



Ausstellung
Projekt vom SC BW 94 Papenburg e.V.
NFV-Kreis Emsland

Projektteilnehmer: Heinz Hartkens, Hardy Klein
Kreisehrenamtsbeauftragter:
Hermann Wilkens

„Bieten statt Bitten“: Neue Wege bei der Sponsorensuche

Wie läuft normalerweise Sponsorensuche ab ?

Üblich ist folgender Ablauf: Ein Amateur - Sportverein bittet ein Wirtschaftsunternehmen, eine Organisation oder Privatpersonen um eine finanzielle Unterstützung oder um eine Sachspende. Der Verwendungszweck ist in der Regel schnell benannt: Die Jugendabteilung benötigt einen neuen Kleinbus, das Vereinsheim muss renoviert werden, oder es geht um Preise für die Tombola beim anstehenden Vereinsfest. Die Rollen von Bittsteller und Gönner sind eindeutig verteilt.

Im Profifußball ist es längst keine Frage mehr, dass Wirtschaftsunternehmen Gelder in den Sport einbringen, um davon selbst zu profitieren. Vereinserfolg und unternehmerischer Erfolg gehen Hand in Hand.

Können Amateurvereine auch etwas (an-)bieten, was für Betriebe, Firmen etc. interessant und attraktiv ist?

Der SC Blau-Weiß 94 Papenburg...

... versucht seit einiger Zeit, neue Wege bei der Sponsorenansprache zu gehen: Das Motto lautet „Bieten statt Bitten“. Bei einer Verknüpfung von Sportverein und beispielsweise einem Wirtschaftsunternehmen sollen beide Seiten im Sinne einer „win-win-Situation“ profitieren.

Beispiele neue Wege im Sportsponsoring

Mit folgenden Strukturen und Angeboten des Vereins werden neue Wege gegangen:

- Potential 1: Sportangebot und Sportstätten
- Potential 2: Die Jugendarbeit
- Potential 3: Das soziale Engagement
- Potential 4: Sportliche Erfolge
- Potential 5: Öffentlichkeitsarbeit



Sportangebot und Sportstätten: Die Hardware des Vereins

Der SC Blau-Weiß 94 Papenburg verfügt über ein attraktives Sportplatzangebot mit Flutlichtanlagen, einer Videowand und einem Sportheim. Von den Minikickern bis zu den Altherrenmannschaften gibt es ein breites Spektrum an Mannschaften, wobei der Jugendbereich mit rund 30 Teams das Herzstück bildet. Die 1. Mannschaft spielt in der Landesliga, drei weitere Herrenmannschaften nehmen am Punktspielbetrieb teil. Mit den BW-Kickers hält der Verein auch eine sportliche Betätigung für Menschen mit Handicap vor. Neben dem Fußball gibt es noch eine erfolgreiche Tischtennis-Abteilung und eine neu gegründete Darts-Gruppe.

Sieht man sich die Wirtschaftssituation in Papenburg und Umgebung an, so sind viele Betriebe auf Fachkräfte angewiesen.

Der örtliche Sportverein kann ein wichtiger Faktor für die Personalgewinnung sein. ..

- Der Verein stellt interessierten Betrieben sein Sportangebot exklusiv vor, so dass diese damit bei Vorstellungsgesprächen (auch für Kinder/Familienangehörige) werben können.
- Der Verein kontaktiert auf Wunsch eines Betriebes einen potentiell neuen Mitarbeiter und zeigt ihm die sportlichen Betätigungsmöglichkeiten (auch für Kinder/Familienangehörige). Auch ein Schnuppertraining ist möglich. Somit kann über den Sport die Eingewöhnung und Kontaktförderung bei Zuzug gefördert werden.

Weitere Möglichkeiten ergeben sich bei der Nutzung der Sportstätten/des Sportheims.

- Ein Betrieb nutzt die Sportplätze, um mit Partnerbetrieben ein Fußballturnier durchzuführen (ein möglicher Erlös könnte dem Verein zufließen oder auch durch Verkauf von Getränken etc. ist ein Erlös möglich).
- Ein Betrieb nutzt die Möglichkeiten des Sportheims für ein Skatturnier, eine Betriebsfeier, für Mitarbeitererehrungen, Seniorentreffen etc.
- ➔ Diese Möglichkeiten, beispielhaft aufgeführt, müssen Betrieben offensiv angeboten werden.

Die Jugendarbeit als Herzstück

Von den Minikickern bis zur A-Jugend nehmen rund 30 Mannschaften (auch Mädchen) am Spielbetrieb teil (z.T. auf Landesliga- und Bezirksliganiveau). Damit übernimmt der Verein nicht nur eine sportliche, sondern auch eine soziale und pädagogische Aufgabe in der Freizeitarbeit und darüber hinaus. Daraus ergeben sich interessante Möglichkeiten für die Zusammenarbeit mit Wirtschaftsunternehmen.

