



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: Markenführung

Beschreibungen des Begriffes:

Vereine und ihre (Sponsoring-)Angebote werden von Sponsoren oft als austauschbar empfunden.

Vereine und ihre (Sponsoring-)Angebote werden von Sponsoren oft als austauschbar empfunden. Der Aufbau des Sportvereins zu einer unverwechselbaren Marke und die Markenpflege haben daher auch für die Sponsorenakquisition eine große Bedeutung. Die Entwicklung und Pflege einer Marke bezeichnet man als Markenführung.

Von einer gelungenen Markenführung spricht man, wenn das Image eines Vereins, dessen Angebote und das dazugehörige Marketing ein homogenes, am Markt möglichst einzigartiges Ganzes darstellen.

Praxisbeispiel:

Der Fußballverein FC St. Pauli hat sein gesamtes Marketing „paradox“, „provokant“ ausgerichtet und dadurch eine Alleinstellung im Fußballbereich erreicht. Auch ohne in der 1. Fußball-Bundesliga zu spielen, ist der FC St. Pauli daher seit Jahrzehnten eine der bekanntesten und stärksten Vereinsmarken Deutschlands.

[Zurück](#)