

# Sponsoring für Disc Golf Events

## Grundsätzliches

Der nachfolgende Leitfaden soll einen Überblick darüber bieten, was zum Thema „Sponsorensuche“ berücksichtigt werden sollte. Er erhebt allerdings keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Es sollen Anregungen geboten werden, die bei diesem Thema unterstützen sollen. Welche Teile daraus man wirklich umsetzt und in welcher Form, bleibt einem jeden selbst überlassen.

Folgende Fragen wollen wir zu beantworten versuchen mit Anregungen und Beispielen:

- A.) Warum brauche ich Sponsoren für ein Disc Golf Event/Turnier?
- B.) Wer kommt als Sponsor für mein Event/Turnier in Frage?
- C.) Wie informiere ich Sponsoren über das Event/Turnier?
- D.) Welche Arten von Sponsoring gibt es?
- E.) Wie kann ich Sponsoren ansprechen?
- F.) Was kann ein Event/Turnier für Sponsoren bieten?
- G.) Welche Kategorien von Sponsoring kann ich anbieten?
- H.) Wo bekomme ich Förderungen für ein Event/Turnier?



## A.) Warum brauche ich Sponsoren für ein Disc Golf Event/Turnier?

- Sponsoren sind wichtig um eine Unterstützung für ein Event zu bekommen
- Unterstützung durch Arbeitsleistung
- Preise für die Gewinner:innen (Geld- oder Sachspenden, Gutscheine)
- Give-Aways für die Teilnehmer:innen und Helfer:innen
- Verpflegung der Teilnehmer:innen und Helfer:innen
- Parcoursbau (Tees, Körbe, Markierungen, Beschriftungen, ...)
- Sichtbarkeit für den Disc Golf Sport zu erweitern
- Werbung für das Event/Turnier zu machen und darüber zu berichten

*Beachte: ein Sponsoring kann auch eine langfristige Unterstützung darstellen*

## B.) Wer kommt als Sponsor für das Event/Turnier in Frage?

- Netzwerk der Vereinsmitglieder oder ÖDGV nutzen
- ÖDGV selbst
- Betriebe aus der Region
  - Tourismusverein/-Region
  - Bergbahnen, Liftbetreiber
  - Landes- und Bezirksverwaltung
  - Gemeinden
  - Sportverbände (z.B., Sportunion, ASKÖ, ...)
  - Banken
  - Lokale Geschäfte (SPAR, Billa, ADEG ...) □ Für Verpflegung
  - Baumärkte □ Material: Sprays, Markierseile, Absperrbänder, Teppiche,...
  - Holzbaubetriebe □ Für Bauholz: Tees, Beschriftungen, Pfeile,...
  - Unterkünfte (Hotel, Pension, Camping)
  - Gastronomie □ für Verpflegung vor Ort, Gutscheine
  - Autohäuser
  - Sportgeschäfte
  - Gutscheine, Sachpreise
- Printmedien (Kleine Zeitung, Kronen Zeitung, ....)
  - Einschaltungen, Werbung, Berichte
- Lokale Rundfunkanbieter (TV/Radio)
- Bei großen Turnieren Hauptsponsor
  - Große Banken (ZB Raiffeisenbank International AG)
  - Versicherungen
  - Großregionen

### C.) Wie informiere ich Sponsoren über das Event/Turnier?

- Folder (Sponsorenmappe) erstellen mit Übersicht welche Arten von Sponsoring möglich sind  50% sind Bilder und nur 50% Text
  - Bilder vermitteln attraktive Darstellungsmöglichkeiten
  - Warum soll das Unternehmen sponsern?
  - Was bietet der Verein für das Sponsoring?
  - Wie kann man Sponsoring machen?
  - Vorteile für Verein und Vorteile für Sponsor darstellen
- Folder auch als PDF für Versand
- Persönliches Gespräch und Übergabe des Folders
- Sozialen Medien Aufruf starten
- Homepage Information
- Infomail
- Wichtig: Immer so darstellen, dass der Unternehmer wenig Aufwand mit Sponsoring hat.
- Einladung zum Event aussprechen
- Übergabe des jeweiligen Preises überlassen