Allein die Unterstützung des Jugendfußballs eines Vereins stellt für ein Unternehmen eine positive Marketingstrategie dar. Man fördert eine sinnvolle Freizeittätigkeit junger Menschen und damit eine notwendige Alternative zur digitalen Welt von Handy, Tablet und PC. Aber der Fußball bietet für junge Menschen auch die Förderung von Tugenden, die im späteren (Berufs-) Leben wichtig sind: Teamfähigkeit, Disziplin, Fairness, Übernahme von Verantwortung, Entwickeln von Ehrgeiz und das gemeinschaftliche Verarbeiten von Erfolgen und Enttäuschungen.

Einem Unternehmen, das die Jugendarbeit eines Vereins direkt unterstützt, können Angebote gemacht werden: So können Jugendspieler „im Gegenzug“ die Autos des Fuhrparks des Betriebes oder Rasenflächen bei der Firma pflegen (einmalig oder regelmäßig, auch als PR-Aktion möglich). Bei einem „Tag der offenen Tür“ eines Unternehmens könnte der Verein auch ein Schau-Training einer Jugendmannschaft anbieten.

Viele Betriebe sind auf Nachwuchs angewiesen. Exklusiv kann ein Verein mit einer großen Jugendabteilung mehreren Firmen anbieten, die jungen Menschen über die Ausbildungsmöglichkeiten exklusiv und in einem besonderen Rahmen zu informieren einschließlich einer Betriebsbesichtigung.

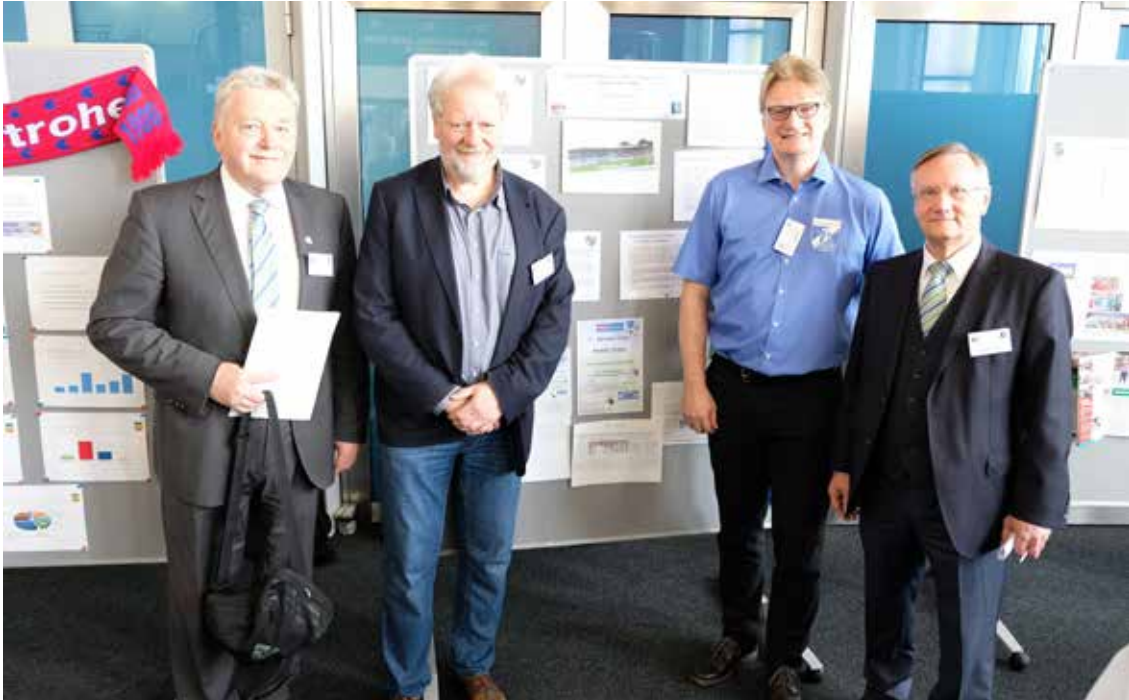


Bild: v.l.n.r. LEAB Hermann Wilkens, Hardy Klein, Heinz Hartkens, NFV-Präsident Günter Distelrath

Integration und Inklusion als soziale Aufgaben

Der SC Blau-Weiß 94 engagiert sich sehr stark auf den Feldern Integration und Inklusion. Schon vor Jahren wurden Flüchtlinge aus dem Vereinsumfeld in verschiedene Mannschaften integriert. Eine Herrenmannschaft nimmt als Integrationsmannschaft am Punktspielbetrieb teil. Durch besondere Ansprache und Förderung konnten Flüchtlinge auch motiviert werden, Schiedsrichter- und Übungsleiterlehrgänge erfolgreich abzuschließen. Ein speziell für den Bereich der Integration und Inklusion Beauftragter im Vereinsvorstand kümmert sich darüber hinaus auch als Ansprechpartner um die Flüchtlinge bei deren Bewältigung der Alltagsprobleme (Wohnen, Arbeit, Behörden). Seit zwei Jahren gibt es im Verein auch eine Inklusionsmannschaft, in der Spieler mit und ohne Handicap gemeinsam ohne Leistungsdruck Fußballspielen. Diese Mannschaft nimmt aktuell in der InduS-Liga des Emslandes teil, die erste Liga dieser Art im Bereich des NFV.

