



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: Zielgruppen beim Sponsoring

Beschreibungen des Begriffes:

Für den Sponsor ist es wichtig, dass er seine Zielgruppen durch das Sponsoring erreicht.

Für den Sponsor ist es wichtig, dass er seine Zielgruppen durch das Sponsoring erreicht.

Der Sportverein sollte Kenntnisse über die eigenen Zielgruppen haben, z.B.:

- die Mitgliederstruktur
- die Zuschauerstruktur einer Sportveranstaltung
- die Teilnehmerstruktur von Kursangeboten
- die Zusammensetzung der Besucher der Vereinsgastronomie
- die Nutzer der Vereins-Homepage
- das Profil der Nutzer seiner Social Media-Präsenzen

Eine Übereinstimmung der Zielgruppen von Sportverein und Unternehmen (z.B. hinsichtlich des Alters, Geschlechts, der Interessen und Konsumgewohnheiten) sollte in einem Kooperationsangebot herausgearbeitet werden.

Praxisbeispiel:

- Hinweise zur Zielgruppenstruktur (Zuschauerstruktur) bei den Heimspielen des Handball-Bundesligisten Füchse Berlin in einer Sponsorenpräsentation (Quelle: Sponsoringmappe Füchse Berlin, S. 6)

[Zurück](#)