

Sport-Sponsoring

Attraktive Werbung für Profis und Amateure

Marco Klewenhagen

Geschäftsführender Chefredakteur SPONSOR^S

Sponsor Frankfurt Galaxy, Football

„Wir möchten Schneekoppe wieder mehr im Bewusstsein der Leute verankern. ... Denn obwohl das Unternehmen Marktführer (...) und einer der bekanntesten Marken ist, kennen nur wenige das komplette Sortiment.“

Sponsor deutsches Davis-Cup-Team, Tennis

„... Es geht darum, die Bekanntheit von Vivaco AG auf möglichst breiter Basis zu steigern und Aufmerksamkeit zu erzeugen.“

WERBUNG IST DANKBAR!

ABER

**(RICHTIGES) SPONSORING
IST AUFWENDIG!**

**75% DER UNTERNEHMEN
VERSTEHEN SPONSORING FALSCH
UND/ODER WENDEN ES FALSCH AN!**

„Ehrlich gesagt, hatten wir Fußball gar nicht im Blick gehabt.“

Aber die Verantwortlichen des FCK-Vermarkters Sportfive kamen auf uns zu, und wir waren in 30 Minuten von dem Konzept überzeugt.“

Achim Kaul

Inhaber VersandApo.de

- o mangelndes Know-how im Spezialgebiet Sponsoring
- o lieblos und einfallslos in der Umsetzung
- o in- und externe Koordinierung unzureichend
- o fehlende Kreativität und Weitblick
- o halbherzige Entscheidungen: nur Standortmarketing / reine Konkurrenzabwehr
- o schlechte Beweggründe: Politik / Liebhaberei / Klüngelei etc.

**NUR MIT VIEL GELDAUFWAND LÄSST
SICH SPONSORING UMSETZEN!**

FALSCH

**BEI RICHTIGER ANWENDUNG IST
SPONSORING FÜR JEDEN EIN
HERAUSRAGENDES WERBETOOL!**

Lernen von den „Großen“!

- *„Fußball-Escorte“ der Dorfschlachtereier*
- *„Magenta-Hände“ des Stadtcafés*

(gerade) im Kleinen – Talk of Town!

- *St. Pauli: „Astra la vista“ / „Der Kiez steht auf französisch“ (Renault)*
- *neue Medien nutzen (eigene Community)*

Just do it – but differently!

- *lieber die Nummer 1 im Golf als die Nummer 5 im Fußball*

Ganz oder gar nicht!

- *Bande + Loge ≠ Sponsoring*
- *gewählte Themenplattform leben*

*„Wenn man merkt,
dass jeder die Hand aufhält,
macht mich das traurig.“*

Franz Beckenbauer
Fußballgott