



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: Sponsoringpartner

Beschreibungen des Begriffes:

Sponsoring ist eine „Partnerschaft auf Gegenseitigkeit“.

Sponsoring ist eine „Partnerschaft auf Gegenseitigkeit“. Die Zusammenarbeit zwischen Sportverein und Sponsor funktioniert nur dann, wenn die Beteiligten sich als Partner verstehen und beide von der Kooperation profitieren.

Was sollten die Sponsoringpartner neben der Einhaltung von vertraglichen Vereinbarungen füreinander tun bzw. beachten?

- Regelmäßiger gegenseitiger Austausch (z.B. im Rahmen von Sponsorentreffen)
 - von Informationen
 - von Kooperationsideen
- Fortlaufende gegenseitige kommunikative Unterstützung
 - Aktivierung des Sponsorings durch eine möglichst umfassende Einbindung in die Kommunikation des Sportvereins und Sponsors
- Abstimmung der Kommunikationsmaßnahmen rund um das Sponsoring
- Im Zweifelsfall nicht zu enge Auslegung der vertraglichen Vereinbarungen
- Eine mittel- bis langfristige Zusammenarbeit anstreben (Minimum: 2 Jahre)
- Die Zusammenarbeit ständig weiterentwickeln (ein „organisches Wachstum“ anstreben)
 - Umsetzung neuer, auf den bisherigen Kooperationsbausteinen aufbauender Maßnahmen

[Zurück](#)