

Stichwort Finanzen: Sponsoren finden mit System

Der Aktionstag „Deutschland spielt Tennis“ kostet Geld, sollte aber die Vereinskasse wenig belasten. Deshalb braucht der Verein finanzkräftige Partner und Sponsoren, die bestenfalls auch im Folgezeitraum unterstützen. Wir geben euch Tipps, wie ihr die Suche nach geeigneten Geldgebern erfolgreich gestaltet.

1. Erstellt ein Vereinsprofil für eine Präsentation

Wenn ihr einen Sponsor suchen möchtet, solltet ihr in einem Team überlegen und auflisten, was euer Tennisverein zu bieten hat. Welche Zielgruppen kann ein Sponsor über euren Verein erreichen?

Analysiert die Schwerpunkte, Stärken und Ziele eures Vereins und erstellt ein Vereinsprofil, in dem auch die demographische Struktur (Alter, Geschlecht, Wohnorte) eurer Mitgliedschaft dargestellt wird. Fasst eure Ergebnisse als kurze Power Point-Präsentation, Handout oder Flyer zusammen.

2. Wo und wie viele Menschen könnt ihr erreichen? Tragt eure Reichweiten zusammen.

Wenn ihr Webseiten oder Social Media-Auftritte nutzt, könnt ihr darlegen, wie viele Menschen euch im Internet folgen. Gleiches gilt für den Vereinsnewsletter oder auch WhatsApp-Gruppen. Neben absoluten Reichweiten interessiert auch, wie oft ihr kommuniziert.

Wenn ihr bereits über Werbeflächen (etwa in Vereinsmagazinen, in Filmbeiträgen oder auf eurer Tennisanlage) informieren könnt, heftet diese Informationen gleich mit an euer Profil.

3. Findet einen passenden Partner

Das Vereinsprofil hilft euch jetzt bei der Suche nach dem richtigen Sponsor. Denn nicht jeder ist ein geeigneter Partner! Wenn ihr wisst, was ihr Partnern bieten könnt, entwickelt ihr auch ein gutes Gespür dafür, den richtigen Partner zu finden.

Mit Hilfe von Branchenverzeichnissen, dem Internet oder auch persönlichen Kontakten könnt ihr euch auf die Suche nach potenziellen Sponsoren begeben. Dabei ist die größte Firma nicht unbedingt der beste Partner, da der Verein dort wahrscheinlich auch mit anderen Wettbewerbern konkurrieren muss. Bei einem kleinen lokalen Unternehmen kann euer Verein vielleicht die Nummer eins sein. Manchmal findet man auch unter den eigenen Mitgliedern einen Partner.

Tipp: Beobachtet im Sportumfeld der Berichterstattungen in den Medien oder sozialen Netzwerken die Werbeanzeigen und Werbebanner. Schaut euch auch die Sponsoringkreise professioneller Sportvereine in eurer Umgebung an: Firmen, die in diesem Umfeld werben, beweisen zumindest eine sportliche Affinität und haben möglicherweise ein Gehör für euer Anliegen.

4. Vermittelt ein Bild von „Deutschland spielt Tennis“

Um einen potenziellen Sponsor für den Aktionstag zu gewinnen, müsst ihr ihn davon überzeugen, dass auch er davon profitiert. Beispiel: Der Sponsor könnte mit Plakaten oder Bannern auf dem Vereinsgelände über einen längeren Zeitraum werben, am Aktionstag Produkte vorstellen oder Werbematerial verteilen. Er könnte auch ein Gewinnspiel platzieren oder Trainerstunden für Kunden vermarkten.

Grundsätzlich gilt, dass die Anforderungen an ein Sportsponsoring enorm gestiegen sind. Mit einem einfachen Werbebanner – ganz gleich ob auf eurer Anlage oder im Netz – ist es kaum noch getan. Kreativität ist gefragt, Partnerschaften sollten individuell ausgestaltet werden.

Wir sind an euren Ideen und Lösungen interessiert, damit wir im Rahmen von „Deutschland spielt Tennis“ voneinander profitieren können: Welche Partnerschaft mit welchem Sponsor funktioniert bei euch besonders gut? Welche positiven Erfahrungen mit Sponsoren habt ihr gesammelt? Wie bindet ihr Sponsoren in eure Veranstaltungen ein? Wir freuen uns auf eure Einsendungen an dspielttennis@tennis.de.

5. Anregung: Sponsoren beim Aktionstag „Deutschland spielt Tennis“ einbinden

Euer Tag der offenen Tür im Rahmen von „Deutschland spielt Tennis“ kann einfache Anschlusspunkte für Sponsoren bieten. So könntet ihr etwa einen Supermarkt in eurer Nähe fragen, ob er sich mit einer Obst- und Wasserausgabe auf eurer Anlage präsentieren möchte. Ein Metzger könnte das Grillgut zur Verfügung stellen, eine Konditorei eine Torte, ein Sportladen könnte neue Bälle oder T-Shirts sponsern, eure Hausbank könnte Pokale oder Medaillen stiften und mit ihrem Logo versehen.

Seid überzeugend!

Potenzielle Partner wollen überzeugt werden! Mit ersten, auf den Geldgeber zugeschnittenen Ideen für eine Zusammenarbeit könnt ihr punkten. Bereitet euch gut auf das erste Gespräch vor und tragt euren Verein und euer Anliegen mit Leidenschaft vor, um Begeisterung zu entfachen. Lasst euch nicht entmutigen, wenn es nicht gleich beim ersten Mal klappt.

