

Sponsoring-Erfolgskontrollen

Grundlagen der Sponsoringkontrolle: Ohne Kontrolle - keine Kontrolle!

Zum professionellen [Sponsoring-Management](#) gehört die Durchführung von Sponsoringkontrollen.

1.) Wann sollten Sponsoringkontrollen durchgeführt werden?

Sponsoringkontrolluntersuchungen sollten in regelmäßigen Abständen durchgeführt werden. In jedem Fall nach Abschluss eines Sponsoringprojektes.

2.) Warum sind Sponsoringkontrollen so wichtig?

Sponsoringkontrollen zeigen auf, ob die vom Verein angestrebten [Sponsoringziele](#) erreicht wurden oder nicht.

Außerdem kann der Verein prüfen, ob der Sponsor mit der Umsetzung des Sponsoringprojektes zufrieden war und seine Sponsoringziele erreicht hat.

Durch die Sponsoringkontrolle werden Schwachstellen und Fehlerquellen sichtbar gemacht. Diese können bei der Fortführung des Sponsoringprojektes berücksichtigt und vermieden werden.

Die Bereitstellung von Ergebnissen einer Sponsoringkontrolluntersuchung gehört zur adäquaten Betreuung des Sponsors.

Mit positiven Ergebnissen einer Sponsoringkontrolle kann man seinem Sponsor dokumentieren, dass er sein Geld gut investiert hat. Außerdem können die Ergebnisse für zukünftige Sponsorenakquisitionen genutzt werden.

3.) Welche Sponsoringkontrollen sind durchzuführen?

- **Dokumentation der Medienresonanz (Print, Online, Social Media, Fernsehen, Radio)**
 - Wurde über das Sponsoringprojekt berichtet?
 - Wurden Sponsoren genannt?
 - Wieviele Kontakte (Leser, Nutzer von Internetseiten, Follower/Fans von Social Media-Präsenzen, TV-Zuschauer, Radiohörer) wurden erreicht?
 - Wie ist die Qualität der Kontakte? Wurden die für den Sponsor bzw. Sportverein relevanten Zielgruppen erreicht?
 - Liegen Zeitungsausschnitte, Bildschirmkopien von Internetseiten und Social Media-

Präsenzen, TV-Mitschnitte, Hörfunkmitschnitte vor?

- **Erfassung der Zuschaueranzahl und Mitglieder-/Teilnehmerzahl**

- **Überprüfung der vertragsgemäßen Umsetzung der Leistungen von Sponsor und Sportverein**
 - Wurden die Leistungen vom Sponsor vertragsgemäß erbracht?
 - Hat der [Sportverein seine Vertragspflichten](#) erfüllt?

- **Zusammenarbeit mit den Partnern**
 - Wie gut/schlecht war die Kooperation mit den Sponsoren?
 - Wie war die Zusammenarbeit mit den Medien(vertretern)?
 - Haben an der Umsetzung des Projektes beteiligte [Agenturen](#) ihre Aufgaben erfüllt?
 - Wie war die Zusammenarbeit mit sonstigen externen Dienstleistern (z.B. Caterer, der die Versorgung des VIP-Bereichs übernommen hat)?

- **Gestaltung und Platzierung der eingesetzten Werbemittel und Drucksachen**
 - Waren die eingesetzten Werbemittel (z.B. Banden) hinsichtlich ihrer Gestaltung (Sichtbarkeit für Zuschauer) und Platzierung (Medienpräsenz) geeignet?
 - Sind die Sponsoren angemessen auf allen Drucksachen berücksichtigt worden?
 - Liegen alle Drucksachen vor, in denen Sponsoren eingebunden wurden? Gibt es eine ausreichende Zahl von Belegexemplaren?

- **Kontrolle der Sponsoren-Zufriedenheit**
 - Wurden die Werbe- und PR-Maßnahmen zur Zufriedenheit der Sponsoren abgewickelt?
 - Erfolgte die Betreuung der Sponsoren zu deren Zufriedenheit?
 - Haben die Sponsoren [Verbesserungsvorschläge](#)?

- [Sponsoringbetrag](#)

- Welchen Wert hat das Sponsoringprojekt?
- Muss der Sponsoringbetrag veränderten Marktbedingungen angepasst werden?

- Zuschauerreaktionen
 - Auf welchen Werbemitteln haben Zuschauer vor Ort, Vereinsmitglieder oder TV-Zuschauer Sponsoren wahrgenommen?
 - Wie empfinden Zuschauer/Vereinsmitglieder/Teilnehmer den Auftritt der Sponsoren?