



Spender - Mäzenat - Sponsor

Eigentlich ist es ja gleich, auf welchem (legalen) Weg das Geld den Sportverein erreicht. Geht es jedoch um eine Verbesserung der Einnahmesituation müssen wir schon klären, ob wir es mit Mäzenen, Spendern oder Sponsoren zu tun haben. Schließlich stehen hinter diesen drei Formen spezifische Erwartungen an die Zusammenarbeit mit dem Verein.

Mäzen

Mäzenatentum war lange Zeit eine wichtige Säule für die Finanzierung im Sport. Aus ganz persönlichen Interessen heraus - als "Herzensanliegen" - wird ein Verein oder eine Sportart unterstützt. Entsprechend eng ist die Motivation an die Person des Gönners gebunden. Für manche Mäzene ist mit ihrem Engagement der Kontakt zu ihrem Sport und den unterstützten Akteuren verbunden, andere möchten lieber im Hintergrund bleiben.

Spender

Persönliche Interessen spielen auch hier eine Rolle. Aber die Verbindung der Unterstützung von Sport mit der ganzen Person ist beim Spender weniger ausgeprägt. Die Bereitschaft zu spenden ist in größerem Maße an die Überzeugung für den Nutzen des eingebrachten Beitrages gebunden. Sie kann sich im Zeitablauf auch auf unterschiedliche Themen beziehen (z. B. Sport, Soziales, Kultur).

Sponsoren

Beim Sponsoring steht die geschäftliche Beziehung im Vordergrund. Der Leistung des Sponsors steht die des Vereins gegenüber. Sei es die Ermöglichung von Werbung, die Nutzung von Namensrechten oder sonstige öffentlichkeitswirksame Aktivitäten. Im Kern geht es vor allem um die Präsentation eines Unternehmens oder Produktes in einem angenehmen (sportlichen) Umfeld. Die Übertragung von Imagefaktoren des Sports (z. B. Dynamik, Spannung, Erotik) auf das Unternehmen/Produkt ist ein weiteres Ziel des Sponsorings. Entsprechend ist die Schaffung von Öffentlichkeit durch Besucher vor Ort und Medien ein zentraler Bestandteil von Sponsoring-Kooperationen.

Allen drei Formen ist gemeinsam, dass die Unterstützung nicht nur in Geld erfolgen kann. Die unentgeltliche oder stark verbilligte Übernahme von Aufgaben (z. B. Plakatdruck, Kfz-Gestellung, Übernachtungsmöglichkeiten) oder die Übergabe von Sachmitteln (z. B. Preise für eine Tombola, EDV-Anlage für die Geschäftsstelle) können ebenso wirkungsvolle Hilfen sein.

Unterschiede zwischen Mäzen, Spender und Sponsor liegen vor allem in der Anbahnung des Kontaktes und der weiteren Pflege.

Tabelle "Mäzene usw." Grundsätze für die Behandlung von Mäzenen, Spender und Sponsoren

	Kontaktaufnahme	Pflege	"Instrum
Mäzen	<ul style="list-style-type: none"> • persönlich auf Grund der individuellen Interessen 	<ul style="list-style-type: none"> • Persönlich • Kontakt zum geförderten Bereich (Team, Sportart) ermöglichen • Förderung nach Absprache bei Veranstaltungen hervor heben 	<ul style="list-style-type: none"> • K
Spender	<ul style="list-style-type: none"> • Systematische Ansprache bei entsprechenden Anlässen (z.B. Veranstaltungen, Wettkämpfe) • Begründung des Unterstützungsbedarfs 	<ul style="list-style-type: none"> • Danken für die Unterstützung • Aufzeigen der Ergebnisse und Wirkung der Spendenaktion • Lose Kontaktpflege zur Anregung weiterer Unterstützung 	<ul style="list-style-type: none"> • S
Sponsor	<ul style="list-style-type: none"> • Systematische Ansprache mit maßgeschneidertem Sponsoringkonzept • Schaffung der vertraglichen Grundlage 	<ul style="list-style-type: none"> • Qualitativ hochwertige Erfüllung des Vertrages • Nachbereitung der Sponsoring-Zusammenarbeit 	<ul style="list-style-type: none"> • S • K