

10. Februar 2024

Sponsoring für Vereine

Vom Konzept bis zur Akquise

Referent: Simon Kottmann

Referent: Simon Kottmann

Leitung Kommunikation ASV
Hamm-Westfalen seit 2007
in der 1. und 2. Handball-Bundesliga
sowie im e. V.



Sponsoring für Vereine

In Zeiten stark steigender Lebenshaltungskosten werden auch die Kosten für Vereine immer höher. Oft reichen Beitragsanpassungen nicht aus, um entstehende Lücken zu schließen. Wie können Vereine also ihr Budget verbessern und wichtige Handlungsspielräume erhalten? Ist ein Sponsoring nur etwas für Spitzensportvereine? Oder können auch kleine und mittelgroße Vereine auf diesem Weg Budgetlücken schließen?

Sponsoring für Vereine

Was ist überhaupt Sponsoring? Das Gabler Wirtschaftslexikon definiert den Begriff wie folgt:

„Immer häufiger nutzen Unternehmen verschiedener Branchen Sponsoring als Kommunikationsinstrument. Im Sport, bei kulturellen Ereignissen sowie im ökologischen, sozialen und medialen Bereich werden gezielt Personen, Projekte, Institutionen und audiovisuelle Programme unterstützt sowie eigene Veranstaltungen initiiert, um Teilnehmer und Zuschauer mit Kommunikationsabsichten von Unternehmen zu konfrontieren. Durch Sponsorships werden Ereignisse, die im Fokus des öffentlichen Interesses stehen und folglich Resonanz in den Medien finden, in die Kommunikationsarbeit von Unternehmen einbezogen, um kommunikative Wirkungen zu erzielen.“

Sponsoring für Vereine

Der LandesSportBund NRW definiert den Begriff wie folgt:

Das Sportsponsoring ist die Zuwendung von Geld-, Sach- und/oder Dienstleistungen von einem Unternehmen oder Personen (den Sponsoren) an den Gesponserten

- a.) eine Einzelperson (z.B. Laura Dahlmeier oder Sebastian Vettel)
- b.) einen Verein/eine Mannschaft (z. B. Borussia Dortmund, ASV Hamm-Westfalen, Kölner Haie)

Sponsoring für Vereine

- c.) eine Organisation (z.B. LandesSportBund Nordrhein-Westfalen, Deutscher Fußballbund, Internationales Olympisches Komitee)
- d.) eine Veranstaltung (Deutsches Turnfest, Fußball-Weltmeisterschaft, Olympische Spiele etc.)
- e.) ein Medium (Fernsehen, Zeitung, Radio, Internet etc.)

gegen die Gewährung von Rechten zur kommunikativen Nutzung auf der Basis einer vertraglichen Vereinbarung, die auf dem **Prinzip Leistung und Gegenleistung** basiert

“

Sponsoring für Vereine

Der Vorteil für Vereine ist: Gerade kleine und mittelständische Unternehmen sind kaum in der Lage, durch klassische Werbung einen konkurrenzfähigen Werbedruck zu entfalten. Sponsoring bietet hier eine einzigartige Chance in einem emotionalen Umfeld!

Sponsoring für Vereine

Wichtig: Bevor ein Sportverein das Themenfeld Sponsoring „beackert“, muss er den IST-Zustand im Sponsoringbereich erfassen.

Zur Erfassung bzw. Analyse der Rahmenbedingungen für das Sponsoringhandeln im Sportverein (des IST-Zustandes) dienen vier Methoden:

1. Eigenanalyse: vereinsinterne Situation
2. Konkurrenzanalyse: Analyse der Wettbewerber
3. Kundenanalyse: Was sind die Bedürfnisse pot. Sponsoren?
4. Umfeldanalyse: Analyse von Trends, die sich auswirken –
Beispiel Nachhaltigkeit

Sponsoring für Vereine

Am Ende dieser Analyse ist der Verein in der Lage, das Besondere an seinem Angebot hervorzuheben:
Unique Selling Point (USP)

