



Akquisition von Sponsoren

Akquisitionsschreiben: Wie überzeugt das geschriebene Wort?

Ein **Akquisitionsschreiben** eignet sich für den Erstkontakt mit einem potenziellen Sponsor. Gut gemacht, kann es beim Sponsor Türen öffnen.

Das Akquisitionsschreiben eignet sich auch für einen Zweitkontakt im Anschluss an einen Telefonanruf oder ein persönliches Gespräch.

Wichtig ist, dass ein Akquisitionsschreiben auf einen potenziellen Sponsor individuell zugeschnitten wird. Nur dann wird Ihr Schreiben nicht im Papierkorb des Empfängers landen, sondern gelesen. Der Leser merkt sofort, ob ihm ein Standardschreiben bzw. Serienbrief vorliegt.

Informieren Sie sich also stets über den potenziellen Sponsor! Recherchieren Sie dessen aktuelle Werbeaussagen, Zielgruppen, Produkte/Dienstleistungen, andere Sponsoringprojekte oder [Sponsoringrichtlinien](#)! Entwickeln Sie darüber hinaus erste individuelle Kooperationsansätze und lassen diese in das Akquisitionsschreiben einfließen!

Die von Ihnen entwickelten Kooperationsansätze können auch in ein beigefügtes Sponsoringangebot eingebunden werden. Das Sponsoringangebot sollte Informationen zur Mitglieder-/Zuschauerstruktur, anderen Sponsoren, der Medienberichterstattung sowie den werblichen und sonstigen Nutzungsmöglichkeiten enthalten. Achten Sie auch auf eine ansprechende grafische Gestaltung der Unterlagen. Mehr Infos zu Inhalt und Form eines Sponsoringangebotes finden Sie in unserem Muster-Sponsorinangebot.

Praxistipps!

Arbeiten Sie den Nutzen einer Zusammenarbeit für den Sponsor heraus! Geben Sie Infos zur erwarteten Medienpräsenz! Machen Sie deutlich, dass eine gezielte Ansprache von Unternehmenszielgruppen möglich ist!

Folgende Elemente sollte ein Akquisitionsschreiben enthalten:

- Persönliche Anrede (Vor- und Nachname) des Sponsoringentscheiders auf Unternehmensseite
- Individuellen Bezug zum Sponsor herstellen (dokumentieren Sie, dass Sie sich über den Sponsor im Vorfeld informiert haben)
- Basisinformationen über den Sportverein (kurz!)
- Vorstellung des Sponsoringprojektes (z.B. Informationen zum Zeitpunkt/-raum und den

Teilnehmern/Mitgliedern)

- Kriterien nennen, die aus Sponsorensicht (!!) für eine Kooperation sprechen (z.B. Medienpräsenz, Zuschauerstruktur)
- Werbliche Darstellungsmöglichkeiten skizzieren
- Um Gesprächstermin bitten bzw. ankündigen, dass man in Kürze beim Sponsor nachtelefonieren wird
- Ansprechpartner beim Verein nennen (mit Angabe zur Funktion im Verein, Telefonnummer und E-Mail-Adresse), an den sich der Sponsor bei Rückfragen wenden kann
- Anlage: Detailliertes Informationsmaterial (Übersicht der Beteiligungsmöglichkeiten für Sponsor/Sponsoringangebot)

Akquisitionsssschreiben als Zweitkontakt:

- Beachten Sie die Regeln auch beim Zweitkontakt! Nehmen Sie unbedingt Bezug auf ein zuvor geführte Telefonat bzw. persönliches Gespräch!