

## Checkliste Sponsoringablauf (Kantonalverband / Samariterverein)

Schrittfolge <i>Zuständigkeit</i>	Umschreibung
<b>1. Initiative, Projektstart, Zielformulierung</b>  <i>Vorstand</i>	Zukünftiges Sponsoring wird durch den Verbands- oder Vereinsvorstand initiiert. Dieser setzt eine Projektgruppe ein und wählt die Mitglieder. Der Auftrag an die Projektgruppe wird schriftlich formuliert: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Projektziel (Was wird von der Projektgruppe erwartet? ► Sponsoring-Konzept, wichtigster Inhalt)</li> <li>2. Ablaufplan</li> <li>3. Zeitplan</li> <li>4. Evtl. Projektbudget</li> </ol>
<b>2. Erarbeitung Sponsoring- Konzept</b>  <i>Projektgruppe</i>	Vorgehen Erarbeiten Sponsoring-Konzept: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Prüfen der Vorgaben aus übergeordneten Führungsinstrumenten (Statuten, Leitbild, Marketing-Konzept, Finanz-Konzept)</li> <li>▪ Beschreibung sämtlicher Verbands- bzw. Vereinsaktivitäten, Übersicht der Anlässe/Kurse gemäss Jahresprogramm</li> <li>▪ Evaluation werbewirksamer Aktivitäten, Anlässe, Kurse usw.</li> <li>▪ Tabellarische Übersicht derjenigen Mitgliedergruppen, welche durch gezielte Aktionen und Zustellungen (z.B. Mailings, Verbandsmagazin) direkt erreicht werden können. Ein potenzieller Sponsor dividiert häufig den Sponsoringbeitrag durch die Anzahl Personen dieser Mitgliedergruppen um zu prüfen, ob sich ein Engagement lohnt.</li> <li>▪ Beschreibung der Eigenschaften dieser Mitgliedergruppen (Gesundheitsbewusstsein, Alter, Aktivitäten, Ziele usw.)</li> <li>▪ Kurze Darstellung zur Finanzlage des Vereins und Angaben darüber, welche Aktivitäten und Produkte mit Sponsoringgeldern finanziert werden sollen.</li> <li>▪ Arten von Sponsoren, welche sollen gesucht werden sollen (z.B. Hauptsponsoren, Co-Sponsoren). Auflistung der Leistungen, welche erwartet werden? (z.B. Geldbeträge, Material, Dienstleistungen)</li> <li>▪ Auflistung bestehender bzw. zukünftiger Massnahmen zur Mittelbeschaffung (z. B. Supporterclub, Sponsorenlauf, Spendenbriefe, Lotto-Abend).</li> <li>▪ Detaillierte Auflistung möglicher (realistischer) Gegenleistungen für die verschiedenen Kategorien von Sponsoren.</li> </ul>