Sponsoring für Vereine

Alleinstellungsmerkmale eines Sportvereins mit Relevanz für das Sponsoring sind (z.B.):

- die Qualität der Kinder-/Jugendarbeit im Sportverein
- die Würdigung/Wertschätzung des ehrenamtlichen Engagements im Verein
- das soziale Engagement des Vereins über den Sport hinaus
- Kooperationen mit Kindergärten/Schulen und/oder Senioreneinrichtungen
- das Preis/Leistungsverhältnis des Sponsoringangebotes
- das besondere/einzigartige Image des Sportvereins
- Inklusion als Teil der Vereinsphilosophie

Quelle: LSB NRW

Sponsoring für Vereine

Wie setzt sich üblicherweise ein Vereinsetat zusammen?

- Mitgliedsbeiträge
- Sponsoring
- Spenden/Fundraising (Förderverein)
- Fördermittel
- Eventeinnahmen
- Sachleistungen
- Eintrittsgelder (oder TV-Gelder)

Sponsoring für Vereine

| Mäzenatentum, Spendenwesen | Sponsoring |
|-------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| Idealistische (uneigennützte) Motive des Sponsors | Betriebswirtschaftliche Motive des Sponsors |
| Keine konkrete Gegenleistung durch den Sportverein | Konkrete (vertraglich festgehaltene) Gegenleistungen durch den Sportverein |
| Kein Betriebsausgabenabzug möglich | Betriebsausgabenabzug möglich |
| Zumeist sporadischer, ungeplanter Einsatz durch den Sponsor | Geplanter und gezielter Einsatz durch den Sponsor |
| Geringe wirtschaftliche Bedeutung für den Sponsor | Große wirtschaftliche Bedeutung für den Sponsor |
| Kaum Synergien mit anderen Aktivitäten des Sponsors | Hohe Synergien mit anderen Aktivitäten des Sponsors |

Worin liegen eigentlich die Unterschiede zwischen einem Mäzenatentum und einem Sponsoring?

Quelle: LSB NRW

Sponsoring für Vereine

Wer kann es umsetzen?

- Mitarbeiter/innen aus dem Verein
 - Ehrenamtlich
 - Hauptamtlich (Festgehalt/Honorartätigkeit)
- Externe Agentur
 - Provision

Sponsoring für Vereine: Agenturen beauftragen

- Akquisition von Sponsoren
- Betreuung von Sponsoren
- Erstellung von Sponsoringkonzepten/angeboten
- Erstellung einer Vereins-Sponsoringstrategie
- Umsetzung von Werbeleistungen für Sponsoren (z.B. Bandenwerbung)
- Öffentlichkeitsarbeit rund um ein Sponsoringprojekt
- Vermarktung von Medienrechten

Sponsoring für Vereine

Welche Möglichkeiten des Sponsorings habe ich als Verein?

- Vermarktung „klassischer“ Werbeflächen:
 - Bandenwerbung an der Sportstätte, als LED- oder Drehbanden in Sporthallen, als Banden oder Windfang an Außenanlagen
 - Bodenwerbung
 - „Wir danken unseren Sponsoren“ – Förderer verewigen sich
 - Werbung auf der Sportkleidung
 - Fahnen an der Sportstätte
 - Werbung auf Eintrittskarten oder Mitgliedsausweisen
 - Werbung im Saisonheft oder ähnlichen Druckerzeugnissen



Jugendfördverein ASV Hamm-Westfalen e. V.



Viele Förderer – viele Möglichkeiten. Wir sagen Danke für die Unterstützung 2022/2023!



