

Sponsoringarten

Verbandssponsoring: Sportverbände und -bünde als Sponsoring-Dienstleister für ihre Sportvereine!

Das Sponsoring von Sportverbänden und Sportbünden bezeichnet man als **Verbandssponsoring**.

Vom Sponsoring eines Sportverbandes/Sportbundes können auch Sportvereine profitieren. Wir stellen Ihnen zwei Konstruktionen vor, bei denen das funktioniert:

- Finanzielle Partizipationssysteme
- Kundenbindungsprogramme

1. Finanzielle Partizipationssysteme

Ein Sportverband oder Sportbund schließt mit einem Sponsor oder einer Gruppe von Sponsoren (Sponsorenpool) eine Sponsoringvereinbarung. Diese sieht die kommunikative Präsenz des Sponsors bei einer größeren Anzahl von Sportveranstaltungen innerhalb des Verbandsgebietes bzw. Stadt-/Kreisgebietes vor.

Die Veranstaltungen, die Bestandteil des Sponsoringvertrages sind, werden von den Mitgliedsvereinen des Sportverbandes bzw. Sportbundes abgewickelt. Wenn Sportvereine die zwischen Verband/Bund und Sponsor vereinbarten Leistungen umsetzen (z.B. durch Anbringen von Werbebanden des Sponsors, Platzierung des Sponsorenlogos in Drucksachen, Einbindung des Sponsorenlogos auf der Vereins-Homepage, Bereitstellung einer Dokumentationsmappe, Posts mit Nennung des Sponsors auf Social Media-Präsenzen des Sportvereins), partizipieren sie an den Sponsoringeinnahmen ihres Verbandes/Bundes.

Der prozentuale Anteil, mit dem ein Sportverein an den vom Verband/Bund generierten Sponsoringeinnahmen partizipiert, wird vor der Veranstaltung in einer schriftlichen Vereinbarung zwischen Verband/Bund und Sportverein festgelegt.

Praxisbeispiel:

Sportvereine aus dem Stadtgebiet Duisburg können bei [Sportveranstaltungen](#) von Finanzmitteln aus dem [Sponsorenpool](#) des Stadtsportbundes Duisburg profitieren, wenn sie u.a. die folgenden Kriterien erfüllen:

1. Die Veranstaltung muss einen besonderen regionalen, überregionalen und/oder nationalen Imagefaktor für Duisburg darstellen
2. Eine Anzeigenseite muss im jeweiligen Programmheft der Sportveranstaltung mit Abbildung der Sponsorenlogos aus dem Sponsorenpool unter dem Text: „Wir engagieren uns gemeinsam für den Sport in Duisburg“ auf der 2. Umschlagseite, Seite 4 oder Seite 6 platziert werden.
3. Außenwerbung am Veranstaltungsort in Form einer gemeinsamen Logopräsentation erfolgt.
4. Der Verein beim Ausschank und Catering ausschließlich Produkte der Poolpartner verwendet.
5. Nennung des Sponsoren-Pools mit seinen Hauptsponsoren bei Presseveröffentlichungen und Lautsprecherdurchsagen.

2. Kundenbindungsprogramme

Auch über Kundenbindungsprogramme können Sportvereine von den Sponsoringverträgen ihrer Verbände/Bünde profitieren.

Einige Sportverbände bieten Kunden-/Mitgliedsausweise im Scheckkartenformat für ihre Verbandsmitglieder an (z.B. der Deutsche Turner-Bund mit der [GymCard](#)). Grundsätzlich können alle Sportvereine des entsprechenden Verbandes die Kundenkarte beziehen und von deren Vereinsmitgliedern genutzt werden.

Als Karteninhaber hat man die Möglichkeit, Leistungen des Verbandes zu Vorzugskonditionen zu beziehen (z.B. Nachlässe bei Teilnehmergebühren für Aus- und Fortbildungsmaßnahmen des Verbandes oder Eintrittskartenpreisen für Verbandsveranstaltungen). Außerdem kommt man in den Genuss von speziellen Sonderleistungen, die der Sportverband mit Sponsoren exklusiv vereinbart hat.

Praxisbeispiel:

Die Deutsche Sportausweis GmbH mit Sitz in Bochum (2008 auf Initiative des Deutschen Olympischen Sportbundes/DOSB, der Landessportbünde und Spitzenverbände zur Förderung des Vereinssports gestartet und als DOSB-nahe Institution im Organigramm des Sports fest verankert) hat mit diversen Vorteilspartnern Kooperationsverträge geschlossen.

Sportvereine, die den Sportausweis als Mitgliedsausweis nutzen bzw. an ihre Ehrenamtler ausgeben, ermöglichen damit ihren Mitgliedern bzw. Ehrenamtlern, von diesen Kooperationsvereinbarungen zu profitieren. Als Inhaber des Sportausweises kann man exklusive Angebote der Vorteilspartner des DOSB-Sportausweises nutzen. Eine Übersicht der aktuellen Partnerrabatte gibt es [hier](#).

Es gibt auch Sportverbände und Sportbünde, die ihren Mitgliedern auch ohne Einsatz einer Kundenkarte Exklusivleistungen anbieten, die sie mit Verbandssponsoren vereinbart haben. Werfen Sie doch einen Blick auf die Homepage Ihres Verbandes und prüfen, ob dieser einen solchen Service

anbietet.