

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: Sportwirtschaft

Beschreibungen des Begriffes:

Die Studie „Sportwirtschaft: Fakten & Zahlen, Ausgabe 2018“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie kommt im Bereich Sponsoring zu folgenden Erkenntnissen:

Die Studie „Sportwirtschaft: Fakten & Zahlen, Ausgabe 2018“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie kommt im Bereich Sponsoring zu folgenden Erkenntnissen:

- Die Ausgaben für Sportsponsoring (inkl. Aktivierung) lagen in Deutschland 2015 bei 2,6 Mrd. € (2010: 2,2 Mrd.)
- Der Schwerpunkt des Sportsponsorings liegt auf dem Breitensport (59,7 % der Gesamtausgaben im Sportsponsoring)
- 40,3 % der Sportsponsoringausgaben kommen dem Spitzensport zugute
- Von 2010 – 2015 ist das Sponsoring des Breitensports (+ 11 Prozent) weniger stark gestiegen als das Spitzensportsponsoring (+ 26 Prozent)
- Der Fußball ist die Sportart, der mit Abstand die meisten Ausgaben für Sponsoring (ohne Aktivierung) zufließen (59,8 Prozent)
- Alle anderen Sportarten teilen sich die verbleibenden 40,2 Prozent

Die gesamte Studie gibt es hier zum Download.

[Zurück](#)