**Musterdokument zum Konzipieren eines Sponsoringleitfadens**

Diese Unterlagen sind die Grundlage für die professionelle Akquise von Sponsoren – aber sie sind zugleich eine gute Hilfe, den Verein insgesamt professionell zu präsentieren. Also leicht abgeändert als Werkzeug für die Werbung, die Öffentlichkeitsarbeit oder um Unterstützer und Spender zu gewinnen.

Wichtig ist es, diese Unterlagen stets aktuell zu halten (Beispiel schon vergebene Sponsoringleistungen!) und gegebenenfalls passgenau für das Gespräch mit einem bestimmten Sponsor anzupassen.

Der Inhalt so eines Sponsoringleitfadens ist zugleich die Grundlage für einen kurzen, prägnanten Sponsorenbrief bzw. ein Sponsorenmail.

Die Matrix zur Vorstellung der Leistungen ist oft ausreichend, um alte Sponsoren anzusprechen, um neue Verträge abzuschließen.

Bei umfangreichen Leitfäden bitte an ein Inhaltsverzeichnis und an Seitenzahlen denken.

­­

In der Seitenspalte ist Platz für kurze Infos oder Logos – Beispielsweise ein persönliches State-ment oder ein Logo für bestimmte Auszeichnungen.

Diese Spalte aber niemals zu voll gestalten. Weiß-raum ist das wichtigste Gestaltungsmittel

**Vereinsprofil und Sponsoringbedarf**

**Das sind unsere Stärken**

Hier steht das Wichtigste, was den Verein und die Mitglieder ausmacht und ihn deutlich von anderen Vereinen unterscheidet. Dazu gehört auch die Bedeutung des Vereins in der Region und wenn ja, die Bedeutung über die Region hinaus.

**Aus welchem Grund brauchen wir Unterstützung?**

Fokussieren Sie darauf, wo zur Zeit die Grenzen des Vereins liegen und wie diese durch die Hilfe des Sponsors überschritten werden können. Diese Argumentation muss schlüssig zu Ihrem Vereinsprofil passen. Mehr darüber und Konkretes schreiben Sie auf den nächsten Seiten. Bei Mehrspartenvereinen bzw. unterschiedlichen Angeboten stellen Sie alle Sparten auf den nächsten Seiten getrennt vor und verknüpfen das zugleich mit dem speziellen Bedarf.

**Gut gegliedert und sympathischer, einfacher Stil**

Leser möchten Texte auch überfliegen können. Dienlich dafür sind ein Layout mit kurzen, lesbaren Zeilen sowie eine gute Gliederung. Jede Seite muss einladen zum Lesen und neugierig machen umzublättern oder aktiv im Sinne des Vereins zu werden.

Prägnantes Bildmotiv, das eine Emotion, Freude oder auch eine herausragende Leistung zeigt. Dieses Bild oder diese Bilder müssen den Verein und die Sportler überzeugend präsentieren.

Wenn unterschiedliche Bilder verwendet werden (und das bietet sich an!) müssen diese Bilder von der Art und vom Stil her zusammenpassen – sonst entsteht ein unprofessioneller Eindruck.

**Vorstellung der verschiedenen Sparten**

**Kurzprofil der Abteilungen**

Ähnlich dem Vereinsprofil machen Sie den Sport und das Wesen der Abteilung Vereinsfremden begreiflich. Denken Sie z. B. auch an Links auf aussagekräftige, kurze und spannende Videosequenzen, die z. B. in Youtube eingestellt sind.

**Spezieller Bedarf**

Zeigen Sie auf, warum gerade diese Abteilung welchen Bedarf hat. Wenn kein besonderer Bedarf besteht, dann sollte diese Seite im Anhang dieses Sponsoringleitfadens stehen.

**Machen Sie es persönlich**

Siehe Randspalte …

Prägnantes Bildmotiv speziell für die Sparte…

Hier könnten die Ansprechpartner bzw. Links auf Wesentliches für die jeweilige Abteilung stehen.

**Übersicht über die Sponsoringleistungen als Tabelle oder Matrix**

(nur exemplarisch)

**Beispiel dafür**

Ähnlich dem Vereinsprofil machen Sie den Sport und das Wesen der Abteilung Vereinsfremden begreiflich. Denken Sie z. B. auch an Links auf aussagekräftige, kurze und spannende Videosequenzen, die z. B. in Youtube eingestellt sind.

