

«Zielgruppe, Partnerschaft, Storytelling»

Bericht zum NLZ NWS Sponsoring Workshop, von Selina von Jackowski

Am Samstag, 11. März 2023, veranstaltete der NLZ NWS einen Sponsoring Workshop in Zusammenarbeit mit der Europäische Sponsoring Börse (ESB). Nach kurzer Zusammenfassung des Projektes «Vision 2024/28» durch NLZ NWS Leiter Alain Wisslé, stellte sich der ESB Geschäftsführer, Hans-Willy Brockes, den Athleten/-innen vor.

Ziel des Workshops war es, folgende Themen und Fragen zu besprechen und zu beantworten:

- Was wollen Sponsoren?
- Was kann ich ihnen als Gegenleistung anbieten?
- Wie findet man Sponsoren?
- Wie kommuniziert man mit Sponsoren?

Sponsoren wollen:

- Bekanntheit erlangen,
- Corporate Social Responsibility pflegen,
- Umsatz erzielen,
- Kundenkontakt pflegen,
- Produkte werben und
- Mitarbeiter/-innen motivieren.

Was kann ich, der Athlet/die Athletin als Gegenleistung anbieten?

Wir mussten zu diesem Thema unsere Stärken aufschreiben, welche Zielgruppe wir dem Sponsor anbieten können, was unsere Reichweite auf unseren Social Media Plattformen und unsere «Story» ist, und wie wir als Athlet/-in Sponsoren helfen können, ihre Ziele zu erreichen.

Wie findet man Sponsoren?

Es gab viele Infos zur Erstellung einer persönlichen Sponsoring-Strategie. Jeder von uns musste folgende Fragen beantworten: Welcher Sponsor passt zu mir? Welches Unternehmen unterstütze ich? Mit welchem Unternehmen assoziiere ich Positives? Welche Produkte finde ich gut?

Wie kommuniziert man mit Sponsoren?

Beim Kommunizieren mit Sponsoren war die Kernaussage «habe keine Angst vor Grösse». Viele von uns denken immer, man soll klein anfangen und sich nach und nach grössere Sponsoren suchen. Hans-Willy Brockes meinte jedoch, man soll gross denken. Grosse Sponsoren ermöglichen oft neue Partnerschaften mit kleineren Unternehmen, andersherum ist es schwieriger. Den Kontakt müssen wir als Athlet/-in aktiv herstellen, denn sportlicher Erfolg führt nur selten direkt zu einem Sponsoring Vertrag. Wer mit möglichen Sponsoren Kontakt aufnimmt, sollte sich vorab genau das Unternehmen anschauen, recherchieren welche anderen Athleten/-innen oder Projekte schon unterstützt werden und die persönliche Sponsoring-Mappe genau auf dieses Unternehmen abstimmen. Wichtig ist in dieser Hinsicht

aber immer, nur die Unternehmen zu kontaktieren und nur so viel zu investieren, wie man möchte.

Ich persönlich fand den Workshop sehr hilfreich. Ich habe gelernt, dass Sponsoring nicht einfach ist, viel Zeit, Selbstvertrauen, Übung und Engagement braucht. Die sechs Stunden waren einerseits lang, aber andererseits nach notwendig, um genug Zeit zu haben, sich mit dem Thema gezielt auseinanderzusetzen, Fragen zu stellen, Abläufe zu üben und den ganzen Erwerbsprozess Schritt für Schritt durchzugehen. Ich bin dankbar für die neu gewonnenen Tools und Tipps. Ich habe auch einige Athleten/-innen um ein kurzes Feedback zum Event gebeten. Ein Teil der Befragten fanden den Workshop sehr motivierend. Andere fanden, dass er hauptsächlich für junge Sportler/-innen hilfreich war, die sich zum ersten Mal mit dem Thema beschäftigen.

Fazit:

Ein langer Tag mit sehr vielen und wichtigen Erkenntnissen. Wer weiss, welchen Athlet oder Athletin wir bald auf Sponsoring-Plaketten in Basel zu sehen bekommen!