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: Ziele im Sportsponsering

**Beschreibungen des Begriffes:**

## Man kann ökonomische und nicht-ökonomische Ziele beim Sportsponsoring unterscheiden.

Man kann ökonomische und nicht-ökonomische Ziele beim Sportsponsoring unterscheiden.

Zu den ökonomischen Zielen gehören:

a.) aus Sicht des Sponsors

- Umsatzsteigerung
- Neukundengewinnung
- Kundenbindung
- Ertragssteigerung
- Erschließung neuer Kundengruppen
- Erschließung neuer Vertriebswege

b.) aus Sicht des Sportvereins

- Mitgliedergewinnung
- Einnahmenerhöhung

- Verbesserung der eigenen Marktposition

Zu den nicht-ökonomischen Zielen gehören:

a.) aus Sicht des Sponsors

- Bekanntheitsgradsteigerung
- Imageveränderung bzw. -verbesserung
- Dokumentation von gesellschaftlicher Verantwortung
- Mitarbeitermotivation
- Personalrekrutierung
- Kontaktpflege mit Medienvertretern

b.) aus Sicht des Sportvereins

- Steigerung des Bekanntheitsgrades
- Imageverbesserung

Die Studie Sponsor-Trend 2018 von Nielsen Sports gibt einen Überblick zur Gewichtung der Sponsoringziele aus Sponsorensicht

Zurück