**Sponsorater - de klassiske "barmhjertighedssponsorater".**

Der er ikke noget i vejen med "barmhjertighedssponsorater", men vær bevidst om, at de kun virker på målgruppen - se" kendetegn". Der kan være penge at hente for klubber her, som ikke i forvejen har sådanne sponsorer. Disse sponsorer giver måske ikke mange penge, men forventer heller ikke så meget til gengæld og lidt har også en betydning i klubben.

**Kendetegn:**

Lokal miljø, mindre erhvervsdrivende, goodwill, familie og venner - tidligere fægtere. Der forventes ikke noget eller ikke særlig meget til gengæld - og det gør jo opgaven lettere for klubben.

Til klubben: Udstyr, lidt penge, præmier (f.eks. de varer, firmaet sælger). Fra klubben: Logoeksponering, sponsorkamp, kamp - eller målaktier (touchésponsorering) ved en begivenhed.

**Breddesponsorater - Hvordan tjener virksomheder penge?**

Værd at overveje ved henvendelser til firmaer: Hvordan kan klubben tilbyde noget i forhold til, hvordan virksomheder tjener penge?

- Beholde kunder

- Skaffe nye kunder

- Opføre sig pænt, tage ansvar (lokalt - socialt) CSR "coorporate social responsibility.

- Er synlig.

- Er gode venner med naboer (profil).

- Gode, glade medabejdere.

Hvad kan klubben levere - social ansvarlighed, medarbejdertilbud, lokale kunder (medlemskreds), synlighed.....ect.?

Matcher sporten virksomhedsprofilen: Fordybelse, koncentration, fairplay, tolerance, vindermentalitet, målrettethed, præcision, hurtighed, m.m. Vis det.

B&U-arbejde: Handler også om socialisering, sunde vaner, indføring i demokrati, fremtiden - det vil et firma gerne identificeres med.

Forsøg at gøre klubbens aktiviteter synlige og salgbare. Der burde ligge nogle kroner i det. Det handler om langt flere medlemmer (kunder, produkter) end eliten og dens resultater. Breddesponsorater skal profilere et firma på noget, der er værdifuldt for (lokal-)samfundet.

F.eks. Fægtningens dag - alle lokale børn kan prøve at fægte - den kunne et firma godt være med på...

Hvilke CSR-kvaliteter ligger der i din forening?

Hvordan kan klubben synliggøre virksomhedens lokale engagement og ansvarlighed?

Hvordan kan klubben skaffe nye kunder?

Hvordan kan klubben give virksomhedens medarbejdere nye oplevelser - smid et firmafægteevent ind i sponsoraftalen for medarbejdere eller firmaets forretningsforbindelser. Men det kunne jo også være: Rabat på medlemskab til de ansatte, 3-mdr's gratis prøvemedlemsskab til medarbejdere, eller sågar at firmaet lagde lokaler til en fast træningsaktivitet efter arbejdstid og klubben stilede med materiel og træner - dermed var der også flere medlemmer og en satellitklub i spil.

Den enkle model: Lav et sponsorkoncept, hvor der altid indgår en firmaevent for x-personer indenfor et valgttidsrum - så er der noget sjovt for pengene. Så er der noget oveni de almene ting.

**Hvad kan klubbens ellers tilbyde** - konkret:

- Klubben hjælper virksomheden med frivillige til særlige aktiviteter. Firmafest, jubilæum og andre specielle aktiviteter (servering, oprydning, sætte borde og stole op). Uddele reklamer lokalt, være fotomodeller, servere ved åbnet hus, give en fægteopvisning i eller uden for virksomheden.

- Klubben synliggør virksomhedens lokale engagement og ansvarlighed - logoeksponering, men også nævne i pressen, og også logo ved stævner, fester, i klublokalet. Vores børnehold er sponsoreret af....

- Give medarbejderne oplevelser - rabatter.

- Skaffe kunder til virksomheden - medlemmer m.fl., husk der er også medlemmernes familie og venner.

- Firmaet kan lægge navn til: Et stævne, et hold, en piste.

**Bredde og eliten:**

Lav sponsorater med breddeprofil, og hav et oplæg med individuelle sponsorater til eliteudøvere klar - hvis sponsor er mere interesseret i dette. Eller hjælp de enkelte elitefægtere med deres sponsorsøgning).

**En virksomhed kan hjælpe en forening med - tænk udover penge:**

- Lederudvikling

- Know how - f.eks. regnskab

- Små gaver til nye medlemmer eller til Juleaflsutning, stævne.

- Fripladser til fora (erhvervsklubber)

**FIF og TIPS - Den første kontakt:**

Den første kontakt: Skriv et brev, hvor I fortæller, hvad I gerne vil, hvad I står for og hvad I vil give: Værdier, konkret udbytte (kunder, eksponering, socialt ansvar). Det giver ofte ikke mening at tale om pris, før man er enige om produktet, så brevet kan "nøjes" med at være en indbydelse til videre samtale. Vis, at hvis I arbejder sammen, så kan I få glæde af hinanden.

**FIF og TIPS - Dominoeffekt**:

Vis, hvem der ellers er med, så vil den potentielle køber måske i højere grad (også) være med: Liste op på hjemmeside, invitationer, "tak til alle sponsorer: Navn, navn. Måske endda også nævne kommunal støtte - det vil nogle firmaer også gerne associeres med.

**FIF og TIPS: Lokalpressen**

Nævn sponsor i jeres artikler til pressen. Hvis det er jeres eget stævne, som har fået navn efter sponsoren, giver det jo sig selv. Det kan også være smart altid at sørge for at et billede fra et stævne eller af en fægter en et billede, hvor firmaets logo er synligt - tilfældigvis...

**Tænk udover sponsorater: Frivillige kan tjene penge til foreninger på mange måder:**

Tidstagere o.lign. til motionsløb, servicemedarbejde til halballer, festivaller - nogle klubber tjener en del på disse ting, mens medlemmerne får en oplevelse og bidrager til klubfællesskabet. Det er ofte arrangøren, der afregner med klubben, mens klubbens opgave er at finde folkene.