



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: Zielgruppenübereinstimmung

Beschreibungen des Begriffes:

Die Zielgruppenübereinstimmung (auch: Zielgruppenaffinität/Zielgruppen-Fit) ist eines der Kriterien, die man als Sportverein bei der ersten Auswahl potenzieller Sponsoren zugrunde legt.

Die Zielgruppenübereinstimmung (auch: Zielgruppenaffinität/Zielgruppen-Fit) ist eines der Kriterien, die man als Sportverein bei der ersten Auswahl potenzieller Sponsoren zugrunde legt.

Je größer die Übereinstimmung der Zielgruppen eines Unternehmens mit der Mitgliederstruktur eines Vereins oder der Zuschauerstruktur einer Sportveranstaltung ist, umso wahrscheinlicher ist ein Sponsoringengagement dieses Unternehmens.

Laut der Studie Sponsor-Trend 2018 von Nielsen Sports ist die Zielgruppenübereinstimmung für Sponsoren von herausragender Bedeutung bei der Auswahl des Sponsorings.

[Zurück](#)