**Spezieller Bedarf**

Argumentieren Sie, warum gerade diese Abteilung welchen Bedarf hat. Wenn kein besonderer Bedarf besteht, dann sollte diese Seite im Anhang dieses Sponsoringleitfadens stehen.

**Machen Sie es persönlich**

Siehe Randspalte …

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Sponsoring-leistungen | Angebot 1, Sparte 1 | Angebot 2, Sparte 1 | Angebot 3, Sparte 1 | Angebot 4, Sparte 1 | Angebot 1, Sparte 2 | Angebot 2, Sparte 2 | Angebot 3, Sparte 2 | Angebot 4, Sparte 2 | Angebot 5, Sparte 2 | Angebot 6, Sparte 2 | Angebot 1, Sparte 3 | Angebot 2, Sparte 3 | Angebot 3, Sparte 3 | Angebot 4, Sparte 3 | Angebot 5, Sparte 3 | Angebot 1, Sparte 4 | Angebot 2, Sparte 4 | Angebot 1, Gesamtverein | Angebot 2, Gesamtverein | Summe netto / pro Jahr |
| **Sparte 1 Sponsoring Pakete** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Paket 1-1 | x |  | x |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 150,00 € |
| Paket 1-2 |  | x | x | x |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 450,00 € |
| Paket 1-3 | x | x | x | x |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 900,00 € |
| **Sparte 2 Sponsoring Pakete** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Paket 2-1 |  |  |  |  | x |  |  | x |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 250,00 € |
| Paket 2-2 |  |  |  |  | x |  | x | x | x |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 700,00 € |
| Paket 2-3 |  |  |  |  | x | x | x | x | x | x |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 1.500,00 € |
| **Sparte 3 Sponsoring Pakete** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Paket 3-1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | x |  | x |  |  |  |  |  |  | 200,00 € |
| Paket 3-2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | x |  | x |  | x |  |  |  |  | 450,00 € |
| Paket 3-3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | x |  | x | x | x |  |  |  |  | 1.100,00 € |
| Paket 3-4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | x | x | x | x | x |  |  |  |  | 1.500,00 € |
| **Sparte 4 Sponsoring Pakete** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Paket 4-1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | x |  |  | 300,00 € |
| Paket 4-2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | x | x |  |  | 900,00 € |
| **GesamtvereinSponsoring****Pakete** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Paket G-1 |  | x |  | x |  |  | x |  |  |  | x |  |  |  |  |  | x | x |  | 1.200,00 € |
| Paket G-2 |  | x |  |  |  |  | x | x |  |  |  | x | x |  |  |  | x | x |  | 2.000,00 € |
| Paket G-3 | x | x |  | x |  |  | x | x |  |  | x | x | x |  |  | x | x | x |  | 3.000,00 € |
| HauptsponsorPaket  | x | x | x | x | x |  | x | x |  | x | x | x | x |  |  | x | x | x |  | 5.500,00 € |
| PräsentatorPaket | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | 12.000,00 € |
| Weitere Sponsoringoptionen gerne in einem persönlichen Gespräch. Die Pakete können selbstverständlich kombiniert werden. Nicht mehr verfügbare Pakete bzw. Leistungen sind rot unterlegt.Beim Vertrag geben Sie bitte das Kürzel (z. B. Paket G-3) in der Spalte Sponsoringleistung an.Sponsoring wirkt! Allen Sponsoren wird eine Auswertung der Besucher- und Kontaktzahlen weitergegeben, ebenso der Pressespiegel.Wir gewähren Rabatte beim Abschluss über 2, 3 und 4 Jahre Laufzeit von … |

**Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner für das Sponsoring**

**Hier kurze Vorstellung mit Kontaktdaten**

**Martina Musterfrau, Gesamtverein**

Kontaktdaten mit Bild. Eventuell plus Statement mit ein zwei Sätzen.

**Martin Mustermann, Sparte 1**

Kontaktdaten mit Bild

**Beispiel für ein Mustervertrag ohne Gewähr zum Anpassen**

Sponsoringvertrag

Zwischen

Name der Vereins

vertreten durch

Anschrift

Vertragspartner I

und

Firmenname

vertreten durch

Anschrift

Vertragspartner II

 **§ 1**

Die Vertragspartner vereinbaren zum Zwecke des Sponsoring nachfolgende Leistung/en auf

Gegenseitigkeit:

Vertragspartner II stellt zur Förderung von Vertragspartner I zweckgebundene finanzielle Mittel

zur Verfügung. Im Gegenzug verpflichtet sich Vertragspartner I die Leistung des hier genannten Sponsoringpakets

.............................................................. zu gewähren § 3.

