

Bringen Sie sich ins Gespräch und machen Sie sich inter...

[bringen-sie-sich-ins-gespraech-und-machen-sie-sich-interessant-13821-1](#)

Author : kahofmann

Published: January 5, 2009, 7:06 pm

Viele Unternehmen unterstützen Vereine und Projekte im Umfeld ihrer Firma. Mit der richtigen Strategie und Ideen können sie dabei schon mit wenig Geld viel erreichen.

Vier von zehn Deutschen bevorzugen bei Ihren Einkäufen einen regionalen Sponsor. Trotzdem sind gerade kleine Unternehmen oft enttäuscht, wenn es um den direkten Ertrag ihrer Sponsoringaktivitäten geht. Sie klagen, dass ihnen dieses Engagement keine zusätzlichen Kunden gebracht hat.

Woran liegt das? Ein wesentlicher Grund ist sicher, dass häufig die klare Zielsetzung und Strategie schon bei der Partnerwahl fehlt. Eine Entscheidung für eine Sponsoringzusammenarbeit wird oftmals aus Sympathie geschlossen, oder weil man jemand im Verein kennt.

Sie sollten sich jedoch Fragen, ob Sie Ihre Zielgruppe so überhaupt erreichen. Sind ihre Kunden aus Ihrem Ort oder haben Sie Ihr Einzugsgebiet auch über z.B. den Internethandel überregional? Wollen Sie Kunden werben, sich für Mitarbeiter oder Azubis interessant machen oder Ihre Bekanntheit positiv erhöhen?

Wenn beispielsweise Familien oder Kinder Ihre Zielgruppe sind, dann ist der klassische Sportverein ein geeigneter Partner. z.B. T-Shirts mit Ihrem Logo kommen auch in der Freizeit gerne zum Einsatz und hinterlassen gerade in kleineren Orten einen prägenden Eindruck und sind in der Anschaffung günstiger als Trikots.

~~Tue Gutes und sprich darüber- auch in der Presse:~~

~~Vereinbaren Sie mit dem Verein einen persönlichen Termin zur Übergabe Ihrer Leistung. Fragen Sie, ob ein Fest oder eine Sitzung des Vereins ansteht und Sie können Ihren Beitrag persönlich übergeben. So hinterlassen Sie einen bleibenden Eindruck. Denken Sie daran auch Flyer und Visitenkarten mitzunehmen.~~

~~Die meisten Vereine haben in der örtlichen Presse einen festen Platz. Sprechen Sie mit dem Verein, um dort genannt zu werden. Der Vorteil solch einer PR-Aktion liegt nicht nur darin, dass ein Abdruck im redaktionellen Teil kostenlos ist - er ist auch wesentlich glaubwürdiger als eine Werbeanzeige.~~

~~Übrigens: Im Verhältnis zu den Kosten klassischer Werbeanzeigen ist Sponsoring sehr kostengünstig und effektiv.~~

~~Sponsoring ist eine sympathische Form der Werbung, die meist auf eine mittelfristige Partnerschaft hinausläuft. Mit der richtigen Strategie, speziell auf Sie zugeschnitten und professionell umgesetzt, lässt sich mit einem kleinen Budget große Wirkung erzielen. Dies ist das Expertengebiet von KMU-kreative Marketingunterstützung Katja Hofmann.~~

~~Die Autorin, Gastdozentin an der Uni, Beraterin und Unternehmensinhaberin der KMU und COAK, studiert seit über 12 Jahren in der Praxis Unternehmen, die Sponsoring betrieben mit Vereinen und Organisationen. Im Laufe der Jahre hat sie ein eigenes Sponsoring-Konzept für kleine und mittelständische Unternehmen entwickelt: " Die 7 Grundlagen des klugen KMU-Sponsorings", die mit kleinem Aufwand große Wirkung erzielen.~~

~~Und so übernehmen Unternehmen nicht nur soziale Verantwortung für die Region, sondern machen Sponsoring zu einem lohnenden Geschäft auf Gegenseitigkeit.~~

~~Katja Hofmann~~

~~KMU-kreative Marketingunterstützung, Filderstadt.~~

~~www.kmu-hofmann.de~~