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: Werbewert

**Beschreibungen des Begriffes:**

## Der Werbewert ermöglicht eine Aussage über die Qualität eines Sponsoringengagements:

Der Werbewert ermöglicht eine Aussage über die Qualität eines Sponsoringengagements:

- Welchen Werbewert hatte das Sponsoring aus Sicht des sponsernden Unternehmens/des vermarktenden Vereins?
- Wie ist der Wert des Sponsorings im Vergleich zu anderen Sponsorings einzuschätzen?

Der Werbewert lässt sich ermitteln, indem man einen sogenannten Sponsoring-Tausender-Kontakt-Preis (TKP = Preis, den der Sponsor für 1.000 Zuschauerkontakte ausgeben muss) errechnet.

Die Ergebnisse einer Werbewertermittlung können vom Sportverein bei der Sponsorenakquisition genutzt werden.

Zurück