellen und die Basis für eine langfristige Partnerschaft bilden.

Präsentationstechniken

Die Präsentation des Sponsoring-Angebots ist der entscheidende Moment, um den potenziellen Sponsor zu überzeugen. Es geht darum, die Vorteile der Partnerschaft klar und überzeugend zu kommunizieren und das Interesse des Sponsors zu wecken.

Fazit:

Die Kunst, ein überzeugendes Sponsoring-Angebot zu erstellen, liegt nicht nur in der Struktur und den Inhalten, sondern auch in der Präsentation und Überzeugungskraft. Als Experten im Sportmarketing haben wir die Erfahrung und das Know-how, um maßgeschneiderte Angebote zu erstellen, die die Bedürfnisse und Ziele des potenziellen Sponsors genau zu treffen.



Sponsoren langfristig binden

Beziehungspflege

Die langfristige Bindung von Sponsoren erfordert kontinuierliche Beziehungspflege und Engagement. Es geht darum, den Kontakt zu den Sponsoren aufrechtzuerhalten, sie regelmäßig über die Fortschritte und Erfolge zu informieren und sie aktiv in die Veranstaltung oder Organisation einzubinden.

Wertschätzung

Die Wertschätzung der Sponsoren ist ein wichtiger Schlüssel zur langfristigen Bindung. Es geht darum, den Sponsoren für ihre Unterstützung zu danken, sie angemessen zu würdigen und ihnen das Gefühl zu geben, dass ihre Partnerschaft geschätzt wird.

Feedback und Evaluation

Die regelmäßige Einholung von Feedback und die kontinuierliche Evaluation der Sponsoring-Aktivitäten sind entscheidend, um die Partnerschaften zu verbessern und den Erfolg langfristig zu sichern. Es geht darum, aus Erfolgen und Fehlern zu lernen und die Partnerschaften kontinuierlich weiterzuentwickeln.

Fazit:

Die langfristige Bindung von Sponsoren erfordert nicht nur eine erfolgreiche Partnerschaft, sondern auch kontinuierliche Beziehungspflege, Wertschätzung und Feedback.



Kontakt

Hexacom GmbH

Sponsoring-Akademie

Dr.-Hans-Lebach-Str. 2

15537 Erkner

infp@sponsoring-akademie.de

Gender Disclaimer:

In dieser Arbeit wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit das generische Maskulinum verwendet. Weibliche und anderweitige Geschlechteridentitäten werden dabei ausdrücklich mitgemeint, soweit es für die Aussage erforderlich ist.

Herausgeber:

Hexacom GmbH / Marko Manthey / Bölschestr. 54 in 12587 Berlin / Deutschland.

Copyright:

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie Übersetzung, sind vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form ohne schriftliche Genehmigung des Herausgebers reproduziert, gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2023 Hexacom GmbH