Volle Wucht westfälisch

VOLLE WUCHT

DAS ASV-FANMAGAZIN

AUSGABE 06-2022/23 | 7. NOVEMBER 2022



WWW.ASV-HAMM-WESTFALEN.DE

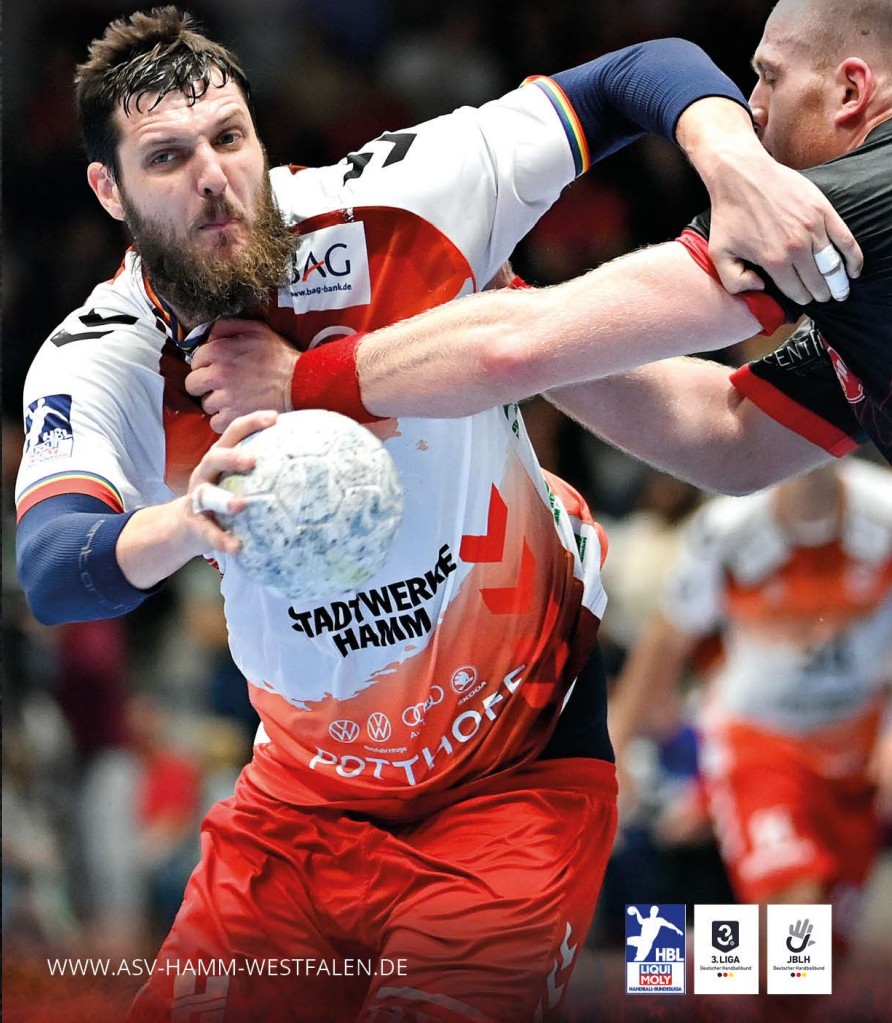


Volle Wucht westfälisch

VOLLE WUCHT

DAS ASV-FANMAGAZIN

AUSGABE 07-2022/23 | 18. NOVEMBER 2022



WWW.ASV-HAMM-WESTFALEN.DE



Spitzenreiter besteht die Reifeprüfung Aufsteiger überraschte mit eigenwilliger Taktik

Das war knapp: Auch das fünfte Ligaspiel der Saison hat der ASV Hamm-Westfalen mit 31:30 (13:19) für sich entschieden. Allerdings verlangte der damit weiterhin punktlose Aufsteiger TuS Vinnhorst der Mannschaft von Trainer Michael Lersch am 1. Oktober in einem Spiel, das wohl eher als Handballkampf bezeichnet werden dürfte, alles ab.

