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: Strategische Allianzen mit Sponsoren

Beschreibungen des Begriffes:

Eine Sponsoringpartnerschaft sollte vom Verein und Sponsor als strategische Allianz verstanden werden.

Eine Sponsoringpartnerschaft sollte vom Verein und Sponsor als strategische Allianz verstanden werden. Dies impliziert, dass die Zusammenarbeit möglichst langfristig ausgerichtet ist (Vertragsdauer mindestens 2 Jahre) und von beiden Partnern „gelebt“ wird. Konkret bedeutet dies, dass über die vertraglich fixierten Inhalte der Zusammenarbeit hinaus ein reger Ideenaustausch erfolgt und fortlaufend neue Projekte zum beiderseitigen Nutzen entwickelt werden. Dies trägt dazu bei, die Identifikation bei den Mitarbeitern des Sponsors und den Vereinsmitgliedern zu erhöhen. Außerdem wird die Kooperation in der Öffentlichkeit als glaubwürdig empfunden.

Strategische Allianzen mit Sponsoren sollten nicht nur geldliche Leistungen umfassen, sondern auch materielle, personelle und/oder ideelle Leistungen. Denkbar wäre es bspw., dass ein Sponsor dem Verein seine Seminar- und Veranstaltungsräume zur Verfügung stellt oder die Vereinsmitglieder Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens zu Vorzugskonditionen erwerben bzw. nutzen können. Darüber hinaus ist es denkbar, dass ein Sponsor dem Verein sein Know-how für bestimmte Bereiche zur Verfügung stellt. So könnten z.B. Marketing- und Personalmitarbeiter des sponsernden Unternehmens die Vereinsmitarbeiter in den Bereichen Marketing- bzw. Personalmanagement schulen.

Im Gegenzug wäre es denkbar, dass die Betriebssportgruppen des Sponsors die Sportanlagen

des Sportvereins für Trainingszwecke nutzen, Übungsleiter des Vereins Schulungen zu Themen wie “Gesundheit und Fitness am Arbeitsplatz” oder “Gesunde Ernährung erhöht die Leistungsfähigkeit” für Mitarbeiter des Unternehmens durchführen und der Verein eine Sportrubrik der Unternehmenszeitschrift redaktionell betreut.

Zurück