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: Sportsponsoring

Beschreibungen des Begriffes:

Sportsponsoring hat sich als Kommunikationsinstrument für Unternehmen etabliert.

Sportsponsoring hat sich als Kommunikationsinstrument für Unternehmen etabliert. Rund zwei Drittel der deutschen Unternehmen setzen Sponsoring ein.

Die Studie „Sportsponsoring in Deutschland 2014/2015“ von Nielsen Sports hat für 2016 ein Sponsoringvolumen von ca. 5,5 Milliarden Euro für Deutschland prognostiziert. Der größte Teil der Sponsoringaufwendungen (rund 3,5 Mrd.) fließt dabei in den Sport.

Zahlreiche Institutionen aus dem Sport und vielen anderen gesellschaftlichen Bereichen bemühen sich um Unterstützung durch Sponsoren. Dieser Konkurrenzkampf macht eine professionelle Herangehensweise beim Sponsoring erforderlich. Nur so wird ein Sportverein auf Dauer auf dem Sponsoringmarkt bestehen.

Zurück