



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: Ökonomische Trends

Beschreibungen des Begriffes:

gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen/Veränderungen

Ökonomische Trends sind gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen/Veränderungen, die Auswirkungen auf die Sponsoringaktivitäten von Sportvereinen haben.

Eine Verschlechterung der allgemeinen wirtschaftlichen Lage (z.B. Rezession) kann zu einem verringerten Engagement von Sponsoren im Sport führen wie während der Weltfinanzkrise 2007.

Darüber hinaus unterliegen die Sponsoringtrends der Unternehmen einem steten Wandel.

Die Kölner Marktforschungsagentur Nielsen Sports führt seit vielen Jahren die Studie „Sponsor-Trend“ durch. Diese vermittelt einen guten Überblick, welche (ökonomischen) Trends es im Sponsoring gibt. Die Studie „Sponsor-Trend 2018“ gibt es hier zum Download.

[Zurück](#)