

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: Markenbildung

Beschreibungen des Begriffes:

Die Sponsoringaktivitäten eines Sportvereins können die Markenbildung/-pflege unterstützen

Die Markenbildung und -pflege ist eine wichtige Aufgabe im Rahmen des Vereinsmanagements.

Die Sponsoringaktivitäten eines Sportvereins können die Markenbildung/-pflege unterstützen.

Im Idealfall leisten Sponsoringprojekte des Vereins einen Beitrag, Imageattribute (Markenwerte) des Vereins (z.B. Innovation, Tradition, Qualität, Nachhaltigkeit, Professionalität) bei den Vereinszielgruppen (Sponsoren, Medienvertreter, Mitglieder, Mitarbeiter, Zuschauer etc.) erlebbar zu machen. Dadurch wird die Markenbildung und -pflege unterstützt.

Die TU Braunschweig hat 2017 in einer Studie alle Vereine der 1. und 2. Fußball-Bundesliga auf ihre Markenstärke hin überprüft und ein Vereinsmarkenranking erstellt. Die Studie gibt es hier zum Download.

[Zurück](#)