

Betreuung von Sponsoren

Fehler bei der Sponsorenbetreuung: Diese Fehler sollten Sie unbedingt vermeiden!

Die folgenden Fehler sind bei der Umsetzung von Sponsoringprojekten und der Betreuung von Sponsoren unbedingt zu vermeiden.

1.) „Sponsoren-Friedhof“

Begrenzen Sie die Anzahl von Sponsoren auf Werbeflächen! Platzieren Sie auf [Sponsorenwänden](#) nur die wichtigsten Sponsoren. Zu viele Logos/Werbebotschaften überfordern das menschliche Auge. Der Werbeeffect geht gegen Null.

Wenn Sie viele Bandensponsoren haben, sollten die Banden verschiedener Sponsoren nicht unmittelbar nebeneinander platziert werden. Lassen Sie ausreichend Platz zwischen den Banden. Dies verbessert den Werbeeffect.

Optimieren Sie den Sponsorenauftritt, indem Sie Bandentechniken verwenden, die einen exklusiven Auftritt ermöglichen. Dies kann man z.B. durch Dreh-/Rotations- oder LED-/Video-Bandenwerbesysteme erreichen.

2.) Nichtbereitstellung einer Dokumentationsmappe

Stellen Sie Ihrem Sponsor am Ende der Zusammenarbeit eine [Dokumentationsmappe](#) zur Verfügung. Damit dokumentieren Sie die vertragskonforme Umsetzung des Sponsorings.

3.) Kein Dankschreiben

Bedanken Sie sich so oft es geht bei den Sponsoren. Nach erfolgreichem Abschluss einer Sponsoringkooperation (z.B. einer Veranstaltung) sollte man immer ein Dankschreiben verschicken.

4.) Nichtbeachtung der Branchenexklusivität

Schließen Sie keine [Sponsoringverträge](#) mit Unternehmen aus Branchen bzw. Produktsegmenten ab, in denen Ihre Vereinssponsoren tätig sind. Wenn doch, dann holen Sie sich vorher die Erlaubnis vom Sponsor ein.

5.) Fehlerhafte Verwendung von Sponsorenlogos

Berücksichtigen Sie bei der Integration von Sponsorenlogos auf Drucksachen, Trikots etc. die Gestaltungsrichtlinien des Sponsors. Viele Unternehmen haben die Logonutzung in einem sogenannten **CD-Manual oder CI-Manual** (eine Art „[Gestaltungshandbuch](#)“) verbindlich festgelegt. Dort wird z.B. definiert:

- wo ein Logo auf Drucksachen platziert werden soll
- in welcher Größe, in welcher Farbe das Logo auf Drucksachen umgesetzt werden darf
- wie Schwarz-/Weiß-Umsetzungen des Logos auszusehen haben
- neben welchen anderen Logos das Unternehmenslogo in keinem Fall platziert werden darf

Unterlassen Sie es, eigenständig Logos zu verändern. Holen Sie sich immer eine Freigabe des Sponsors ein, bevor Sie einen Druckauftrag erteilen.

6.) Nur mündliche Absprachen mit dem Sponsor treffen

Wählen Sie für einen [Sponsoringvertrag](#) die Schriftform. Ein schriftlicher Vertrag ist eine solide Basis für eine professionelle Zusammenarbeit.

7.) Fehlende interne Abstimmung bei der Sponsorenbetreuung

Stellen Sie jederzeit eine qualifizierte Betreuung des Sponsors sicher. Bestimmen Sie einen festen Ansprechpartner. Nur bei dessen Abwesenheit (Urlaub, Krankheit etc.) sollte ein Vertreter zur Verfügung stehen.

8.) Unzureichende Kontaktpflege

Pflegen Sie einen kontinuierlichen Kontakt mit Ihren Sponsoren. Zur professionellen Sponsorenbetreuung gehören:

- [Nachbesprechungen mit Sponsoren](#) bzw. [Sponsorenbesprechungen](#)
- [Sponsorentreffen](#)
- [Einladung von Sponsorenvertretern zu Vereinsveranstaltungen](#)
- Gratulation zum Geburtstag, zur Geburt eines Kindes, Hochzeit, Beförderung etc.
- Kontaktaufnahme mit dem Sponsor, wenn dort der Ansprechpartner wechselt

9.) Sonstige Fehler

- Zu enge Auslegung vertraglicher Vereinbarungen
- Nachträgliche finanzielle Forderungen an Sponsor
- Überschätzung der eigenen Fähigkeiten
- Nichtbeachtung der Werberichtlinien der Sportfachverbände

Quellen:

1.) Corporate Identity-Manual 2015 der Kronplatz Ferienregion (Seite 28)

<https://www.kronplatz.com/pr-presse/corporate-identity-manual-ferienregion-kronplatz.pdf>