### D.) Wie kann ich Sponsoren ansprechen? (Empfehlung)

- 1) IMMER zuerst persönlichen Kontakt aufnehmen
  - a) Besuchen und direktes Gespräch mit einer Disc Golf Scheibe in der Hand -> Disc Golf vorstellen
  - b) Anrufen und freundliches Gespräch führen
  - c) Info: Im persönlichen Gespräch neigen Sponsoren eher dazu sich eine Unterstützung (in welcher Form auch immer) zu überlegen. Nur eine Email zu schicken ohne vorher persönlich mit einem Sponsor gesprochen zu haben führt meist zu einer Absage, wenn man überhaupt eine Rückmeldung bekommt.
- 2) Infomaterial übergeben
  - a) bei Gespräch oder
  - b) nach Gespräch zusenden (elektronisch oder per Post)
- 3) Nachfragen spätestens nach 14 Tagen
- 4) Ggf. erinnern, falls darauf vergessen wird



**Beispiel einer Sponsoring-Anfrage:** Gemeinde Albeck bei Hochrindl OPEN

Zuerst wurde der Bürgermeister telefonisch kontaktiert, dann das Gemeindeamt per Mail über das Vorhaben informiert. Nächster Schritt war die Vereinbarung eines Termins mit den Verantwortlichen. Vorerst traf man sich mit Beispiel-Discs und einem Übungskorb im Gemeindeamt, um im Detail darüber zu sprechen, wie man sich ein Sponsoring genau vorstellen würde. Der nächste Termin fand am Parcours statt, um den Personen einen Einblick in die Turnier-Umgebung zu bieten.

Dabei präsentierte man die mögliche Turnier-Disc, die das Logo der Gemeinde als möglichen Mithauptsponsor beinhielt. Außerdem wurde die entsprechende Bahn gezeigt, die mit dem Gemeinde-Wappen betafelt werden sollte.

Nach der Vereinbarung über den bestimmten Unterstützungsbeitrag wurde der Bürgermeister dazu eingeladen der Siegerehrung beizuwohnen und die Pokale für die drei Bestplatzierten zu überreichen und auch eine kurze Rede vor der Siegerehrung zu halten.

Das Gemeinde-Team wurde auch für ein Gruppenevent auf den Disc Golf Parcours eingeladen.

## D.) Welche Arten von Sponsoring gibt es?

- Finanzielles Sponsoring
- Gutscheine als Preise oder für Helfer:innen
- Sachspenden als Preise oder für Helfer:innen
- Pokale, Medaillen
- Hilfe bei Parcoursbau (Bagger, Material, Arbeitskraft,...)
- Werbematerial (Beachflags, Banner, Flyer,...)
- Verpflegung für das Turnier
  - Getränke, Obst, Riegel, Traubenzucker, Wurstsemmel, Jause, Kuchen
- Scheibensponsor mit Turnierlogo
- Leihwagen

## E.) Was kann ein Event/Turnier Sponsoren bieten?

- Sichtbarkeit des Sponsor → Werbewirksamkeit
- Logo der Sponsoren mit QR Code auf
  - Vorankündigungen/Flyer vom Turnier
  - Caddybook
  - Anmeldung auf Metrix mit Link
  - Homepage mit Link
  - Auf Korb
  - Turnier-Scheiben
  - Siegerurkunde
- Werbematerial von Sponsoren
  - Banner auf Zäunen bei Tees oder Körben
  - Beachflags
  - Tafeln bei Tees
  - Tripplemando mit Banner
  - Visitenkarten und Flyer auflegen zur freien Entnahme
- Werbe-GiveAways der Sponsoren im Playerspack
  - Kugelschreiber, Schlauchschals, Trinkflaschen, T-Shirts, Handtücher, Minis
- Durchsagen der Haupt-Sponsoren während des Turniers
- Danksagung im Nachbericht
- Playerspack für Sponsoren
- Firmenevent auf Parcours nach dem Event
- Langfristige Sichtbarkeit möglich des Sponsors am Parcours für eine Saison nicht nur beim Event/Turnier



