

Initiative für Vereine

Wie gewinnen wir lokale Sponsoren als Partner einer Tischtennis-mini-Meisterschaft?

Darstellung der Ziele und des Nutzwertes

- Darstellung der mini-Meisterschaften unter besonderer Berücksichtigung der Zusammenarbeit mit den Sponsoren:
Was können/wollen wir als Verein mit einer mini-Meisterschaft erreichen?
Was erwartet ein Sponsor/Partner, wenn er eine mini-Meisterschaft unterstützt?

Strategie zur Gewinnung eines Sponsors/Partners

- Persönlicher Besuch oder Schreiben an die zuständigen Personen der potentiellen Sponsoren. Persönliche Kontakte sind unpersönlichen Schreiben vorzuziehen. Themen, die unbedingt angesprochen werden sollten, sind z. B. Vorstellung des Vereins und der mini-Meisterschaften, der Jugendarbeit des Vereins, Nutzen für den Sponsor.
- Die weiteren Schritte gemeinsam persönlich mit dem Sponsor planen (siehe Ausschreibung).

Darstellungsmöglichkeiten für einen potentiellen Sponsor/Partner

- Vor der Veranstaltung: Berichterstattung in den Medien (siehe Presseinformationen und CD)
- Während der Veranstaltung: Werbemöglichkeiten in der Halle, z. B. Umrandungen, Transparente, Hallensprecher, Werbegeschenke
- Nach der Veranstaltung: Berichterstattung in den Medien (Texte, Fotos, Radiointerviews - siehe Presseinformationen und CD)

Aufwertung einer mini-Meisterschaft zu einem „Mini-Event“

- Showkampf
- Einladung eines Prominenten zur Siegerehrung etc.
- Gastronomie
- Weitere Aktionen (z. B. Roboter-Training, Rundlaufturnier) für Betreuer, Eltern und Zuschauer

Unterstützende Maßnahmen durch den Sponsor/Partner

- Nutzung der Informationswege zur örtlichen Presse, zum Lokalradio etc.
- Aushang von Plakaten
- Auslage von Handzetteln
- Direktmailing an Kunden oder bei Banken, z. B. Vermerk auf Kontoauszügen
- Verpflegung für die Teilnehmer
- Bereitstellung von Preisen für die Teilnehmer, z. B. kleine Preise für alle Teilnehmer beim Ortsentscheid, Sachpreise für Sieger bei Kreis-, Bezirks- und Verbandsentscheid