LANDESSPORTBUND
NORDRHEIN-WESTFALEN

Sponsoring-Grundlagen

Ökonomische Trends: Präferenzen der Sponsoren unterliegen Wandel!

Behalten Sie beim Sponsoringhandeln **ökonomische Trends** im Auge!

Die Verschlechterung der allgemeinen wirtschaftlichen Lage kann zu einem verringerten Engagement der Sponsoren im Sport führen. Während der Weltfinanzkrise gingen 2009 die Sponsoringausgaben in Deutschland nach Jahren steten Wachstums erstmals zurück. Im Krisenjahr 2009 standen andere Sponsoringziele im Fokus. So gewannen Vertriebsziele an Bedeutung. Auch die Ansprache spezifischer Zielgruppen bzw. die Neukundengewinnung wurden als Sponsoringziele wichtiger.

Will ein Sportverein erfolgreich Sponsoren akquirieren, muss er sich an den Sponsoringräferenzen der Wirtschaft orientieren.

Tipp!

Die Agentur Nielsen Sports veröffentlicht jedes Jahr die Studie Sponsor-Trend. Die Studie gibt einen guten Einblick, welche Erwartungen Sponsoren mit Sponsoring verknüpfen. Die Ergebnisse der Studie Sponsor-Trend 2018 können Sie hier nachlesen.

Die Präferenzen der Sponsoren können sich verändern, wie z.B.

- die Sponsoringziele
- die Sponsoringfelder (gesponserte Sportarten)
- die Bereiche, in denen Sponsoring vernetzt wird (Aktivierung des Sponsoring)

Laut der Studie Sponsor-Trend 2018 hat die digitale Aktivierung des Sponsorings mittlerweile die größte Bedeutung. Social Media wird immer bedeutender und ist selbstverständlicher Bestandteil integrierter Sponsoringmaßnahmen. Das mobile Internet und Social Media sind die Wachstumsmärkte unter den relevanten Kommunikationskanälen der Sponsoren.

Quellen:

Bildquellen:

png „Ökonomische Trends/Sponsoringvolumen in Deutschland 2000 – 2016“ (Nielsen Sports)png „Sponsoring-Grundlagen/Ökonomische Trends/Ziele im Sportsponsoring (Studie Sponsor-Trend 2018 Nielsen Sports, S. 7)png „Sponsoring-Grundlagen/Ökonomische Trends/Sportsponsoringfelder“ (Studie Sponsor-Trend 2018 Nielsen Sports, S. 22)png „Sponsoring-Grundlagen/Ökonomische Trends/Vernetzung des Sponsorings (Studie Sponsor-Trend 2018 Nielsen Sports, S. 14)