



Sponsoring-Checklisten/Musterdokumente

Grundregeln für einen Sponsorentermin: Mit Fakten überzeugen!

Wenn Sie einen Gesprächstermin bei einem potenziellen Sponsor erhalten, haben Sie schon einen großen Schritt getan. Glückwunsch!

Damit auch der Termin beim Sponsor gelingt, haben wir für Sie eine Checkliste erstellt. Hier finden Sie wichtige Tipps für Ihren [Präsentationstermin](#):

- Bringen Sie Ihrem Gesprächspartner Respekt entgegen. Respekt dokumentiert man u.a. dadurch, dass man sich auf das Gespräch gründlich vorbereitet sowie den Willen und die Fähigkeit besitzt, sich in die Lage des Gesprächspartners hineinzuversetzen.
- Stellen Sie Ihrem Gesprächspartner adäquate [Präsentationsunterlagen](#) als Handout zur Verfügung (z.B. als spiralgebundene Mappe). Die Unterlagen sollten möglichst individuell auf den potenziellen Sponsor zugeschnitten sein (was ist der konkrete Nutzen, der sich für den Sponsor aus der Partnerschaft ergibt? Wie könnte der Auftritt des Sponsors konkret aussehen?). Grafiken, Fotos und Diagramme sollten in guter Qualität in die Präsentationsunterlage eingebunden werden. Berücksichtigen Sie bei der Erstellung der Unterlagen die [Corporate Identity](#) Ihres Vereins. Binden Sie ein Logo Ihres potenziellen Sponsors ein.
- Überzeugen Sie mit Referenzprojekten im Sponsoringbereich.
- Achten Sie auf ein gepflegtes Äußeres! Ihre Kleidung muss dem Anlass entsprechen!
- Versuchen Sie, sicher aufzutreten. Das erreichen Sie vor allem dann, wenn Sie sich gut vorbereitet haben.
- Streben Sie möglichst ein ausgeglichenes Verhältnis (quantitativ und qualitativ) zwischen Ihnen und den Sponsorenvertretern an.
- Vermeiden Sie überhebliches Auftreten! Vermitteln Sie Ihrem Gesprächspartner nicht das Gefühl, dass er Ihnen fachlich unterlegen ist.
- Wählen Sie eine freundliche, interessierte Tonlage.
- Gehen Sie mit einer realistischen Erwartungshaltung in das Gespräch. Überzeugung für das angebotene Projekt ist gut. Vermeiden Sie jedoch Adjektive wie „toll“, „fantastisch“ oder „super“.
- Arbeiten Sie nicht ausschließlich auf der emotionalen Ebene, sondern erzeugen Sie beim Sponsor Vertrauen in die eigene Arbeit und das angebotene Sponsoringprojekt, indem Sie dieses schlüssig und für den Sponsor nachvollziehbar präsentieren. Überzeugen Sie mit Fakten.
- Verwenden Sie keine provokative Sprache. Kritik oder unsachliche Bemerkungen sollten Sie unterlassen.