Von Beginn an gab der couragiert auftretende Aufsteiger vor 1.791 Zuschauern in der gut gefüllten WEST-PRESS arena überraschend den Ton an. So hatte sich Trainer Davor Dominikovic einige Besonderheiten einfallen lassen, wie etwa eine enge Manndeckung gegen Björn Zintel von Beginn an. Und damit störten die Gäste die Offensivbemühungen der Westfalen zunächst deutlich, die so nicht zum gewohnten Tempospiel fanden. Gut fünf Minuten dauerte es, ehe Kapitän Fabian Huesmann per Siebenmeter zum 1:3 traf. Aber der TuS ließ weiterhin wenig zu, verteidigte äußerst aktiv und aggressiv, so dass die Gäste nach etwas mehr als acht Minuten mit 5:1 führten. „Das darf uns so nicht passieren, dieses Spiel muss ein Warnschuss für uns sein“, ordnete ASV-Coach

Michael Lersch nach der Partie in der Pressekonferenz, hob aber gleich auch die Leistung der Gäste hervor. „Wenn ich das sage, soll das natürlich nicht die Leistung des TuS schmälern, der heute wirklich ein gutes Spiel abgeliefert hat und mit guten Ideen in dieses Spiel gegangen ist.“

So war auch Gästetrainer Davor Dominikovic zwar enttäuscht, aber keineswegs unzufrieden mit der Leistung seiner Akteure. „Ich bin stolz auf meine Mannschaft, was sie heute geleistet hat. Aber am Ende hat es der ASV verdient gewonnen“, gratulierte der Kroatier Michael Lersch zu zwei Punkten. Ganz so einmütig ging es allerdings während der sechzig Minuten nicht zu: Es wurde von allen Beteiligten viel diskutiert, mit allen Mitteln – legal oder nicht – gearbeitet und der Gegner bearbeitet. Was für die Zuschauer sehr hohen Unterhaltungswert hatte, war für die Unparteiischen Maximilian Engeln und Felix Schmitz harte Arbeit.

Die Punkte holten sich die Westfalen unter dem Strich aufgrund einer sehr starken Schlussphase, in der der ASV von 21:26 (46.) auf 29:29 durch Yonatan Dayan drei Minuten vor dem Ende aufholte. Die Abwehr

stand nun sehr sicher, agierte nun so aktiv wie es zuvor lange Zeit die Gäste getan hatten. Bei denen hatte man nun allerdings das Gefühl, dass die Kräfte in den Schlussminuten schwanden. Der zuvor starke TuS-Mittelfeldspieler Falk Kolodziej, der lange immer gute Lösungen in der Offensive fand, fand eben diese nicht mehr. Matthias Hild, mit acht Treffern bester Torschütze der Gäste, kam nun nicht mehr zu freien Abschlüssen. Und auch der treffsichere Rechtsaußen Fran Mileta kam nicht mehr zum Abschluss. Kurz nach dem Tor von Dayan wurde es richtig hitzig: Nach erneuter Parade von Felix Hertlein gingen Jan von Boenigk und Jonas Gertges zum Ball in der Luft, dabei traf Gertges den ASV-Rückraum hart. Die Unparteiischen ahndeten dies mit einer Roten Karte, ASV-Kreisläufer Philip Jungemann musste allerdings, nachdem er an einer Rudelebildung maßgeblich beteiligt war, ebenfalls für zwei Minuten vom Feld.

Dennoch nutzten Lersch nun den Platz, um mit einem zusätzlichen Feldspieler zur Führung zu kommen. So war es Jan von Boenigk, der in der 59. Minute die Hausherren erstmalig in Führung warf. Diese glichen die Gäste aber schon nach 22 Sekunden durch Milan Mazic, der auch in der Abwehr sehr überzeugte, wieder aus. Wieder setzten der ASV auf den siebten Feldspieler – Dayan tankte sich durch die Mitte und traf zum 31:30. Noch einmal verhinderte die ASV-Abwehr einen Gegentreffer, die verbleibenden 23 Sekunden nach Fehlwurf von Maurice Lungela spielten die Westfalen sicher herunter. (sko)

ASV Hamm-Westf. - TuS Vinnhorst 31:30 (13:19)

