

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: Sponsoring-Trends

Beschreibungen des Begriffes:

Die Studie Sponsor-Trend der Agentur Nielsen Sports gibt einen guten Überblick über aktuelle Entwicklungen auf dem Sponsoringmarkt.

Die Studie Sponsor-Trend der Agentur Nielsen Sports gibt einen guten Überblick über aktuelle Entwicklungen auf dem Sponsoringmarkt.

Ein Blick in diese Studie hilft Sportvereinen, sich in die Denke von Sponsoren hineinzusetzen.

Folgende Sponsoring-Trends sollten Sportvereine beachten:

- Sponsoren streben vor allem Bekanntheits- und Imageziele an!
- Social Media hat als vernetzende/aktivierende Sponsoringmaßnahme für Sponsoren die größte Bedeutung!
- Die wichtigsten Auswahlkriterien für Sponsoren sind: a.) emotionale Strahlkraft des Gesponserten, b.) Zielgruppenübereinstimmung, c.) Reichweite des Sponsoringprojektes, d.) Möglichkeiten der digitalen Aktivierung, e.) Lieferung von attraktivem Content für digitale Kampagnen, f.) Exklusivität des Sponsorships!
- Die Aktivierung von Sponsoring (auch mit Unterstützung des Sportvereins) ist wichtig!
- Glaubwürdigkeit ist ein wichtiger Erfolgsfaktor beim Sponsoring!
- Ein professionelles Management des Sponsorings ist erforderlich!
- Vor allem mittel- bis langfristige Sponsoringkooperationen sind erfolgreich!
- Maßnahmen zur Kundengewinnung/-bindung sind von Sportvereinen für Sponsoren zu

entwickeln!

- Mehr Mut zur Kreativität beim Sponsoring!
- Markt-/Kundenorientierung sind wichtig!
- Sponsoring und Corporate Social Responsibility-Maßnahmen miteinander verknüpfen!

[Zurück](#)