## G.) Welche Kategorien von Sponsoring kann ich anbieten?

- Namens-/ Top-/Premium-/Club-Sponsor (Petzen)
- Haupt-/ Gold- / Silber- / Bronze-Sponsor (Hochrindl)
- Unterstützer (Beträge im Wert < €100,-)
- Je nach Kategorie kann man dann dem Sponsor verschiedene Möglichkeiten anbieten (siehe Punkt F.)



**Beispiele für Kategorien von Petzen:**

- Namenssponsor: Event/Turnier ist nach dem Namen ihrer Firma benannt und ihr Firmenname und ihr Logo ist überall vertreten.
- Haupt-Sponsor:
  - Ganze Seite im Caddy Book A5
  - Logo und Link auf Homepage + Social Media
  - Durchsage während der Siegerehrung + Logo am Siegerurkunde
  - Eine der 18 Bahnen steht Ihnen für ihre Werbezwecke zu Verfügung (Banner, Beachflags oder ähnliches auf Bahn platziert)
  - 3x Essens- und 3x Getränk Gutscheine bei Gastwirt der Wahl
  - Disc Golf Kennenlerntag mit Firma auf dem Parcours
- Premium-Sponsor:
  - Ganze Seite im Caddy Book A5
  - Logo und Link auf Homepage + Social Media
  - Durchsage während der Siegerehrung + Logo am Siegerurkunde
  - Eine der 18 Bahnen steht Ihnen für ihre Werbezwecke zu Verfügung (Banner, Beachflags oder ähnliches auf Bahn platziert)
  - 2x Essens- und 2x Getränk Gutscheine bei Gastwirt der Wahl
- Top-Sponsor:
  - Halbe Seite im Caddy Book A5
  - Logo und Link auf Homepage + Social Media
  - Durchsage während der Siegerehrung + Logo am Siegerurkunde
  - Eine der 18 Bahnen steht Ihnen für ihre Werbezwecke zu Verfügung (Banner, Beachflags oder ähnliches auf Bahn platziert)
- Club-Sponsor:
  - Viertel Seite im Caddy Book A5
  - Logo und Link auf Homepage + Social Media
  - Logo am Siegerurkunde
- Unterstützer:
  - Name scheint im Caddy Book auf
  - Logo und Link auf Homepage



**Hauptsponsor** 



Eine ganze Seite Im Caddy Book A5  
Homepage + Social Media – Logo und Link  
Durchsage während der Siegerehrung + Logo am Siegerehrungsbogen  
Eine von 18 Bahnen steht Ihnen für Ihre Werbezwecke zu Verfügung, das heißt, wir platzen für Sie Banner, Beachflags oder ähnliches auf einen der 18 Bahnen unseres Parcours  
Sie bekommen von uns für die Dauer der Petzen Open für jeden Tag, 3 x Liftkarten für die Petzen Bergbahnen + 3 x Essens- und 3 x Getränkegutscheine für einen Gastwirt Ihrer Wahl auf oder am Fuße der Petzen  
Zusätzlich bekommen sie die Möglichkeit mit Ihrer Firma einen Discgolf - Kennenlerntag auf der Petzen zu genießen



