



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: Kernzielgruppen

Beschreibungen des Begriffes:

Ein Sponsoringprojekt ist für den Sponsor nur dann interessant, wenn er seine Unternehmenszielgruppen erreicht.

Ein Sponsoringprojekt ist für den Sponsor nur dann interessant, wenn er seine Unternehmenszielgruppen erreicht. Von besonderem Interesse sind dabei seine Kernzielgruppen, also die aus wirtschaftlicher Sicht des Unternehmens wichtigsten Zielgruppen. Wenn diese mit der Mitglieder- oder Zuschauerstruktur eines Sportvereins übereinstimmt, ist das eine gute Grundlage für eine erfolgreiche Sponsoringkooperation.

Kernzielgruppen können z.B. sein:

- Potenzielle/bestehende Kunden
- Politische und wirtschaftliche Entscheidungsträger
- Potenzielle/bestehende Mitarbeite
- Medienvertreter
- Anwohner
- „relevante Öffentlichkeit“
- Frauen/Männer (eines bestimmten Alters bzw. mit bestimmten Interessen)
- Firmenkunden/Privatkunden

Recherchieren Sie vor der Sponsorenakquisition die Kernzielgruppen ihres potenziellen Vereinssponsors! Gibt es keine Übereinstimmung mit ihrer Mitglieder-/Zuschauerstruktur sind die Erfolgschancen gleich null.

[Zurück](#)