

Akquisition von Sponsoren

Medienkooperationen: Medien als Sponsor des Sportvereins!

Eine Tageszeitung, ein Radiosender, ein Onlinemedium oder gar ein TV-Sender als Sponsor? Warum nicht? Auch Medien sind als Sponsoren aktiv und sollten daher im Fokus der Akquisitionsbemühungen von Sportvereinen stehen.

Im Rahmen einer Sponsoringpartnerschaft (auch: Medienkooperation) wird zwischen Sportverein und Medienpartner eine Zusammenarbeit vertraglich vereinbart. Der Medienpartner verpflichtet sich, über das normale Maß hinaus vom Verein oder seiner Veranstaltung zu berichten und Werbung dafür zu machen. Der Verein erzielt dadurch einen medialen Mehrwert, der über die normale redaktionelle Berichterstattung hinausgeht.

Wie auch sonst beim Sponsoring werden bei Medienkooperationen Leistungen im gegenseitigen Austausch erbracht.

1.) Leistungen eines Medienpartners (die unabhängig von der Mediengattung erbracht werden können):

- Kontinuierliche Berichterstattung/redaktionelle Beiträge
- Gewinnspiele und Verlosungen
- Vertrieb von Tickets für Veranstaltungen des Sportvereins
- Logoeinbindung des Sportvereins auf der Internetseite des Medienpartners und Link auf die Vereins-Homepage
- Werbung für den Verein (z.B. in Form eines Banners) auf der Internetseite des Medienpartners und Link auf die Vereins-Homepage
- Werbung für den gesponserten Sportverein in den Geschäftsräumen des Medienpartners (z.B. Aushang von Plakaten oder Auslage von Flyern)
- Kommunikation im Firmenintranet

Praxisbeispiele:

Die Berliner Tagesspiegel ist seit 2019 offizieller Medienpartner beim Berlin Marathon. Im direkten Nachgang der Veranstaltung wird eine Sonderbeilage im Tagesspiegel veröffentlicht.

2.) Leistungen des Sportvereins:

- Einräumung des Rechts, sich „Offizieller Medienpartner“ bezeichnen zu dürfen
- Einbindung des Logos des Medienpartners auf Drucksachen (z.B. Veranstaltungsplakate oder Eintrittskarten)
- Bereitstellung von Eintrittskarten (kann der Medienpartner für Verlosungen und zur Weitergabe an Geschäftsfreunde sowie Mitarbeiter nutzen)
- Logoeinbindung des Medienpartners auf der Vereins-Website
- Bannerwerbung auf der Vereins-Internetseite
- Werbebanden, Fahnen etc. des Medienpartners bei einer gesponserten Veranstaltung
- Anzeigenschaltungen und redaktionelle Beiträge über den Medienpartner in Vereinspublikationen (z.B. Vereinszeitung, Programmheft, Jubiläumsschrift, Newsletter)
- Abstellung von Sportlern oder Trainern für Exklusiv-Interviews
- Durchführung einer Pressekonferenz bzw. PR-Aktion gemeinsam mit dem Medienpartner
- Infostand, eigene Showbühne, Lounge etc. des Medienpartners bei einer Vereinsveranstaltung
- Einräumung des Rechts, eine Promotionaktion (z.B. Verteilen einer Tageszeitung und/oder von Werbematerialien) bei einer gesponserten Veranstaltung durchzuführen
- Einrichtung einer fixen Rubrik „Medienpartner X präsentiert...“ in einer Vereinspublikation oder im Rahmen der Veranstaltung (z.B. „Medienpartner X zeichnet den Spieler des Spiels aus“)
- Einbindung/Nennung des Medienpartners in Social Media-Posts des Vereins (Facebook, WhatsApp, Instagram & Co.)
- Einbindung des Medienpartners in eine [Vereins-App](#)

Detaillierte Informationen, welche konkreten Leistungen elektronische bzw. Printmedien im Rahmen einer Sponsoringkooperation erbringen können, finden Sie hier:

[Elektronische Medien als Medienpartner](#)

[Printmedien als Medienpartner](#)