## H.) Wo bekomme ich Förderungen für ein Event/Turnier?

- Förderungen ÖDGV → abhängig vom Event/Turnier unterschiedliche Möglichkeiten
  - AT/AAT → abhängig von der Anzahl der geplanten Turniere für das Jahr
  - ÖM und Staatsmeisterschaften: €250,- (Stand 2023)
  - Bei jeglichen Events kann man immer den ÖDGV anschreiben und wenn Mittel zur Verfügung stehen, erfolgt auch eine Unterstützung.
  - Kontakt: [vorstand@discgolf.at](mailto:vorstand@discgolf.at)
- Förderungen über Breitensport-Dachverbände ASKÖ, ASVÖ und SPORTUNION
  - Achtung: Zugehörigkeit an den Verband ist dafür Voraussetzung!
  - Direkte Anfrage and Verband richten und es wird eigentlich immer eine Unterstützung mit finanziellen Mitteln oder mit Sachpreisen ermöglicht.
- Förderungen über zuständige Ämter der Gemeinden und Landesregierung
  - Bei größeren Event/Turnieren AT oder ÖM/Staats (>50TN) kann man auch versuchen über die zuständige Sportreferent:in der Landesregierung eine Förderung anzusuchen
  - Empfehlung: Gutes Motivationsschreiben notwendig, denn die Förderung muss in den Ämtern beschlossen werden.

### Referenzen:

Bestehende Kataloge vergleichen

- Petzen (Gerald)
- Staatsmeisterschaften (Birgit/Sören)
- Hochrindl (Helmut)

### Weitere Links:

- So erstellen Sie ein strategisches Sponsoringkonzept:  
<https://www.owayo.at/magazin/sponsoringkonzept-erstellen-at.htm>
- Begriff „Sponsoring“:  
<https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/sponsoring-42864>

### Weitere Informationen (siehe auch Anhang 1, 2, 3):

<https://www.sportaustria.at/de/interessenvertretung-und-sportpolitik/wirtschaftsfaktor-sport/sportsponsoring>

## Anhang 1: Sportsponsoring: Sponsorenakquise

- Hans-Willy Brockes zeigte in den BSO-Sponsoring-Workshops neun Schritte der
- Sponsorenakquisition auf (Brockes & Seitter, 2012):
  - (1) Wer macht die Arbeit?
  - (2) Zielgruppe finden
  - (3) Sponsoren-Branche finden
  - (4) Gegenleistung für den Sponsor
  - (5) Sponsoring-Hierarchie definieren
  - (6) Sponsoring-Pakete konzipieren & bewerten
  - (7) Sponsoring-Angebot
  - (8) Akquisition
  - (9) Vertrag

## Anhang 2: Sportsponsoring: Tipps (BSO Service im Sport)

Die folgenden Tipps können Ihnen bei der Sponsorenakquise, Vorbereitung und Durchführung von Sponsoren-Gesprächen und dem Umgang mit Sponsoren helfen.

- 👍 Denken Sie daran, dass es sich bei Sponsoring nicht um eine Spende sondern um einen Vertrag mit Gegenleistung handelt.
- 👍 Seien Sie sich dessen bewusst, dass Sponsorenakquise, Sponsoring und die Kontaktpflege mit den Sponsoren viel Zeit, Geduld und Ausdauer in Anspruch nimmt. (Viele Unternehmen entscheiden einmal jährlich über ihr Sponsoringbudget).
- 👍 Betreiben Sie Networking in den Bereichen Sport-Medien-Wirtschaft. Nutzen Sie bestehende Kontakte. Suchen Sie persönliche Kontakte.
- 👍 Seien Sie kreativ, anders und gehen Sie neue Wege! Heben Sie sich von Ihren Mitbewerbern ab. Reagieren Sie früh auf veränderte Rahmenbedingungen.
- 👍 Stellen Sie einen emotionalen Bezug her, involvieren Sie Schlüsselpersonen, schaffen Sie Euphorie und Überzeugung bei potentiellen Sponsoren.
- 👍 Seien Sie realistisch bei der Einschätzung der Machbarkeit.
- 👍 Denken Sie daran: in vielen Fällen ist weniger mehr. Bieten Sie Exklusivität, besetzen Sie nur die Kanäle, wo Ihre Zielgruppe ist und eine relevante Reichweite erzielt werden kann.