Über den Ansprechpartner des Vereins konnten bereits zahlreiche Flüchtlinge, die im Verein spielen, in Praktikums- und Arbeitsverhältnisse vermittelt werden. Firmen, die bei der Übernahme besonders aktiv waren, wurden in den lokalen Medien und in der Stadionzeitung durch spezifische Berichte besonders hervorgehoben.

Ein Unternehmen, das eine Inklusionsmannschaft fördert und unterstützt, zeigt ein besonderes soziales Engagement, das sicherlich auf den Gesamtbetrieb positiv zurück fällt. Mit speziell gefertigten Urkunden und Plaketten können die Firmen das in ihren Geschäftsräumen für die Kunden sichtbar machen.

Auch Spiele von Betriebsmannschaften gegen die Vereinstams mit Integrations- und Inklusionskonzept sind positive Beispiele für Kooperation

Sportliche Erfolge müssen gefeiert werden!

So wie im Profifußball Sponsoren sich gerne die Erfolge der Vereine „auf ihre Fahnen“ schreiben, kann auch im Amateurbereich eine Verknüpfung von Meisterschaft oder Pokalerfolg mit einem Wirtschaftsunternehmen erfolgen.

- So kann beispielsweise eine entsprechende Vereinsfeier auf einem Firmengelände stattfinden mit Musikband, Verpflegung und Zuschauerattraktionen (Torwandschießen, Hüpfburg, Fußballartikel-Börse etc.). Der Erfolg hat immer viele Väter! Eingebaut in eine solche Feier oder auch als Extraveranstaltung kann auch eine Fachveranstaltung, die der Verein organisiert, in Betriebsräumen stattfinden.
- Zu ausgewählten Themen können z.B. attraktive Referenten (bekannte Schiedsrichter, Ex-Profis, Marketingexperten aus dem Profibereich oder Ernährungsfachleute) Stellung nehmen. Bewährt hat sich beim SC Blau-Weiß 94 Papenburg auch eine Podiumsdiskussion zu fußballspezifischen Themen (z.B. „Amateurfußball in der Krise!“) in Verbindung mit einem „Frühschoppen“. So kann man Vertreter aus Wirtschaft, Politik, Verbänden und Vereinen „an einen Tisch“ bringen.
- Neben Meisterschaftsfeiern etc. können Sponsoren auch eine Plattform bekommen bei einer Vereinspräsentation zu Saisonbeginn. So war es im Juli 2017 ein beeindruckendes Bild, als über 500 Aktive des SC Blau-Weiß 94 Papenburg in ihren Trikots auf der Tribüne Platz nahmen. Dadurch wurde die „Power“ eines Vereins dieser Größe (ca. 1.100 Mitglieder) und seine vielfältigen sportlichen Möglichkeiten deutlich.
- Bei der individuellen Vorstellung aller Mannschaften konnten auch aktuelle bzw. zukünftige Sponsoren, die eingeladen waren, sich „ein Bild“ machen. Eine solche Veranstaltung schweißt Verein und Sponsoren zusammen.

Gutes tun und darüber reden: Öffentlichkeitsarbeit und Medienpräsenz

Auch im Amateurbereich sind Vereine auf eine breite, vielschichtige und gute Öffentlichkeitsarbeit und Medienpräsenz angewiesen. Diese nimmt immer auch, direkt oder indirekt, die Sponsoren „mit“. Der SC Blau-Weiß 94 Papenburg bietet folgende Möglichkeiten:

- Regionale Presse/Regionalfernsehen (EV1.tv)
- Internetportal
- Blau-Weiß Echo (Stadionzeitung, die zu den Heimspielen erscheint)
- Sportpublikationen (z.B. NFV-Journal)
- Video-Wand auf dem Hauptplatz (z.B. wird bei Ecken während des Spiels ein Werbepartner präsentiert)
- Externe Video-Wände in der Innenstadt
- Briefaktionen

In Verbindung mit der Öffentlichkeitsarbeit haben die Werbepartner die Möglichkeit, ihr sportliches und soziales Engagement in der Region zu präsentieren, sie verbessern dadurch ihren Bekanntheitsgrad und setzen auch Zeichen für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die ja auch Mitglieder des Vereins sind (sein können), zu denken ist hier auch an die Eltern, Großeltern, Geschwister und Verwandte der über 500 Kinder und Jugendlichen im Verein.

Durch eine aktive Öffentlichkeitsarbeit schafft der Verein nicht nur ein Netzwerk zu Unternehmen der Wirtschaft, sondern auch zu Wirtschaftsverbänden, politischen Vertretern der Region, zu Organisationen, Verbänden und anderen Vereinen.

Quellen: Auszug aus dem Konzept Hardy Klein, Heinz Hartkens 04/2018
Weiterführende Informationen erwünscht?
Bitte über die NFV-Geschäftsstelle, Frau Andrea Hoffmeister, Tel. 05105 – 75159