ASV: Hertlein, Colodeti – Huesmann (4/4 7m), Fuchs, Schötle (2), Armmeier, Schulze (1), Sterba (5), Jungemann (1), Zintel (8), Bötscher, Dayan (4), Stüber, von Boenigk (5), Bauer (1)

TuS: Hanemann, Krebs, Kristoffersen – Mileta (6), Stasch, Kolodziej (4, ½), Buntic, Ruddat, Lungela (4, 1/1), Mazic (2), Gertges (3), Hagen (3), Timm, Müllner, Durmaz, Hild (8)

Zeitstrafen: ASV 12 min, TuS 8 min; Rot Gertges (57); Schiedsrichter: Maximilian Engeln, Felix Schmitz
Zuschauer: 1.791



Nur selten gab es für Spielmacher Björn Zintel Raum zur Entfaltung. – Foto: Kaufmann/ASV



Thomas Isdepski
Der Athletiktrainer des ASV Hamm-Westfalen, kümmert sich bei den Profis auch um das Thema Ernährung.



Perfekt vorbereitet!

Rund zwei Stunden treffen die ASV-Spieler vor jedem Heimspiel in der Arena ein. Nach einem gemeinsamen Spaziergang und einem Snack beginnt 60 Minuten vor Anpfiff das Warm Up. „Dann darf der Magen nicht mehr mit Essen belastet sein, das Blut geht dann in die Muskulatur“, erklärt Thomas Isdepski.

Der Tipp vom Profi: Kurz vor dem Wettkampf nur noch leicht verdauliche Speisen zu sich nehmen, wie möglichst reifes Obst oder Müsliriegel.



Sonnenburg

Wir ♥ Lebensmittel.

center

Sonnenburg Lebensmittelhandel e.K. | Ostwestfalenstraße 100 | 59671 Floranz
Tel. 0 23 81 - 3 05 45 74 | Fax 0 23 81 - 3 05 45 87 | Öffnungszeiten: Mo. – Sa. von 7:00 – 21:00 Uhr

Das stärkste Netzwerk der Stadt Hamm wird präsentiert von der:



Das stärkste Netzwerk der Stadt Hamm wird präsentiert von der:



Hauptsponsorer



Co-Sponsoren



Premiumsponsoren



Businesspartner



Urlaubsguru Tipp

Wir wünschen
viel Erfolg!

| Pl. | Unternehmen/Institution | Tipper/in | Punkte |
|-----|---------------------------------------------------------|--------------------|--------|
| 1 | Sparkasse Hamm | Torsten Cremer | 4 |
| 2 | Urlaubsguru GmbH | Hanno Wigger | 3 |
| 2 | BETA Immobilien | Stephan Frommann | 3 |
| 2 | Jäckering Mühlen- und Nahrungsmittelwerke GmbH | Dirk Lange | 3 |
| 2 | Unioerg Services GmbH | Hans-Peter Kreft | 3 |
| 2 | TriTec HR GmbH | Carsten Besselmann | 3 |
| 2 | KARL POLLMANN GmbH | Alfred Tonder | 3 |
| 2 | Mercur Hotel Hamm | Lars Kestler | 3 |
| 2 | Volksbank Hamm | Markus Dünnebacke | 3 |
| 2 | Westfälischer Anzeiger Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG | Axel Berghoff | 3 |
| 11 | Stadtwerke Hamm GmbH | Cornelia Helm | 2 |
| 12 | WirmachenDRUCK GmbH | Yannick Wiethoff | 1 |
| 13 | WESTPRESS | Simon Zicholl | 0 |

*100% Punkte: 1 Punkt, 80% Gültigkeit: 3 Punkte und 40% Gültigkeit: 5 Punkte



AUF INS Winterabenteurer

Wolltest du schon immer die Nordlichter am Himmel tanzen sehen? Oder sehnst du dich nach einem abwechslungsreichen Skiurlaub? Dann sichere dir jetzt deinen Winterurlaub zum besten Preis – bei Urlaubsguru.