## Aufstellung eines schlüssigen Konzepts

- 👍 Arbeiten Sie Ihr USP – also Ihr Alleinstellungsmerkmal – heraus, das Sie nutzen können um Sponsoren anzuwerben. Dies kann z.B. sein: Ihre Mitgliederanzahl, angebotene Sportart(en), EinzelsportlerInnen oder Teams, Image.
- 👍 Stellen Sie einen Finanzplan auf und entscheiden Sie, ob Sie Geld, Sachleistungen oder Unterstützung in Form einer Dienstleistung benötigen.
- 👍 Arbeiten Sie ein Sponsoringkonzept aus, um neben der (regionalen) Konkurrenz bei der Akquise von Sponsoren bestehen zu können.
- 👍 Beachten Sie, dass Sponsoring ein klares Kommunikationsziel braucht.
- 👍 Beantworten Sie folgenden Satz für den Sponsor: Wer sagt was und fördert wen unter welchen Bedingungen mit welchen Maßnahmen über welche Kanäle zu wem mit welchen Wirkungen?
- 👍 Fassen Sie kurz zusammen, worum es Ihnen geht.

## Den richtigen Sponsor finden

- 👍 Wählen Sie den Sponsoringpartner nach klaren Kriterien aus, die in Ihre Strategie und die des Unternehmens passen. Diese Kriterien können z.B. sein: Engagement bei ähnlichen Projekten, Affinität zum Thema, Leitbild und Philosophie, Reichweite.
- 👍 Was soll vermittelt werden? Vergleichen Sie das Image der Sportart mit dem Image des Sponsors (z.B. der Werbeaussage des Unternehmens): Ästhetik, Ausdauer, Dynamik, Modernität, Prestige, Technik, Tradition,...
- 👍 Zeigen Sie dem Sponsor, in welchen Bereichen Werte, das Image (Erlebnisharakter, Faszination, Exklusivität, Emotionalität, Urteilsvermögen, Kommunikationswert,...), das Produkt bzw. die Zielgruppe von Sponsor und Verein sich überschneiden und wo die Verbindung des gesponserten Bereichs mit dem Sponsor besteht.
- 👍 Zeigen Sie Vorteile für den Sponsor auf: Imageverbesserung, Steigerung des Bekanntheitsgrades, attraktive Medienpräsenz, zielgruppenspezifische Ansprache, Erlebnisorientierung, Identifikation,...
- 👍 Prüfen Sie bestehende Sponsorenschaften und recherchieren Sie nach potentiellen
- 👍 Sponsoren im Internet, im Branchenverzeichnis Ihres Ortes, in Zeitungsanzeigen oder über die Mitglieder Ihres Vereins. Recherchieren Sie, welche Unternehmen neu am Markt sind, sich neu positionieren oder expandieren.
- 👍 Vermeiden Sie Massenaussendungen an potentielle Sponsoren.

