



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: Produktaffinität

Beschreibungen des Begriffes:

Unter Produktaffinität versteht man die Nähe der von Sponsoren angebotenen Produkte zum Sport im Allgemeinen bzw. einer Sportart im Besonderen.

Unter Produktaffinität versteht man die Nähe der von Sponsoren angebotenen Produkte zum Sport im Allgemeinen bzw. einer Sportart im Besonderen.

Je größer die Affinität (Übereinstimmung), umso erfolgversprechender sind die Akquisitionsbemühungen eines Sportvereins und umso glaubwürdiger ist eine Sponsoringpartnerschaft.

Sportartikel, die bei der Sportausübung eingesetzt werden, wie Sportshirts, Tennisschläger oder Sportschuhe, haben eine besonders große Nähe zum Sport.

Eine große Nähe zum Sport haben auch Produkte, die nicht unmittelbar bei der Sportausübung benutzt werden, aber in unmittelbarer Verbindung mit dem Sport stehen. Hierzu gehören Sportgetränke, Sporttaschen, Fitnessnahrung, Duschgels, Bademäntel, Sportsalben oder Sportböden.

Sportgeschäfte und deren Sportprodukte haben eine besonders große Produktaffinität zu Sportvereinen.

Praxisbeispiel:

- Das Sportgeschäft INTERSPORT Bodensee-Center aus Friedrichshafen unterstützt als Gold Sponsor den TSV Tettnang

[Zurück](#)