Kostenlose App herunterladen und Traumreise buchen!

Urlaubsguru Winterurlaub

Urlaubsguru Inspires to book



1976
NDR

1975

1974

1973

1972

1971

1973

1969

1968

1967

1966

1965

1964

1963



00:02

02:15



Sponsoring für Vereine

Und wenn die „klassischen“ Werbemöglichkeiten ausgeschöpft sind?

- Digitale Formate (entwickeln)
 - Sportler-Präsentation mit Unternehmens-Paten
 - Livestreaming
 - Presenter für Podcast
 - Pressekonferenzen



DAYAN





DER ASV-PODCAST

VOLLE WUCHT

AUFS OHR

FOLGE 26: LEON DREVERMANN



Sponsoring für Vereine

Welche Möglichkeiten gibt es noch?

- Aktionen gemeinsam mit Partnern entwickeln
 - Jahreskalender gemeinsam mit BAG Bank und Druckerei Wilke
 - Movember-Aktion mit der AOK

Beispiele aus der Praxis: Kalenderprojekt



Beispiele aus der Praxis: Movember-Foundation



Sponsoring für Vereine

Wie setzt sich üblicherweise ein Vereinsetat zusammen?

- Mitgliedsbeiträge
- Sponsoring
- Spenden/Fundraising (Förderverein)
- Fördermittel
- **Eventeinnahmen**
- Sachleistungen
- Eintrittsgelder (oder TV-Gelder)

Sponsoring für Vereine

Gibt es noch mehr?

- Event-Vermarktung
 - Familienfest mit dem ganzen Verein
 - „Heckmann“ Einlauf-Kids
 - Besondere „Loge“ bei Veranstaltungen, „Fansofa“, etc.
 - Westfalen-Voting-Game
 - AOK-Feriencamps
 - AOK-Sportelssonntage
 - Hammer Sportgala

Beispiele aus der Praxis: Die AOK-Handballcamps



Beispiele aus der Praxis: AOK-SportelSonntage



Veranstalter

Hamm-Berge
Hammer SportClub 2008 e. V.
Am Südbad 9, 59069 Hamm
Telefon: 02381 8710100
E-Mail: info@hsc08.de
Internet: hsc08.de



Hamm-Mitte
TuS 1859 Hamm e. V.
Rietzgartenstr. 46, 59065 Hamm
Telefon: 02381 97559-00
E-Mail: info@tus59hamm.de
Internet: tus59hamm.de



Hamm-Bockum-Hövel
TuWa Bockum-Hövel 08 e. V.
Hohenhöveler Str. 5, 59075 Hamm
Telefon: 02381 599153
E-Mail: tuwa@tuwa.org
Internet: tuwa.org



Kooperationspartner

AOK NordWest. Die Gesundheitskasse.
Bismarckstr. 27, 59065 Hamm
Telefon: 0800 2655-502439
Internet: aok.de/nw/events

AOK-Sportel-Sonntage

Bewegungsspaß für die ganze Familie
Ab 05.11.2023 | sonntags von 10 bis 13 Uhr
Berge | Mitte | Bockum-Hövel
Infos unter: aok.de/nw/events

3 x in Hamm

Herzlich willkommen
Persönlich vor Ort: mit dem dichtesten Kundencenter-Netz
Kompetent und kostenfrei 24 Stunden am Tag: 0800 265 5000
Rund um Ihre Gesundheit bestens informiert: aok.de/nw
Bequem im Online-ServiceCenter: nordwest.meine.aok.de



AOK NordWest
Die Gesundheitskasse.

2655023_WIR

- 3 x in Hamm
- Ca. 15 Termine
- Eintritt 1,50 Euro bzw. 4 Euro Familienkarte

Wesfalen Voting Game 2015: Vom Digitalen ins Leben

Aufgabe: Den ASV Hamm-Westfalen in der Region bekannter zu machen.