6. Anregung: Mikrosponsoring - Spendenshop

Es gibt viele unterschiedliche Formen des Sponsorings. Vor allem im Internet gibt es neue, teils sehr einfache Möglichkeiten Sportler oder Sportvereine zu unterstützen. Ein Beispiel ist das Mikrosponsoring: Mit kleinsten Beträgen können kleine Betriebe oder auch Privatpersonen zu euren Unterstützern werden. Wichtig ist hierbei, dass sie sich persönlich angesprochen fühlen und emotionalisiert werden.

Das kann euch zum Beispiel über die Einführung eines „Spendenshops“ gelingen. Ermittelt eure Bedarfe (z.B. 200 neue Bälle, einen neuen Wassersprenkler, neue Bierzeltgarnitur für das Vereinsheim etc.) und stellt sie mit den dazugehörigen Preisen in einen Spendenshop ein. Unterstützer können genau diese Gegenstände in einen „Warenkorb“ legen und für euch finanzieren. Spätestens, wenn ihr euch im

Anschluss mit einem Foto der Neuanschaffung bedankt, habt ihr eine wertvolle persönliche Verbundenheit zu eurem Sponsor hergestellt.

7. Sponsorenbetreuung

Kommt es zur Kooperation, sollten die gegenseitigen Leistungen schriftlich festgehalten werden. Pflegt auch nach einem gemeinsamen Event weiter Kontakt. Es macht Sinn, euren Sponsoren feste Ansprechpartner zuzuweisen und im Gespräch zu bleiben.

Dokumentiert die von euch erbrachten Leistungen gegenüber dem Sponsor, um euer Engagement nachzuweisen.

Beispiel für ein Sponsoringkonzept

„Deutschland spielt Tennis“ - Der TC Musterstadt spielt mit

1. VORWORT

Dank der jüngsten Erfolge deutscher Spitzenspieler steht der Tennissport wieder im Fokus der Öffentlichkeit:

Kinder und Jugendliche wollen den Sportlerinnen und Sportlern nacheifern und Erwachsene „verlieben“ sich wieder neu in „ihren Sport“.

Wir möchten diese Chance nutzen und die Bekanntheit unseres Vereins erhöhen. Zusammen mit dem Deutschen Tennis Bund, seinen Landesverbänden und vielen anderen Vereinen eröffnen wir Ende April die diesjährige Freiluftsaison und setzen damit ein Zeichen für den Tennissport.

2. VEREINSPROFIL

Der TC Musterstadt hat 850 Mitglieder im Alter von 8 bis 80 Jahren, darunter 480 weibliche und 370 männliche Vereinsmitglieder. Sie wohnen in einem Umkreis von bis zu 30km rund um die Vereinsanlage vom TCM in der Musterstraße 12 in 12345 Musterstadt.

Wir verfügen über ein Vereinsmagazin, das wir vierteljährlich mit einer Auflage von 1.000 Exemplaren publizieren und unseren Vereinsmitgliedern postalisch zusenden sowie auf unserer Anlage und an Infopunkten in unserer Gemeinde auslegen.

Im Internet findet man uns hier:

YouTube: (Link; Follower)

Facebook: (Link; Follower)

Twitter: (Link; Follower)

Instagram: (Link; Follower)

2. VERANSTALTUNGSKONZEPT

„Deutschland spielt Tennis“ ist eine Initiative des Deutschen Tennis Bundes e.V. in Zusammenarbeit mit seinen Landesverbänden, um Mitglieder zu gewinnen und zu binden. Die Saisonöffnung für Vereinsmitglieder und Tennissport-Interessierte zeichnet sich nicht nur dadurch aus, dass Jung und

Alt an diesem Tag deutschlandweit gemeinsam Tennis spielen. Einsteiger und langjährige Mitglieder erleben bei diesem Auftakt einen spannenden Tag im Tennisverein.

Ausgewählte Aktionen und Highlights unserer Saisoneroöffnung. Führt hier ausgewählte Aktionen und Highlights eurer Saisoneroöffnung auf.

„Deutschland spielt Tennis!“ wird vom Deutschen Tennis Bund e.V. und unserem Landesverband aktiv beworben. Der TC Musterstadt hat das Lokalradio und die -zeitung bereits über den Aktionstag informiert. Das Ziel:

„Deutschland spielt Tennis“ zum Gesprächsthema zu machen!

Der Verein wird darüber hinaus u.a. auf der eigenen Homepage über die Saisoneroöffnung berichten, Plakate in Schulen und weiteren lokalen Einrichtungen aufhängen und bestehende Vereinsmitglieder mit dem Aufruf, Familienmitglieder, Freunde, Bekannte, Arbeitskollegen, etc. mitzubringen, einladen.

3. VERANSTALTUNGSDATEN

Führt hier einige Zahlen und Daten eurer Veranstaltung auf, u.a. das Datum und den Ort der Veranstaltung,

Informationen über das Vereinsgelände (zum Beispiel die Anzahl der Plätze), die kalkulierte Besucherzahl, etc.

4. SPONSORINGKONZEPT

Als (Haupt-)Sponsor unserer Saisoneroöffnung stellen wir Ihnen Werbe- und Anzeigenflächen am Aktionstag zur Verfügung, im Rahmen derer Sie Ihr Unternehmen als engagierten Partner, der den lokalen Sport fördert, präsentieren können. (Führt hier die möglichen Werbe- und Anzeigenflächen auf.)

Weitere Leistungen

Darüber hinaus bieten wir Ihnen nachfolgende Leistungen an, um Ihr Unternehmen rund um den Aktionstag des TC Musterstadt zu präsentieren:

Fügt hier eure Ideen ein! Anregungen findet ihr im Toolkit. Seid dabei auch immer offen für Vorschläge der Sponsoren.

5. LEISTUNGEN DES SPONSORS

- Sponsoring-Betrag: ... €
- Weitere Leistungen: ...
- Dokumentation erbrachter Leistungen Verein und Sponsor: ...