LANDESSPORTBUND
BRANDENBURG

ABC DES SPONSORINGS

Hier finden Sie die wichtigsten Begriffe von A-Z zum Thema Sponsoring im Sportverein.

Um direkt zu einem Begriff, Stichwort oder Fachbegriff zu gelangen, drücken Sie bitte gleichzeitig Strg und F. Es erscheint ein Suchfeld in Ihrem Browserfenster, in das Sie den Suchbegriff eintragen können.

Name des Begriffes: Glaubwürdigkeit

Beschreibungen des Begriffes:

Bei einer Sponsoringkooperation ist es wichtig, dass diese von den Vereinszielgruppen und Unternehmenszielgruppen als glaubwürdig empfunden wird.

Bei einer Sponsoringkooperation ist es wichtig, dass diese von den Vereinszielgruppen und Unternehmenszielgruppen (Zuschauer, Vereinsmitglieder, Geschäftspartner, Kunden, Medienvertreter etc.) als glaubwürdig empfunden wird.

Die Glaubwürdigkeit der Zusammenarbeit bezieht sich

- auf das Image der beiden Partner (passen diese zusammen?)
- die Nähe der Produkte bzw. Dienstleistungen des Sponsors zu dem Sponsoringprojekt (werden diese unmittelbar oder mittelbar bei der Durchführung einer Sportveranstaltung oder der Ausübung einer Sportart eingesetzt?)
- die Zielgruppenübereinstimmung
- die regionale Verbundenheit zwischen Sponsor und Sportverein

Zur Glaubwürdigkeit einer Kooperation trägt auch bei, wenn diese längerfristig ausgerichtet ist.

Zurück