



Sponsoring-PR

Sponsoring-Botschafter: Geben Sie Ihrem Sponsoring ein Gesicht!

Nutzen Sie als Sportverein die Bekanntheit von Persönlichkeiten aus Sport, Medien, Wirtschaft, Politik und Kultur für eigene Anliegen!

Bestimmt gibt es auch im Einzugsbereich Ihres Sportvereins Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens, die in den Medien und darüber hinaus immer wieder in einem positiv besetzten Umfeld auftreten. Werfen Sie doch einfach regelmäßig einen Blick in die lokale Wochenzeitung und beobachten Sie soziale Medien mit einem lokalen Bezug! Sie werden schnell feststellen, dass einige Personen besonders häufig in Printmedien auftauchen bzw. in sozialen Medien eine überdurchschnittlich große Anzahl an Fans bzw. Followern haben. Solche Influencer (Meinungsmacher/-bildner) als Vereins-/Sponsoring-Botschafter zu gewinnen, ist in jedem Fall einen Versuch wert.

Haben Sie den Mut und fragen Sie diese Personen, sich für Ihren Sportverein bzw. dessen gesellschaftlich relevanten Aktivitäten (z.B. Jugendförderung, Ehrenamt oder Integration) zu engagieren. Bestimmt werden Ihre Bemühungen von Erfolg gekrönt sein.

Die Bekanntheit und das positive Image von Prominenten, die sich als [Sponsoring-Botschafter bzw. Vereins-Botschafter](#) für Ihren Sportverein engagieren, hilft Ihnen

- die Medienresonanz des Vereins zu erhöhen
- in den Medien über die reine Sportberichterstattung hinaus präsent zu sein
- den Bekanntheitsgrad ihres Vereins und dessen Angebote zu erhöhen
- ein positives Vereinsimage in der Öffentlichkeit auf- bzw. auszubauen
- das Interesse der Öffentlichkeit (auch von Sponsoren) an Ihrem Verein zu erhöhen
- Türen bei Sponsoren geöffnet zu bekommen, die sonst verschlossen bleiben

Ein Sponsoring-Botschafter übernimmt im Rahmen einer Kooperation mit einem Sponsor eine Art „Patenschaft“. Er gibt der Sponsoringpartnerschaft von Sportverein und Unternehmen ein Gesicht.

Bereits während der Akquisitionsphase ist der Einsatz eines Sponsoring-Botschafters denkbar. So kann der Botschafter in eine Präsentationsmappe für potenzielle Sponsoren eingebunden werden und an [Präsentationsterminen](#) bei einem potenziellen Sponsor teilnehmen.

Öffentlich tritt der Sponsoring-Botschafter als „Pate“ einer Sponsoring-Partnerschaft erstmals auf, wenn eine Sponsoringkooperation offiziell bekannt gegeben wird. So ist eine Teilnahme des Botschafters im Rahmen einer [Pressekonferenz](#) denkbar.

Folgende weitere Einsätze eines Sponsoring-Botschafters/Paten sind denkbar:

- Teilnahme an vom Sportverein und Sponsor gemeinsam durchgeführten [PR-Aktionen](#)
- Integration von Aussagen des Botschafters in [Pressemitteilungen](#) (z.B. bei Bekanntgabe einer Sponsoringkooperation)
- Gemeinsame Durchführung einer Siegerehrung durch Botschafter und Sponsorenvertreter bei einer Sportveranstaltung des gesponserten Vereins
- Teilnahme bei VIP-Empfängen des Sponsors bei einer von ihm unterstützten Vereinsveranstaltung (Talkrunde mit Botschafter im VIP-Bereich des Sponsors, Botschafter steht für Fotos und Autogramme zur Verfügung)
- Betreuung von Sponsorenvertretern bei Vereinsveranstaltungen (z.B. sitzt der Botschafter neben dem Sponsor auf der Tribüne)
- Der Botschafter steht für Sponsorenveranstaltungen zur Verfügung (z.B. Mitarbeiterveranstaltungen oder Messeauftritte des Sponsors)
- Der Sponsoring-Botschafter steht als Testimonial für eine Werbekampagne des Sponsors zur Verfügung (Testimonial: ein Sportler, eine Vereinsmannschaft oder ein Sponsoring-Botschafter preisen die Vorzüge eines Sponsorenproduktes oder einer Dienstleistung des Sponsor an und animieren zum Erwerb; testimonial engl. = Referenz).