

Akquisition von Sponsoren

Persönlicher Kontakt: Hilfreich bei der Sponsorenakquisition!

Persönliche Kontakte sind beim Sponsoring ein wichtiger Türöffner.

Bei großen Sportveranstaltungen gibt es oft ein Kuratorium, das aus gut vernetzten Persönlichkeiten besteht, die unter anderem Türen bei Sponsoren öffnen können.

Auch sonst sind solche Türöffner eine große Hilfe bei der Sponsorenakquisition. Insbesondere für den Erstkontakt haben sie einen großen Wert.

Als Sportverein sollte man prüfen, ob man solche Türöffner unter seinen Mitgliedern hat.

Türöffner können z.B. sein:

- Mitglieder, die in Unternehmen (bei potenziellen Sponsoren) eine leitende Position innehaben (idealerweise im Bereich Marketing/Öffentlichkeitsarbeit oder als Geschäftsführung)
- Vereinsmitglieder, die zu Netzwerkveranstaltungen eingeladen werden (z.B. als Vertreter aus Politik, Wirtschaft und Sport)
- [Sponsoring-Botschafter](#) (Testimonials) des Vereins

Auch wenn man als Sportverein nicht über solche Netzwerker verfügt, sollte man nicht verzweifeln. Auch ihr Verein wird bestimmt zu kommunalen Veranstaltungen eingeladen, bei denen sich der eine oder andere Kontakt zu Sponsoren aufbauen lässt.

Ansonsten besuchen Sie öffentliche Veranstaltungen, bei denen Sie Kontakte zu Sponsoren knüpfen können, wie z.B. der Handwerkskammer, der Industrie- und Handelskammer und der kommunalen Wirtschaftsförderung. Auch eine (kommunale) Messe eignet sich zur persönlichen Kontaktaufnahme.

Wichtig ist, dass, nachdem ein erster Kontakt zustandegekommen ist (sei es auf eigene Initiative oder durch Vermittlung eines Netzwerkers/Türöffners), der Sportverein auch substanziell mit Sponsoring-Know-how glänzen kann. Ist das nicht der Fall (z.B. wenn der Sportverein kein qualitativ ansprechendes [Sponsoringangebot](#) vorlegen kann oder den hergestellten Kontakt nicht zeitnah weiterverfolgt), ist die Gefahr groß, dass der Türöffnereffekt schnell verpufft und Türen auf Dauer verschlossen bleiben.