

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: Vermarktungsagenturen

Beschreibungen des Begriffes:

Agenturen die Medien Nutzungsrechte erwerben, um diese anschließend an Sponsoren, Medien, Werbemittelproduzenten etc. zu verkaufen.

Vermarktungsagenturen sind Agenturen, die von Sportvereinen, Sportverbänden, Sportlern, und/oder Sportmannschaften, Medien Nutzungsrechte (z.B. Werbe-, Übertragungs- und Lizenzrechte) erwerben, um diese anschließend an Sponsoren, Medien, Werbemittelproduzenten etc. zu verkaufen.

Als Sportverein kann man bei der Sponsorenakquisition auf die Hilfe von Vermarktungsagenturen zurückgreifen. Die Zusammenarbeit ist dann sinnvoll, wenn man nicht über die notwendige Sponsoringexpertise, Zeit zur Akquisition und gute Kontakte zu Sponsoren verfügt.

Für die akquirierten Sponsoringeinnahmen erhalten Vermarktungsagenturen eine Vermittlungsprovision in Höhe von zumeist 10 – 25 Prozent. In der Gesamteinnahme werden üblicherweise Sachleistungen und Warengeschäfte (Bartering) als monetäre Summe mit einbezogen.

[Zurück](#)