Sponsoring-Erfolgskontrollen

Dokumentation umgesetzter Maßnahmen

Dem Sponsor sollte am Ende eines Sponsoringprojektes eine (digitale) Dokumentationsmappe bereitgestellt werden.

Die Bereitstellung einer Dokumentationmappe findet sich daher in vielen Sponsoringverträgen. In ihr werden alle vom Sportverein umgesetzten Leistungen (siehe dazu beispielhaft § 2 „Leistungen des Vereins“ in unserem Sponsoring-Mustervertrag) dokumentiert.

In einer Dokumentationsmappe können folgende Unterlagen integriert werden:

- Belegexemplare sämtlicher Drucksachen (Flyer, Eintrittskarten, Programmheft, Plakate etc.), die vom Sportverein im Rahmen des Sponsoringprojektes erstellt wurden (inkl. Informationen zur Auflagenhöhe) und in denen der Sponsor dargestellt wurde (z.B. Logoeinbindung, Namensnennung)
- Informationen zu den Besuchern und Teilnehmern einer Veranstaltung oder Mitgliedern (z.B. Anzahl, Altersstruktur und Geschlechterverteilung)
- Informationen zur erreichten Medienresonanz (wo und wann wurde über das Sponsoringprojekt und mit welcher Resonanz berichtet?):

  a.) Social Media (Soziale Netzwerke, Blogs, Microblogs): Anzahl der Fans, Follower, Likes etc.

  b.) Onlinemedien (Internetseiten, Onlineportale): Anzahl der Besucher bzw. Seitenaufrufe

  c.) Printmedien: Verbreitete Auflage, Anzahl der Leser (Reichweite/Kontakte)

  d.) Streamingdienste: Abonnenten, Einschaltquoten

  e.) Fernsehen: Einschaltquoten/Anzahl der Zuschauer

  f.) Hörfunk: Einschaltquoten/Anzahl der Hörer

  g.) App: Anzahl der Nutzer

- Fotos von umgesetzten Werbemaßnahmen (Werbebanden, Sponsorenwand, Fahnen, Vereinsschaukasten etc.) sowie weiteren Maßnahmen des Sponsors (z.B. Messe-/Infornationsstand, Produktpräsentationen, Mitmachaktionen, Promotion-Teams, Siegerehrung durch einen Sponsorenvertreter)
- Dokumentation von Artikeln aus Medien, in denen über das Sponsoringprojekt berichtet und/oder der Sponsor in Text und Bild genannt wurde

  a.) Social Media: Bildschirmfoto/Screenshot des entsprechenden Artikels

  b.) Onlinemedien: Screenshots der Berichte

  c.) Printmedien: Ausschnitte der Berichte. Heutzutage zumeist in digitaler Form.

  d.) Streamingdienste: Bildschirmfoto

  e.) Fernsehen: Screenshot

  f.) Hörfunk: Mitschnitt

  g.) App: Bildschimfotos

- Mediaplan, aus dem hervorgeht, wie das Sponsoringprojekt beworben wurde (z.B.):

  - Infos, wann und in welchen Medien Werbung platziert wurde (Anzeigenschaltungen in Printmedien etc.)
  - Schaltplan der Hörfunkspots, in denen eine Veranstaltung beworben und der Sponsor als Unterstützer der Veranstaltung genannt wurde
  - Infos, auf welchen Internetseiten Werbebanner platziert wurden

- Fotos von Sponsorenvertretern bzw. -gästen bei der von ihnen gesponserten Veranstaltung
- Filmaufnahmen von der Veranstaltung (Wettkampf, Rahmenprogramm)
- Dokumentation aller umgesetzten PR-Maßnahmen (Pressemitteilungen, Pressekonferenzen, PR-Texte im Internet, Pressemappen, Newsletter an Vereinsmitglieder etc.)
- Ergebnisse einer bei der Veranstaltung durchgeführten Zuschauerbefragung

Die Aushändigung des Dokumentationsmappe ist ein wichtiger Bestandteil der Sponsorenbetreuung und sollte nicht versäumt werden.

Die Dokumentationsunterlagen versetzen den Sponsor in die Lage, die vertragsgemäße Umsetzung der mit dem Sportverein vereinbarten Leistungen sowie die Effizienz seines Sponsoringengagements zu überprüfen.

Auch der Sportverein kann durch die Erstellung einer Dokumentation sein eigenes Sponsoringhandeln auf seine Effizienz hin überprüfen.

Praxisbeispiel:

- Dokumentation des Projektes „Tage des Fußballs“ für Sponsoren