## Vorstellung bei potentiellen Sponsoren

- 👉 Erstellen Sie eine professionelle Sponsoringmappe mit einer Beschreibung der Idee, Vorstellung des Vereins, Medienaktivitäten, geplanten Projekten, Zielgruppen, Auflistung der gewünschten Sponsorenleistung und dem gewünschten Finanzrahmen.
- 👉 Zeigen Sie auf welche Reichweite Ihr Projekt hat und wer die Zielgruppe der jeweiligen Leistungen ist, d.h. wer zu welchem Zeitpunkt den Sponsor in welcher Weise wahrnehmen kann.
- 👉 Stellen Sie dar, was die Gegenleistung für das Sponsoring ist und welche Vermarktungschancen für den Sponsor gegeben sind.  
Checkliste: Werbemittel → Siehe Anhang 2 + Link:  
[http://www.bso.or.at/fileadmin/Inhalte/Dokumente/Sponsoring/Sportsponsoring\\_Download3-Checkliste-Werbemittel.pdf](http://www.bso.or.at/fileadmin/Inhalte/Dokumente/Sponsoring/Sportsponsoring_Download3-Checkliste-Werbemittel.pdf)
- 👉 Bestimmen Sie mit Hilfe nachprüfbarer Kriterien einen marktgerechten Preis. Stellen Sie dar, welchen Gegenwert in Euro die einzelnen Leistungen, die Ihr Verein dem Sponsor bieten kann, haben.
- 👉 Bieten Sie mindestens zwei unterschiedliche Sponsoring-Pakete an, aus welchen das Unternehmen wählen kann, bzw. stellen Sie unterschiedliche Möglichkeiten dar.
- 👉 Ein Bild sagt mehr als tausend Worte – Visualisieren Sie Ihr Angebot.
- 👉 Handelt Sie allgemeine Bedingungen aus, wie z.B. die Laufzeit des Sponsoring-Vertrags.
- 👉 Vereinbaren Sie Art und Umfang der werblichen Präsenz, die Platzierung der Werbemittel und in welcher Form der Sponsor Drucksachen, Webseiten etc., auf denen der Sponsor dargestellt wird, freigeben muss.
- 👉 Informieren Sie den Sponsor über mögliche weitere Sponsoren und vereinbaren Sie eine Hierarchie (Titel-, Haupt-, Co-Sponsor, Medienpartner, Offizielle Ausrüster etc.).
- 👉 Schließen Sie einen schriftlichen Vertrag ab, in welchem die Ziele, Leistungen und Maßnahmen beschrieben werden.
- 👉 Denken Sie auch daran, dass mit einem Sponsoringvertrag auch Risiken verbunden sein können: Abhängigkeit vom sportlichen Erfolg, Gefahr des totalen Ausfalls (z.B. Wetterbedingte Absage von Veranstaltungen), starke Verbindung mit EinzelsportlerInnen, Abhängigkeit von Medienberichterstattung (z.B. Bande wird nicht eingeblendet).

## Während und nach dem Sponsoring

- 👉 Halten Sie Sponsorenabsprachen ein und vereinbaren Sie Änderungen (beiderseitig) in schriftlicher Form.
- 👉 Halten Sie regelmäßig Kontakt zum Sponsor. Vereinbaren Sie AnsprechpartnerInnen und berichten Sie in vereinbarten Intervallen zu Ihren Tätigkeiten, organisieren Sie Sponsorentreffen, senden Sie Belegexemplare und Clippings, laden Sie den Sponsor zu Veranstaltungen ein.
- 👉 Dokumentieren Sie Ihre Aktivitäten und umgesetzten Maßnahmen durch Fotos, Belegexemplare, Statistiken zu BesucherInnen, Presseclippings, Screenshots etc.
- 👉 Nutzen Sie nach dem Ablauf des Sponsoring eine Nachbesprechung mit dem Sponsor zur Kontaktpflege und um Verbesserungsvorschläge gemeinsam zu erarbeiten, übergeben Sie eine Dokumentationsmappe, und weisen Sie auf Ihre nächsten Aktivitäten hin.

Weitere Informationen: [www.bso.or.at/sponsoring](http://www.bso.or.at/sponsoring)

