



Sponsoring-Grundlagen

Eigenanalyse: Analyse des Sponsoring-IST-Zustandes im Verein!

Im Rahmen der Eigenanalyse werden die für das Sponsoring relevanten vereinsinternen Strukturen erfasst und bewertet (Wo ist der Verein gut aufgestellt? Wo gibt es Weiterentwicklungspotenziale?).

Ein wesentliches Element der Eigenanalyse ist die Erfassung der Leistungen, die der Sportverein potenziellen Sponsoren anbieten kann.

Folgende Fragen sind im Rahmen der Eigenanalyse zu beantworten (u.a.):

- Hat der Verein eine [Sponsoringstrategie](#)? Muss diese ggf. aktuellen Entwicklungen angepasst werden?
- Ist der Sponsoringbereich organisatorisch im Verein verankert? Wenn ja, wie (z.B. auf Vorstandsebene? Als Stabsstelle? Wird das Sponsoring durch einen externen Dienstleister abgewickelt? Gibt es ein Ressort Sponsoring? Gibt es eine/n Sponsoringkoordinator*in)?
- Welche Sponsoringaktivitäten hat man bisher durchgeführt? Welche waren erfolgreich? Welche waren weniger erfolgreich und sind verbesserungsbedürftig?
- Gibt es eine [Dokumentation](#) umgesetzter Sponsoringprojekte und wurde diese Sponsoren zur Verfügung gestellt?
- Welche [Leistungen bzw. Nutzungsrechte](#) (sportbezogen und nicht-sportbezogen) wurden bisher angeboten bzw. können zukünftig Sponsoren angeboten werden?
- Wie interessant ist mein Angebot für potenzielle Sponsoren? Welche augenscheinlichen Vorteile (Mehrwerte) hat mein Sponsoringangebot für Sponsoren? Gibt es Alleinstellungsmerkmale, mit denen sich das Sponsoringangebot des Vereins von Wettbewerbern abhebt?
- Welchen Nutzen können Sponsoren aus einer Sponsoringkooperation ziehen?
- Wie ist das Medienpotenzial des Sponsoringprojektes? (Präsenz in Print-, elektronischen und sozialen Medien)
- Wie viele Sponsoren sind sinnvoll? Soll man einen [Sponsorenpool](#) bilden oder sich auf einen oder einige wenige Sponsoren konzentrieren?
- Welchen [Preise](#) wurden bisher für die Sponsoringangebote verlangt? Sind diese marktüblich? Müssen die Preise ggf. angepasst werden?
- Gibt es ein Sponsoringbudget im Verein? Welche Kosten entstehen dem Verein beim Sponsoring? Können Kosten ggf. gesenkt werden?
- Welche Sponsoringeinnahmen erzielt der Verein aktuell? Welche zukünftigen Einnahmenziele im Sponsoring sind realistisch?
- Mit welchen Sponsoren hat man bisher zusammengearbeitet? Welche Leistungen/Gegenleistungen wurden vereinbart? Wurden schriftliche Vereinbarungen getroffen?

Liegen diese vor? Erfolgte eine vertragsgemäße Umsetzung der Leistungen und Gegenleistungen? Wie wurden Sponsoren bisher betreut?

- Welche [Unternehmen](#) kommen als Sponsoren in Frage und sollten kontaktiert werden?
- Wie wurde bis dato [Kontakt zu einem potenziellen Sponsor](#) aufgenommen und dessen Interesse geweckt?
- Hat das vorhandene Personal das Know-how, um angebotene Sponsoringprojekte durchführen zu können oder muss man [externes Know-how](#) hinzuziehen?
- Welches [Images](#) hat die Sportart bzw. haben die Sportarten, die man anbietet?
- Wie ist das allgemeine Image des Vereins?
- Wie sehen die für Sponsoren interessanten [Zielgruppenpotenziale des Vereins](#) aus?