

2.1.11. Kostenplan

Ressourcen / Budget checken und festlegen

- ➔ Geldmittel
- ➔ Sachmittel
- ➔ Personelle Unterstützung
- ➔ Kosten für Miete / evt. Transporte ermitteln
- ➔ Wann und wie viel (inkl. Gesamtkostenaufstellung)
- ➔ Unbedingt darauf achten, dass die geplanten Kosten nicht überschritten werden

2.1.12. Sponsoring

Sponsoren sind für Eure Veranstaltung von hoher Bedeutung. Sie geben Euch größeren finanziellen Spielraum und lassen die Veranstaltung professioneller wirken. Es gibt mehrere Möglichkeiten des Sponsorings, wie generelle finanzielle Unterstützung der Veranstaltung durch den Sponsor, Übernahme einzelner Kostenpunkte oder Aktivitäten für die Veranstaltung seitens des Sponsors, bis hin zur Stiftung von Preisen und Produktpenden. Dabei solltet Ihr bereits vor der Suche geeigneter Partner einige Dinge beachten:

- ➔ Dieses Gespräch sollte rechtzeitig vor dem Event erfolgen. Manche Firmen planen ihr Budget über längere Zeiträume. Ihr müsst klären und möglichst schriftlich festlegen, welche Leistungen Ihr dem Partner anbieten könnt.
- ➔ Überlegt Euch auch, welche konkreten Vorteile der potentielle Sponsor aus den angebotenen Leistungen ziehen kann. Das ist wichtig, damit Ihr später auf Fragen und Zweifel des Sponsors schnell und überzeugend reagieren können. Klärt vorab, welche der Leistungen Ihr wem anbieten wollt, und wie viele Partner Ihr maximal in welchem Bereich zulassen wollt. So vermeidet Ihr es, Werbeflächen und ähnliches mehrfach zu vergeben.
- ➔ Es gibt viele Möglichkeiten, was Ihr dem Sponsor anbieten könnt. Zum Beispiel könnt Ihr die Landeflächen beim Event mit Werbebannern umgrenzen. Die meisten

Firmen haben solche Banner mit ihrem Logo und Werbebotschaften, so dass sie diese meist nicht extra herstellen müssen. Das Logo eines Sponsors kann zum Beispiel auf Plakaten, Handzetteln und Werbeschildern vor der Veranstaltung abgedruckt werden, sowie während der Veranstaltung auf Programmheften und Preislisten erwähnt werden. Bei Produktpenden ist es selbstverständlich, dass der Name des Sponsors bei Preisvergaben und ähnlichem genannt wird.

- ➔ Nachdem Ihr ausgelotet habt, was Ihr dem möglichen Partner anbieten könnt, müsst Ihr festlegen, was Ihr dafür erwartet. Wie viel Geld verlangt Ihr für die Werbung, die Ihr anbietet, oder welche Leistungen soll der Sponsor konkret für Euch erbringen. Die Angaben müssen von Anfang an klar und verbindlich sein. Verhandeln könnt Ihr bei Interesse an der Veranstaltung seitens des Sponsors immer noch. Legt dabei die Preise an das obere Ende Eurer Erwartungen, aber bleibt im Rahmen des realistischen. Ihr werdet im Gespräch schnell merken, wenn Eure Preisvorstellungen im konkreten Fall zu hoch waren, und könnt dann immer noch korrigieren. Wenn Ihr jedoch im Gespräch merken solltet, dass der Sponsor zu mehr bereit gewesen wäre, ist es schwierig nachzubessern.



Beispiel

- ➔ Legt weiterhin noch vor Kontaktaufnahme mit möglichen Partnern fest, wie Ihr auftreten wollt. Wer soll primärer Ansprechpartner sein und welchen Entscheidungsspielraum hat er? Mit wem werden am Ende Verträge abgeschlossen?
- ➔ Überlegt, welche Kontakte zu Firmen und Betrieben Ihr bereits habt. Persönliche Beziehungen Einzelner sind oft besonders hilfreich und müssen unbedingt genutzt werden. Denkt dabei in alle Richtungen, Vereinsmitglieder, Freunde und Bekannte können über ihren Arbeitsplatz Verbindungen herstellen, die Ihr selbst direkt gar nicht knüpfen könntet. Meist sind solche Kontakte fruchtbarer als ein direkter Anruf bei den Zuständigen.
- ➔ Erstellt anschließend eine Kontaktliste, in der Ihr überlegt, wen Ihr gerne als Sponsor für Eure Veranstaltung hättet. Wer würde besonders gut zur Art der Veranstaltung passen und warum? Berücksichtigt dabei besonders auch regionale Firmen, die ein Interesse an der Region haben und einen höheren Vorteil durch direkte Werbung aus der Partnerschaft ziehen.
- ➔ Sucht Euch dann die benötigten Adressen und Kontaktpersonen der Firmen heraus. Hierbei kann das Internet eine große Hilfe sein. Stellt nun alle bisher gesammelten Erkenntnisse zusammen. Überlegt Euch, was Ihr dem Gegenüber wie sagen wollt. Denkt dabei auch daran, Euch selbst vorzustellen und Euch und Eure Veranstaltung ins beste Licht zu rücken. Ihr müsst zuerst einmal für Euch selbst Werbung machen. Haltet das jedoch knapp und präzise, seid selbstbewusst und überzeugend. Macht keine langen Ausführungen, sondern erklärt direkt, was Ihr erreichen wollt.

- ➔ Bereitet Informationsmaterial vor, da sich kaum eine Firma sofort entscheiden wird. Erstellt Euer Informationsmaterial möglichst in gedruckter und digitaler Form, um es sowohl per Post als auch als E-Mail versenden zu können. Die meisten der angesprochenen Kontaktpersonen in den Firmen und Geschäften sind nicht alleinige Entscheidungsträger, deshalb ist es für diese und somit für Euren Erfolg hilfreich, wenn Ihr Material habt, welches zur Entscheidungsfindung beiträgt.

NOTIZEN / KONTAKTE

- ➔ Die tatsächliche Kontaktaufnahme braucht dann vor allem Geduld. Habt dabei Eure Unterlagen immer zur Hand, um schnell und sicher auf Fragen reagieren zu können! Stellt sicher, dass Ihr auch wirklich mit dem Zuständigen sprecht. Gebt nicht zu schnell auf. Es braucht oft schon mehrere Anrufe, um überhaupt den Zuständigen zu erreichen.
- ➔ Habt Ihr Interesse geweckt, nehmt so bald wie möglich persönlichen Kontakt auf. Bringt Material wie Plakatvordrucke und ähnliches immer mit, um den Firmen etwas dalassen zu können. Ihr werdet wahrscheinlich noch keine direkte Zusage bekommen. Deshalb braucht Ihr etwas, das Ihr dem Zuständigen auf dem Schreibtisch lassen könnt, um nicht in Vergessenheit zu geraten.
- ➔ Ist es zu einer Einigung gekommen, haltet alle Abmachungen schriftlich fest. Dabei sollten die von beiden Seiten zu erbringende Leistungen möglichst genau beschrieben werden, um später keine Missverständnisse aufkommen zu lassen. In den meisten Fällen genügt hierfür ein einfacher einseitiger Vertrag.
- ➔ Denkt daran, nach der Veranstaltung euren Partnern zu danken, und die Kontakte für eventuell folgende Veranstaltungen zu erhalten.

NOTIZEN / KONTAKTE