

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: Vermittlungsprovision

Beschreibungen des Begriffes:

Wenn sich ein Sportverein bei der Sponsorenakquisition der Hilfe einer darauf spezialisierten Vermarktungs- bzw. Vermittlungsagentur („Vermarkter“) bedient, ist dies mit Kosten verbunden.

Wenn sich ein Sportverein bei der Sponsorenakquisition der Hilfe einer darauf spezialisierten Vermarktungs- bzw. Vermittlungsagentur („Vermarkter“) bedient, ist dies mit Kosten verbunden. Üblicherweise erhält die vom Verein beauftragte Agentur eine Vermittlungsprovision auf den akquirierten Sponsoringbetrag. Die Agenturprovision liegt in der Regel zwischen 10 – 25 %.

Von einer Agentur akquirierte Sachleistungen und Warengeschäfte (Bartering) werden normalerweise als monetäre Einnahme bei der Berechnung der Gesamteinnahmen und damit der Vermittlungsprovision berücksichtigt.

[Zurück](#)