Sponsoring-Grundlagen

Auswahl einer Sponsoringagentur: So findet man die richtige Agentur!

Ihr Sportverein stößt beim Sponsoring personell an seine Grenzen? Dem Sportverein fehlt das Know-how, ein Sponsoringprojekt professionell abzuwickeln? Wenn ja, dann kann eine Zusammenarbeit mit einer Sponsoringagentur Sinn machen.

Listen Sie zunächst die möglichen Vor- und Nachteile einer Zusammenarbeit auf und wägen diese miteinander ab.

Gehen Sie dann strukturiert bei der Auswahl Ihres Agenturpartners vor.

Welche Schritte sollten man bei der Auswahl einer Sponsoringagentur durchlaufen?

- **Schritt 1:** Der Sportverein muss analysieren, welche Tätigkeiten im Zusammenhang mit einem Sponsoringprojekt von ihm nicht oder nur unzureichend erledigt werden können.
- **Schritt 2:** Der Sportverein muss festlegen, welche Dienstleistungen die Agentur für ihn erbringen soll.
- **Schritt 3:** Bestimmung der Qualifikationen, die die Agentur mitbringen muss.
- **Schritt 4:** Erfassung der "Schlüsselqualifikationen" in einem Anforderungskatalog (s.u.).
- **Schritt 5:** Durch Vorabkontakt klären, ob für die Agentur eine Zusammenarbeit in Frage kommt.
- **Schritt 6:** Einholung von schriftlichen Angeboten (ggf. einen Präsentationstermin mit den Agenturen vereinbaren, wenn es um die Erstellung und Umsetzung ganzer Konzeptionen geht).
- **Schritt 7:** Bewertung und Auswahl der Angebote.
- **Schritt 8:** Schriftlicher Vertrag mit der ausgewählten Agentur.

Die folgenden Kriterien sollten Sie bei der Auswahl der Sponsoringagentur heranziehen:

- Hat die Agentur umfangreiche Erfahrungen im Sponsoringbereich?
- Verfügt die Agentur über Kontakte zu potenziellen Sponsoren?
- Kann die Agentur Erfolge bei der Sponsorenakquisition vorweisen?
- Wie sieht es mit Medienkontakten aus?
- Bietet die Agentur einen umfassenden Service = „Full Service“? (Allgemeine Beratungsleistungen, Abwicklung der Sponsorenakquisition und -betreuung, Übernahme der Produktion von Drucksachen, Sponsoringkontrolle etc.)

- Sind die Agentur und deren Mitarbeiter seriös und glaubwürdig?
- Welche Stärken und Schwächen hat die Agentur?
- Wie sieht es mit der Termintreue der Agentur aus?
- Bietet die Agentur eine kreative und individuelle Beratung?
- Welche Referenzen kann die Agentur vorweisen?
- Bietet die Agentur eine objektive Beratung ohne spezifische Vermarktungsinteressen?
- Welche Kunden hat die Agentur?
- Welche Sponsoringprojekte hat die Agentur bisher und wie erfolgreich vermarktet?
- Was für einen Ruf hat die Agentur in der Sponsoringbranche?
- Entsprechen die Agenturhonorare bzw. -provisionen marktüblichen Konditionen?
- Stimmt die Chemie mit den Ansprechpartnern auf Agenturseite?