

## Pressestimmen

### *Ein ganzes Paket von Gegenleistungen*

*Vereine lassen sich gern von Firmen finanziell unterstützen – allerdings sind Sponsoren nicht selbstlos*

Starnberg: Es gab Grund zum Jubeln für den Vorstand des Starnberger Sportvereins TSV 1880: Am Montag bekam Geschäftsführerin Carola Palm die Schlüssel für einen nagelneuen Ford Transit Neunsitzer überreicht. Wert: 50 000 Euro. Mit dem Kleinbus können nun vor allem Jugendmannschaften sicher und spritsparend zu Auswärtsspielen kutschiert werden. Eltern der jungen Sportler – sonst als Chauffeure im Dauereinsatz – sind dankbar. Seit Jahren wünschte sich der TSV 1880 ein eigenes Auto, doch Geld war keins da. 55 Sponsoren erfüllten den Traum jetzt. Für ihr finanzielles Engagement bekommen die Geschäftsleute ein ganzes Paket von Gegenleistungen. „Eine Win-Win-Situation“, wie TSV-1880-Vorstand und Ex-Landrat Heinrich Frey findet. Allerdings kann es beim Sponsoring auch zu Interessenkonflikten kommen.

Denn ein Sponsor ist eben nicht unbedingt ein selbstloser Mäzen. „Er will handfeste Resultate seines Engagements bei möglichst geringer Investition. Sie wollen möglichst viel Geld bei möglichst wenig Einmischung“, erklärt der Deutsche Sportbund interessierten Vereinen in seinen Hinweisen zum Sponsoring unter [www.ehrenamt-im-sport.de](http://www.ehrenamt-im-sport.de). Der Sponsor wolle in der Regel seine Bekanntheit steigern, für sein Produkt werben und/oder sein Image verbessern. Das kann er mit Geld- oder Sachspenden machen. Und zwar kurzfristig für Trikots, neue Geräte oder den Bau eines neuen Vereinsheims. Oder langfristig, etwa für eine kontinuierliche Nachwuchsförderung in einem Verein.

Damit Sponsoren und Verein gleichermaßen profitieren, rät der Sportbund, eine klare Strategie auszuarbeiten. Was soll gesponsert werden? Wie soll das Sponsoring aussehen? Wie viel Geld ist nötig? Und wann ist Schluss? Als professioneller Vermittler für Sponsoring unterstützt die Firma Brunner Mobil Werbung aus Böblingen seit 40 Jahren Einrichtungen und Vereine, darunter den VfB Stuttgart. Auch für das Sport-Mobil des Starnberger Breitensportvereins 1880 hat die Firma die Sponsoren aufgetan – 55 Unternehmer Vom Bioladen über einen Gautinger Klavierbauer bis zum Zahnarzt. Sie zahlen zwischen 2500 und 7000 Euro, präsentieren sich dafür fünf Jahre lang mit ihrem Firmenlogo auf dem Auto, dürfen aber auch abwechselnd mit ihren Produkten das Schaufenster der TSV-Geschäftsstelle dekorieren, ihre Flyer und Visitenkarten auslegen und sie sind im Jahresprogramm des Vereins abgedruckt. „Für uns rechnet sich das“, sagt die Starnberger Boutiquebesitzerin Renate Laumer, die sich über die 3000 Vereinsmitglieder einen größeren Bekanntheitsgrad erhofft. Der TSV wiederum bekommt den Wagen nach fünf Jahren ganz übertragen. „Darüber sind wir froh“, so Vorstand Frey bei der Übergabe, „denn wir sind ein armer Verein. „