

## Definition

Unter Sponsoring versteht man die Förderung von Einzelpersonen oder Menschengruppen, Organisationen oder Veranstaltungen, in Form von Geld-, Sach- und Dienstleistungen mit der Erwartung, eine Gegenleistung zu erhalten, welche die eigenen Marketingziele unterstützt.

## Abgrenzung

Anders als beim reinen Mäzenatentum, bei dem keine direkte ökonomische Nutzenerwartung vorherrscht, wird von der gesponserten Partei eine Reihe von konkret definierten Leistungen und Nutzungsrechten angeboten. In Abgrenzung zu einem echten Leistungsaustausch, bei dem Leistung und Gegenleistung einander gleichwertig gegenüberstehen, liegt dem Sponsoring eine gewisse Förderabsicht zugrunde. Das moderne Sponsoring geht weit über die reine Präsentation von Firmenlogos und -marken oder die Einbindung in die Werbung des Sponsors hinaus. Das Sponsoring hat sich in den vergangenen Jahren vor allem in den Bereichen von Sport, Kultur und Soziales erheblich professionalisiert.

Unter dem Begriff der passiven Duldung billigt der Gesponserte die kommunikative Nutzung des Projektes, seiner Person, Institution oder Gruppe. Die wechselseitigen, zumeist vertraglich vereinbarten Beziehungen werden als Sponsoring bezeichnet. Das mit dem öffentlichen Interesse verbundene Image (auch Sympathie), welches dem Gesponserten entgegen gebracht wird, soll für den Sponsor von Nutzen in Marketing und Kommunikation sein (Imagetransfer). Sponsoring unterstützt und ergänzt andere Kommunikationsinstrumente des Unternehmens.

Zahlreiche Gegenleistungen machen das Sponsoring von Sport, Umwelt, Kultur oder sozialen Projekten für Unternehmen interessant: Einbindung in die Unternehmenskommunikation, Lobbying-Prozesse, Werbung, Marketing-Massnahmen und Beziehungsarbeit (PR). Am wichtigsten wird aber oft der Kontakt zu potenziellen Geschäftskunden (Schlüsselpersonen) sowie zur Zielgruppe bewertet. Dennoch sollte dabei beachtet werden, dass es sich beim Verkauf von Dienstleistungen, die eine Win-win-Situation für beide Geschäftspartner darstellen, nicht immer um Sponsoring handelt.

## Vorteile

- Ansprache und Kontaktpflege der Zielgruppe(n) in nicht-kommerziellen Situationen
- Image der Person oder Gruppe kann für Unternehmenszwecke genutzt bzw. auf das Image des Sponsors (Clientis Biene Bank im Rheintal mitsamt Produkten und Dienstleistungen) transferiert und für eigene Kommunikations-Ziele genutzt werden
- Sponsoring bietet oft höhere Kontaktqualität als klassische Kommunikation
- Zielgruppen ansprechen, die mit klassischer Kommunikation nicht erreicht werden
- Möglichkeit, Kommunikationsbarrieren zu umgehen (Werbeverbot; Vorsicht bei Alkohol und Tabak)
- Massenmedien können als Multiplikator für Sponsoringbotschaften genutzt werden
- Steigerung des Bekanntheitsgrades und der Aktualität des Unternehmens
- Motivation der Mitarbeiter kann sich verbessern
- Unterstützung für Event-Marketing und Corporate Image-Massnahmen sowie PR-Politik

## Probleme und Herausforderungen des Sponsorings

- Unkalkulierbare Risiken (Dopingfälle bei Sportlern, schlechte Leistungen)
- Gefahr von negativen Reaktionen bei Nicht-Fans von gesponserten Mannschaften
- Übertragung eines unpassenden oder unerwünschten Images; Image-Affinität vorher prüfen
- Beanspruchung der eigenen Mitarbeitenden kann überstrapaziert werden und zu internen Widerständen führen

## Sponsoring-Formen

buy	Sponsor engagiert sich ausnahmsweise lediglich mit finanziellen Mitteln
make	Schaffung einer eigenen Erlebniswelt, Sicherung sämtlicher Marketingrechte
make & buy	Klassische Sponsoring-Partnerschaft, Tauschprinzip
	Sponsor engagiert sich auch mit personellen und/oder sachlichen Ressourcen

## Kosten-Kalkulation

Ein Sponsoringengagement beschränkt sich nicht bloss auf den vereinbarten Sponsoringbetrag.  
Folgende Kostengruppen müssen kalkuliert werden:

- Vertragskosten: Sponsoringsumme
- Vermarktungskosten: Inszenierung und Visualisierung eigener Auftritt, PR, Werbung
- Betriebskosten: Personal, Strom, Spesen, Catering

### Clientis Biene Bank im Rheintal

Frau Andrea Egle  
Rorschacherstrasse 9  
9450 Altstätten  
Tel. 071 757 82 04  
[info@bienebank.clientis.ch](mailto:info@bienebank.clientis.ch)