

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: Sponsoringakzeptanz

Beschreibungen des Begriffes:

Sponsoring hat sich als Kommunikationsinstrument für Unternehmen und Finanzierungsinstrument für Sportvereine in den letzten 30 Jahren etabliert

Sponsoring hat sich als Kommunikationsinstrument für Unternehmen und Finanzierungsinstrument für Sportvereine in den letzten 30 Jahren etabliert. Für die kommenden Jahre ist mit einem weiteren Anstieg der Sportsponsoringaufwendungen in Deutschland zu rechnen.

Dies liegt auch daran, dass es ein hohes Maß an Sponsoringakzeptanz gibt. Befragungen zeigen, dass sich Sponsoren durch ihr Engagement Sympathie beim Publikum erwerben. Zuschauer gesponserter Veranstaltungen achten auf Sponsoren und deren Sponsorenprodukte bzw. -dienstleistungen und ziehen diese vergleichbaren Konkurrenzprodukten vor. Die breite Öffentlichkeit ist sich bewusst, dass viele Sportveranstaltungen ohne die Unterstützung durch Sponsoren nicht auskommen.

[Zurück](#)