 **§ 2**

Ausgeschlossen ist Werbung folgenden Inhalts

Werbung, die gegen rechtliche Bestimmungen verstößt

Werbung, die das Ansehen und die Würde der öffentlichen Verwaltung und des Staates verletzt

Werbung mit parteipolitischem Inhalt, insbesondere Wahlwerbung

Werbung, die durch ihren Inhalt oder ihre Aufmachung gegen die guten Sitten verstößt

Werbung für Nikotin, Alkohol und andere Suchtmittel

 **§ 3**

Vertragspartner II überweist bis zum ............................. Vertragspartner I einen Geldbetrag in Höhe von ..........,.. EUR ................................................................................... (in Worten) auf das Konto Nr (IBAN)................................... , Bank ...................................................................,
BLZ ..............................(BIC),

unter Angabe des Zweckbindungsvermerks: zur Verwendung...................................................................................................................

Vertragspartner I verpflichtet sich im Gegenzug folgendes Sponsoringpaket zu erfüllen.

 .............................................................................................................................................

für die

Dauer:......................................................................... zu gewährleisten. (Hier eventuell Ein- oder Ausschluss von bestimmten Voraussetzungen, z. B. weniger Besucher unter bestimmten Umständen)

 **§ 4**

Die für die vereinbarte Werbemaßnahme benötigten Materialien, Abbildungen, Software, Träger etc. werden auf Kosten des Vertragspartner II (hier genau überprüfen wer welche Kosten bei der Produktion übernimmt) Vertragspartner I rechtzeitig i. S. des § 3 zur Verfügung gestellt.

 **§ 5**

Die Vertragspartner I überlassenen Werbemittel dürfen nur zu dem in diesem Vertrag vereinbarten Zweck verwandt werden. Weitere oder andere Nutzungen bedürfen der vorherigen Zustimmung des Vertragspartner II.

 **§ 6**

Es besteht Einvernehmen zwischen den Vertragspartnern, dass durch die Verwendung der überlassenen Werbemittel auf, an oder in Produkten/ Eigentum von Vertragspartner I Vertragspartner II keine Rechte an den Produkten/ Eigentum, insbesondere Urheber- und/oder Wettbewerbsrechte erwirbt.

 **§ 7**

Vertragspartner I übernimmt keine Gewähr für den Werbeerfolg. Die Haftung durch Vertragspartner I für Verlust oder Schäden jeglicher Art an den zur Verfügung gestellten Werbemitteln, soweit diese nicht grob fahrlässig oder vorsätzlich durch Beschäftigte des Vertragspartners I verursacht werden, ist ausgeschlossen.

 **§ 8**

Dieser Vertrag kann jederzeit ohne Einhaltung einer Frist im beiderseitigen Einvernehmen aufgehoben werden. Das Recht zur ordentlichen Kündigung durch Vertragspartner II ist nur unter Wahrung einer Frist von ............................................. vor dem gesponserten Ereignis möglich, soweit Vertragspartner I noch keine vertraglichen Bindungen im Vertrauen auf diesen Vertrag eingegangen ist. Das Recht zur außerordentlichen Kündigung bleibt davon unberührt.

 **§ 9**

Sollten in dem Vertrag eine oder mehrere Bestimmungen aus tatsächlichen oder rechtlichen Gründen unwirksam sein oder werden, so wird die Wirksamkeit der übrigen Vertragsbestimmungen hierdurch nicht berührt. Die Vertragsparteien verpflichten sich vielmehr, die unwirksamen Bestimmungen durch eine dem wirtschaftlichen Erfolg möglichst gleichkommende Regelung zu ersetzen.

 **§ 10**

Nebenabreden sind nicht geschlossen. Die Aufhebung, Änderung oder Ergänzung des Vertrages

bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Kündigungserklärungen haben der jeweils anderen Vertragspartei zumindest mit eingeschriebenem Brief zuzugehen.

 **§ 11**

 Der Vertrag tritt mit Unterzeichnung in Kraft.

 **§ 12**

Gerichtsstand ist (Sitz Vertragspartner 1)

Ort, den.........................

Vertragspartner I ................................................................................

Ort, den.........................

Vertragspartner II ................................................................................

**Beispielsweise Sportliche Erfolge, Besucherzahlen, Zielgruppe, …**

**Statistische Daten eventuell grafisch aufbereitet**

Macht was her, wird aber selten wirklich gelesen!

**Weiterer Anhang**