

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: Imageprofilierung

Beschreibungen des Begriffes:

Ein mögliches Sponsoringziel von Sponsoren ist die Imageprofilierung.

Ein mögliches Sponsoringziel von Sponsoren ist die Imageprofilierung. Durch das Sponsoringengagement hofft der Sponsor, vom positiven Image des Gesponserten (z.B. Spitzenteam in der Liga, seriöses Management, innovativ) oder einer Sportart (z.B. Dynamik, Exklusivität, Jugendlichkeit oder Leistungsfähigkeit) zu profitieren. Der Sponsor strebt durch das Sponsoring eine Verbesserung oder Stabilisierung seines Unternehmensimages bzw. des Images seiner Produkte an.

Praxisbeispiele:

- Die Fußballspielgemeinschaft (FSG) Hüllhorst-Tengern wirbt mit seinem Image bei potenziellen Sponsoren
- Der USC Münster wirbt mit dem positiven Image des Vereins und den positiven Imageattributen von Volleyball um Sponsoren

[Zurück](#)