

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: Multiplikatoren

Beschreibungen des Begriffes:

Multiplikatoren sind Personen und Institutionen, die Meinungen bzw. Wissen an andere weitergeben.

Multiplikatoren sind Personen und Institutionen, die Meinungen bzw. Wissen an andere weitergeben. Multiplikatoren sind eine interessante Zielgruppe für Sponsoren und Sportvereine. Als Multiplikatoren (auch: Meinungsbildner) wirken zum Beispiel Medien, Entscheider aus der Wirtschaft und Politiker.

Die Kontaktpflege mit Multiplikatoren gehört zu den Zielen, die Unternehmen mit ihrem Sponsoringengagement verfolgen (siehe dazu die Studie Sponsor-Trend 2018 von Nielsen Sports, S. 7).

Ein Sportverein sollte Anlässe schaffen, bei denen Sponsoren Kontakte zu Multiplikatoren knüpfen, pflegen bzw. intensivieren können.

Hierfür gehören:

- Gemeinsame PR-Aktionen von Sportverein, Sponsoren und Medienvertretern (z.B. gemeinsames Ausprobieren/„Erleben“ einer Sportart des Sportvereins)
- Sponsorentreffen
- Einrichtung einer VIP-Lounge/eines VIP-Hospitalitybereichs bei einer Vereinsveranstaltung, zu der Multiplikatoren eingeladen werden

Praxisbeispiel:

- Der SV Menden 1912 e.V. hat rund 100 Sponsoren. Alle 1-2 Jahre veranstaltet der Verein einen Sponsorentag statt, bei dem die Sponsoren und Politiker zusammenkommen, um Vernetzungen herzustellen und Wertschätzung zu erhalten.

[Zurück](#)