

5 GRÜNDE FÜR EIN GELUNGENES SPONSORING

Veröffentlicht am 7. August 2013 von Isabella



Haben Sie schon einmal über Sponsoring nachgedacht? Sponsoring gilt als ein wichtiger Teil der Öffentlichkeitsarbeit eines Unternehmens und kann Ihnen sowohl als Werbemittel als auch als Kommunikationsinstrument nützlich sein. Durch die finanzielle oder durch Dienstleistungen oder Gegenstände geleistete Unterstützung können Sie als Sponsor gewisse vorteilhafte Gegenleistungen erwarten. Es geht allerdings nicht um eine reine Nutzgemeinschaft, sondern vor allem um die Förderung des Gesponserten und die daraus resultierende positive Image-Erzeugung Ihres Unternehmens.

Gesellschaftliches Engagement ist gerade bei Firmen gerne gesehen, da es effektiv zu einem **positiven Firmenimage**, aber auch zur Markenbildung beiträgt und von der Auswirkung her durchaus mit klassischen PR- und Werbemaßnahmen gleichzusetzen ist. Wichtig ist dabei, dass Sie einen Markenbotschafter auswählen, der zum Unternehmen passt und dessen Leistungen und Ziele Sie mit der eigenen vergleichen können. Das **Image** des Gesponserten wird auf das Corporate Image Ihrer Firma übergehen und umgekehrt, weswegen die Auswahl besonders relevant ist.

Natürlich kann Sponsoring auch **Gefahren** bergen. Gerade bei Sportlern können Dopingvorfälle oder die **negative Reaktion** von Gegnern des unterstützten Teams in kürzester Zeit ein falsches Bild entstehen lassen. Dann gilt es, schnellstmöglich die notwendigen Maßnahmen zu ergreifen und sich öffentlich von der Aussage oder dem Verhalten des Gesponserten zu entfernen, um das Image der Firma nicht dauerhaft zu schädigen. Man sollte sich in jedem Fall genaustens darüber **informieren**, wen genau man unterstützt, für was er steht und dann auch zu hundert Prozent dahinter stehen können.

Neben den Risiken sollte man sich aber auch die **maßgeblichen Vorteile** vor Augen halten, die ein Sponsoringvertrag mit sich bringt. Wir von der [Media Company](#) sind durch unsere rundum positiven Erfahrungen mit dem [Internet-Sponsoring von Sabine Lisicki](#) ein großer Befürworter des Sponsorings. Nicht nur die Förderung eines jungen Talents, sondern auch die Freude, die man als Sponsor mit dem Sportler teilt, sind ein **Gewinn für beide Teams**. Es gibt zwar Höhen und Tiefen, aber gerade im Sport ist beides immer wieder eine **Motivation**, denn die Freude ist groß, wenn man durch die Unterstützung der Person dann auch Teil des Erfolgs werden darf. Wir haben die Vorteile von Sponsoring auf fünf Punkte für Sie zusammengefasst:

1. **Reputation:** Der gute Ruf des Gesponserten geht auf den Sponsor über, was eine positive Erinnerung und die Verbindung des Sponsors zum Erfolg mit sich bringt. Somit entsteht durch die Förderung des Talents eine Imagesteigerung.
2. **Glaubwürdigkeit:** Durch das gegenseitige erbrachte Vertrauen erhöht sich die Glaubwürdigkeit

des Unternehmens. Grundlegend dafür ist eine gegenseitige Identifikation der Sponsoringpartner. Das erbrachte Vertrauen und der feste Glaube an den Erfolg dienen als Motor des Sponsorings.

3. **Öffentlichkeitsarbeit:** Der Sponsor kommt durch den Erfolg seines Schützlings ins Gespräch. Die Person oder Gemeinschaft, die unterstützt wird, ist durch ihren Bekanntheitsgrad auch ein Aufhänger für die Kunden des Unternehmens.
4. **Motivation:** Durch die direkte Anteilnahme am Erfolg entsteht ein Teamgedanke, wodurch sich die Motivation auch auf den Sponsor auswirkt. Für den Gesponserten wird die Hoffnung verstärkt, dass man an ihn glaubt, was ihn zu weiteren guten Leistungen vorantreibt.
5. **Förderung:** Nicht nur positive Schlagzeilen und gute Öffentlichkeitsarbeit sind das Ergebnis des Sponsorings. Durch die Maßnahmen wird eine Person oder Personengruppe aus den Bereichen Sport, Kunst, Kultur und Wissenschaft in Form von finanziellen Mitteln, Ausrüstung oder Dienstleistungen unterstützt. Als Dank für die Unterstützung wird der Sponsor erwähnt und darf beispielsweise sein Logo auf den Werbepattformen des Gesponserten einfügen.

Um die **Vorteile des Sponsorings** genießen zu können, sollte man sich stets auf **gemeinsame Ziele** konzentrieren, von denen beide Parteien profitieren. Man sollte diese vor allem schon vor dem Einsatz der Sponsoringmaßnahmen genau absprechen und in einem Vertrag festhalten. Je nach Art des Sponsorings werden Kleidung und Ausrüstung gesponsert, manchmal geht es aber auch um Dienstleistungen, wie einen **gelungenen Webauftritt**. Fans werden an den Produkten Interesse zeigen, um dem Idol oder dem Vorbild nachzueifern und möglicherweise **zu neuen Kunden werden**.

Insgesamt entstehen durch das Sponsoring eine **enge Bindung**, eine **gemeinsame Hoffnung** und gemeinsame Ziele, die sich auf beide Seiten positiv auswirken. Ein gut durchdachtes und geplantes Sponsoring ist von großem Vorteil und seit je her ein **wichtiges Element erfolgreicher Öffentlichkeitsarbeit**, das wir Ihnen sehr ans Herz legen können.