LANDESSPORTBUND
NORDRHEIN-WESTFALEN

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: Zielsetzungen

Beschreibungen des Begriffes:

Zielsetzungen von Sportvereinen beim Sponsoring sind:

Zielsetzungen von Sportvereinen beim Sponsoring sind:

- das Erzielen zusätzlicher Einnahmen
- das Erringen von geldwerten Vorteilen
- vom Image der Sponsoren profitieren
- sich als Marke auf dem Sponsoringmarkt etablieren, um dadurch die Akquisitionsbemühungen zu erleichtern
- Stärkung der Marktposition (der Verein wird durch das Engagement von Sponsoren für andere Sponsoren, potenzielle Vereinsmitglieder bzw. die breite Öffentlichkeit interessanter)
- Mitgliedergewinnung/-bindung
- Otimierung des Vereinsangebotes durch Sponsoringleistungen
- Konstante Mitgliedsbeiträge dank akquirierter Sponsoringgelder
- Steigerung des Bekanntheitsgrades durch Berichterstattung über den Verein in den Medien des Sponsors (z.B. Mitarbeiter-/Kundenzeitschrift)
- Medial Mehrwerte generieren
- Bindung/Gewinnung von ehrenamtlich Engagierten

Zurück