



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: Sponsoringbörse

Beschreibungen des Begriffes:

Sponsoringbörsen sind eine Art Makler auf dem Sponsoringmarkt. Sie bringen Sponsoren und Gesponserte (z.B. Sportvereine) über das Internet zusammen.

Sponsoringbörsen sind eine Art Makler auf dem Sponsoringmarkt. Sie bringen Sponsoren und Gesponserte (z.B. Sportvereine) über das Internet zusammen.

Bei manchen Internet-Sponsoringbörsen muss der Sportverein eine Gebühr zahlen, wenn er dort sein Sponsoringangebot veröffentlicht. Bei anderen Anbietern ist das Einstellen der Sponsoringangebote kostenfrei. Hier fällt erst dann eine Gebühr an, wenn ein Sponsor erfolgreich vermittelt wurde. Die Vermittlungsprovision liegt dann i.d.R. bei marktüblichen 20 Prozent der vermittelten Sponsoringsumme zzgl. Mehrwertsteuer.

Die Sponsoringangebote der Sportvereine können von dort registrierten Unternehmen eingesehen werden. Bei Interesse erhalten die potenziellen Sponsoren detaillierte Informationen über das angebotene Sponsoringprojekt. Die Unternehmen können sich bei Interesse auch individuell von Mitarbeitern der Sponsoringbörse beraten lassen.

Praxistipp! Bevor Sie eine Sponsoringbörse nutzen, lassen Sie sich von Mitarbeitern des jeweiligen Anbieters beraten. Prüfen Sie in jedem Fall, welche Kosten mit der Nutzung der Sponsoringbörse für Sie als Sportverein verbunden sind.

Praxisbeispiele:

- SPONSOO
- Sponsoringbörse der IHK Nürnberg für Mittelfranken
- Sponsoringbörse des ESB Marketing-Netzwerks

[Zurück](#)