- Prüfen der Branchenexklusivität (wird von den Sponsoren in den meisten Fällen zur Bedingung gemacht).
  - Auflisten derjenigen Firmen, welche als Sponsoren nicht in Frage kommen (z.B. Firmen, welche ausschliesslich Alkohol oder Tabak produzieren bzw. vertreiben).
  - Aufbereitung des gesamten Inhaltes als 1. Entwurf Sponsoring-Konzept
- 3. Präsentation und Diskussion**
- Projektgruppe, Vorstand, weitere Mitgliedergruppen*
- Präsentation und Diskussion des Entwurfes im Vorstand.
- Evtl. weitere betroffene Mitgliedergruppen anhören, z.B. Techn. Leiter, Kursleiter, Materialwarte
- Diskussion im Vorstand und Stellungnahmen weiterer Gruppen auswerten.
- 4. Überarbeitung Sponsoring-Konzept**
- Projektgruppe*
- Überarbeitung aufgrund der Erkenntnisse unter Punkt 3.
- Über die wichtigsten Punkte des Inhaltes muss Konsens erzielt werden, damit das Konzept gute Chancen für die Umsetzung hat. Strittige Inhalte überarbeiten und dem Vorstand zu einer zweiten Diskussion präsentieren.
- 5. Genehmigung Sponsoring-Konzept**
- Vorstand*
- Das Sponsoring-Konzept wird durch den Vorstand genehmigt.
- Die Genehmigung des Sponsoring-Konzeptes durch die Hauptversammlung ist nicht zu empfehlen. Die wesentlichen Selbstverständnisse des Verbandes bzw. Vereins, welche auch das Sponsoring betreffen, sollten bereits im Leitbild enthalten sein, welches durch dieses Gremium verabschiedet wurde.
- Auflösen der Projektgruppe (evtl. noch Beizug für weitere Schritte unter Punkt 6).
- 6. Kontakte zu potenziellen Sponsoring-Partnern**
- Vorstand*
- Weitere Schritte:
- Liste derjenigen Firmen erstellen, welche die Vorgaben gemäss Sponsoring-Konzept erfüllen und sich als Partner und Sympathieträger des Vereins eignen.
- Sponsoring-Dokumentation erstellen (Mappe).
- Strategie zur Akquisition von Sponsoring-Partnern festlegen (Wer nimmt mit wem wie Kontakt auf, wer verhandelt, wer beschliesst).
- Nach Bedarf Vereinsmitglieder beiziehen welche potenzielle Sponsoring-Partner kennen und entsprechende Kontakte vermitteln können.

- 7. Besuch bei einem zukünftigen Sponsoring-Partner**
- Verantwortliche/r Sponsoring*
- Informieren Sie sich vorgängig über die ausgewählten Firmen (Internet) und die zuständigen Personen im Bereich Marketing/Sponsoring.
- Versuchen Sie unbedingt, Ihr Anliegen auf oberstem Niveau (Direktion, Geschäftsleitung, Sponsoring- oder Marketingchef/in) anzubringen.
- Klären Sie ab, wie viel Zeit Ihnen zur Verfügung gestellt wird und wie viele Personen anwesend sein werden, damit alle Anwesenden dokumentiert werden können.
- Klären Sie die technischen Möglichkeiten für Ihre Präsentation vorgängig ab (Beamer, Hellraumprojektor, Flipchart, Präsentationsmappe). Präsentation an die Gruppengrösse anpassen.
- Absprechen, wer vom Verein was präsentiert, wer Stellung nimmt. Tragen Sie Ihr Anliegen mit Überzeugung vor. Sie und Ihr Verband/Verein haben den Firmen etwas zu bieten, Sie haben sich den Preis und Ihre Bedingungen gut überlegt. Sie verhandeln über ein Geschäft, Sie sind nicht Bittsteller/in für eine Spende!
- 8. Der Sponsoring-Vertrag**
- Verantwortliche/r Sponsoring*
- Kompliment – Sie haben das Interesse einer Firma geweckt und eine mündliche Zusage erhalten!
- Halten Sie die getroffenen Vereinbarungen schriftlich fest und erstellen Sie Ihren Entwurf des Sponsoring-Vertrages (siehe Muster Sponsoring-Vertrag, evtl. Jurist beiziehen).
- Sponsoring-Vertrag vor der Unterzeichnung durch Vorstand diskutieren und genehmigen lassen.
- Reagieren Sie rasch, Sie dokumentieren so Ihr Interesse und Ihre Professionalität.
- 9. «Pflege» der Sponsoren**
- Verantwortliche/r Sponsoring*
- Oberstes Gebot ist die Einhaltung der vertraglich vereinbarten Leistungen!
- Bei Abweichungen informieren Sie sofort den Sponsoring-Partner. Schlagen Sie Lösungen bzw. Alternativen vor.
- Pflegen Sie regelmässigen Kontakt zum Sponsoring-Partner. Bei mehrjährigen Verträgen ist mindestens einmal jährlich eine gemeinsame Auswertungssitzung vorzusehen.

Olfen, Dezember 2006

Quelle: Swiss Olympic