



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: Vermarkter

Beschreibungen des Begriffes:

Insbesondere bei größeren Sponsoringprojekten kooperieren Sportvereine bzw. Sportverbände oft mit Vermarktern.

Insbesondere bei größeren Sponsoringprojekten kooperieren Sportvereine bzw. Sportverbände oft mit Vermarktern.

Bei den Vermarktern handelt es sich um Spezialmittler (zumeist Agenturen), die von Vereinen, Verbänden bzw. Veranstaltern Rechte (z.B. Werbe- oder Fernsehrechte) erwerben, um sie dann anschließend mit Profit an werbende Unternehmen, Sponsoren oder Fernsehsender zu verkaufen.

Für Sportvereine macht eine Kooperation mit Vermarktern Sinn, wenn diese über Know-how und Sponsorenkontakte verfügen, die man selber nicht hat.

Auch wenn ein Verein keine personellen Ressourcen für die Sponsorenakquisition hat, ist die Zusammenarbeit mit einem Vermarkter eine Option.

Beispiele für Rechtvermarkter mit Sitz in Deutschland:

- Infront Germany GmbH
- Lagardère Sports Germany GmbH
- U! Sports GmbH

[Zurück](#)