Idee: Spiel einer Auswahlmannschaft gegen die Bundesligaprofis während einer laufenden Saison.

Zielsetzung: Erhöhung der Reichweiten über Facebook ohne den Einsatz von Werbebudget – möglichst virale Effekte erzielen; klassische Berichterstattung über Medienpartner zum Event; alle Beteiligten tragen die Informationen in ihre Netzwerke; Event in der WESTPRESS arena.

Westfalen Voting Game: Was dann passierte...

Während der Bewerbungsphase sammelten wir Spieler für jede Position. Am Ende wurden durch eine Jury Kandidaten für jede Position festgelegt.

Nun galt es für die Bewerber, möglichst viele Stimmen (Likes, etc.) über Interaktion auf Facebook zu sammeln. Hierfür waren die Teilnehmer aufgefordert, Videos oder Fotos zu schicken.

Beim 1. Westfalen Voting Game entstand daraus folgendes...





Wesfalen Voting Game: Was dann passierte..

Der Plan ging auf: Die Reichweite auf Facebook wurde innerhalb eines Monats von 6.000 auf fast 7.000 gesteigert!

Darüber hinaus erlebten 1.000 zahlende Besucher (!) ein Event wie bei einem Bundesligaspiel – für die Aktiven ein unvergessliches Erlebnis!

„Gefällt mir“-Angaben für die Seite insgesamt (Stand heute: 7339)



BENCHMARK

Vergleiche deine durchschnittliche Leistung im Laufe der Zeit.

„Gefällt mir“-Angaben für die Seite insgesamt

„Gefällt mir“-Angaben (netto)

Die „Gefällt mir“-Angaben (netto) ergeben sich aus neuen „Gefällt mir“-Angaben minus „Gefällt mir nicht mehr“-Angaben

■ Gefällt mir nicht mehr ■ Organische „Gefällt mir“-Angaben ■ Bezahlte „Gefällt mir“-Angaben
— „Gefällt mir“-Angaben (netto)



BENCHMARK

Vergleiche deine durchschnittliche Leistung im Laufe der Zeit.

Gefällt mir nicht mehr

Organische „Gefällt mir“-Angaben

Bezahlte „Gefällt mir“-Angaben ⓘ

„Gefällt mir“-Angaben (netto)

Möchtest du mehr „Gefällt mir“-Klicks erhalten?

Erstelle eine



asvhamm

Folgen

Nachricht senden



3.963 Beiträge

10.000 Follower

160 Gefolgt

ASV Hamm-Westfalen
Offizieller Account des ASV Hamm-Westfalen
Team der 1. Handball Bundesliga
Klick hier
linktr.ee/asvhamm



ASV-LEIPZIG



ASV-HSVH



ASV-TV8



ASV-GWD



ASV-SGF



ASV-SCM



ASV-VFL

BEITRÄGE

REELS

MARKIERT



Instagram

Suchen

Anmelden

Registrieren



ASV Hamm-Westfalen

6 Tage

Wir können die Punkte leider nicht ins Ziel bringen.
Der Endstand wird euch präsentiert durch TriTec HR.

#VolleWuchtWestfälisch #Game #ASVHamm



Endstand



30:29



wird präsentiert von



Die Hammer Sportgala: Zum Topevent entwickelt

Die Hammer Sportgala ist seit 2004 eine jährlich stattfindende Sportauszeichnungs-Veranstaltung welche Sportler/innen aus Hamm zum Sportler/zur Sportlerin des Jahres auszeichnet. Gewählt wird aus den Kategorien Einzelsportler/in, Mannschaftsleistungen, Konzepte sowie Jugendarbeitsleistungen. Außerdem wurden und werden verschiedene Ehrenpreise vergeben.



Beispiele aus der Praxis: Die Hammer Sportgala



Eure Fragen?

Sponsoring für Vereine - vom Konzept zur Akquise

Die Präsentation erhaltet Ihr per Link zum Download.