



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: Sponsoringaufwendungen

Beschreibungen des Begriffes:

Die Sponsoringaufwendungen in Deutschland steigen stetig. 2018 dürften sie bei rund 6 Mrd. Euro gelegen haben.

Die Sponsoringaufwendungen in Deutschland steigen stetig. 2018 dürften sie bei rund 6 Mrd. Euro gelegen haben. Gut 60 Prozent davon fließen in den Sport.

Leider profitieren viele Sportvereine nicht vom Sponsoringboom.

Dies liegt vor allem daran, dass viele Sponsoren nur am „Mediensport“, wie z.B. der Fußball-Bundesliga oder der Formel 1 interessiert sind.

Allerdings fehlt es Sportvereinen manchmal auch am notwendigen Know-how, um eine adäquate Sponsorenakquisition und -betreuung sicherzustellen. Ohne diese Expertise ist es schwierig, erfolgreich Sponsoren zu akquirieren und betreuen.

Dabei haben auch Sportvereine mit Breitensportangeboten Chancen, Sponsoren zu gewinnen. Viele Unternehmen engagieren sich in ihrem lokalen Umfeld. Sie dokumentieren damit ihre gesellschaftliche Verantwortung.

Viele praktische Tipps zur Sponsorenakquisition haben wir für Sie hier in VIBSS zusammengestellt.

[Zurück](#)