### Anhang 3: Sportsponsoring: Checkliste Werbemittel

- ✓ Platzieren Sie das Logo des Sponsors in angemessener Weise z.B. im Web 2.0, in Ihrer Vereinszeitschrift, bei Aussendungen, am Vereinsgelände, auf Eintrittskarten.
- ✓ Drucken Sie das Logo des Sponsors auf Bekleidungen (z.B. Trikots, Startnummern). Nutzen Sie Banden- und Spielflächenwerbung und seien Sie sich des Vorteils bewusst, dass trotz relativ geringer Anschaffungskosten die Werbepräsenz recht groß ist.
- ✓ Nutzen Sie Anzeigentafel, Bildwände, Ankündigungsplakate, den Schaukasten des Vereins, Displays, Fahnen um den Sponsor am Vereinsgelände oder bei Veranstaltungen zu präsentieren.
- ✓ Platzieren Sie Großwerbemittel des Sponsors (z.B. Blow-Ups, Inflatables, Roll-Ups, Mittelkreisaufleger)
- ✓ Nutzen Sie die Möglichkeiten des Web 2.0, um den Sponsor zu präsentieren (z.B. Logo, Bericht, Foto, Link, Pop-Up): Vereins-Website, Internet-Werbung, Communities, E-Mail-Aussendungen, Social Media.
- ✓ Drucken Sie das Logo auf das Mannschafts-Foto/ -Poster oder legen Sie ein Banner auf.
- ✓ Bieten Sie die Möglichkeit von Anzeigenwerbung oder der Beilage von Informationmaterial in Ihren Publikationen.
- ✓ Nutzen Sie Lautsprecherdurchsagen bei Matches oder Veranstaltungen, um den Sponsor zu erwähnen, ihm zu danken oder Produkte/ Dienstleistungen anzukündigen.
- ✓ Erwähnen Sie den Sponsor in Pressemitteilungen über Aktivitäten des Vereins, Veranstaltungen, Wettkampfergebnisse etc. und stellen Sie einen Bezug her zwischen dem Inhalt der Mitteilung und dem Sponsor.
- ✓ Nennen Sie den Sponsor in Ihrer Medienberichterstattung, z.B. Ankündigung und Nachberichte von Veranstaltungen. Für den Sponsor ist hier der Vorteil, dass er im redaktionellen Teil genannt wird und keine Anzeige gezahlt werden muss.
- ✓ Platzieren Sie Produkte des Sponsors am Vereinsgelände oder bei Veranstaltungen (Product Placement).
- ✓ Benennen Sie den Verein oder einzelne Veranstaltungen nach dem Sponsor, vergeben Sie Namensrechte und Titelsponsoring.
- ✓ Vergeben Sie Nutzungsrechte (z.B. Lizenzen) bei Veranstaltungen.
- ✓ Haben Sie ein Vereinsfahrzeug, gestalten Sie dieses mit dem Logo oder einem Schriftzug des Sponsors und stellen Sie so eine fahrende Litfaßsäule zur Verfügung.

- ✓ Bieten Sie Sponsoring mit Testimonials an und lassen Sie eine/n SportlerIn zum Gesicht des Unternehmens-Produkts werden.
- ✓ Bieten Sie Autogrammstunden mit einzelnen SportlerInnen im Rahmen von Veranstaltungen des Sponsors an.
- ✓ Binden Sie den Sponsor in unterschiedliche Aktivitäten des Vereins bzw. im Rahmen von Veranstaltungen ein, wie z.B. Pressekonferenzen, Siegerehrungen, Empfänge.
- ✓ Laden Sie den Sponsor, MitarbeiterInnen des Unternehmens und Partner in Sponsoren-Zelte, VIP-Bereiche und Ehrenlogen bei Veranstaltungen und Wettkämpfen ein. Gründen Sie einen Business-Club. Veranstalten Sie exklusive Sponsoren-Veranstaltungen (für Kunden, Gäste, MitarbeiterInnen des Sponsors).
- ✓ Organisieren Sie Verlosungen oder Preisausschreiben z.B. bei Vereinsfesten oder über Ihren Newsletter und bieten so dem Sponsor die Gelegenheit, seine Produkte an die Zielgruppe zu bringen. Des Weiteren kann der Sponsor seine Produkte oder Dienstleistungen über Gutscheine, Promotionen, Messen/ Ausstellungen, Vorführungen/ Präsentationen im Rahmen von Vereinsaktivitäten darstellen.
- ✓ Laden Sie die MitarbeiterInnen des Sponsors/ des Unternehmens zu einem Betriebsausflug auf Ihre Sportanlage ein und bieten Sie die Möglichkeit die Sportart auszuprobieren!

Weitere Informationen: [www.bso.or.at/sponsoring](http://www.bso.or.at/sponsoring)