

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: Entscheidungskriterien bei der Auswahl von Sponsoring

Beschreibungen des Begriffes:

Wollen Sportvereine erfolgreich Sponsoren akquirieren, müssen sie sich in die Denkweise ihrer potenziellen Partner hineinversetzen

Wollen Sportvereine erfolgreich Sponsoren akquirieren, müssen sie sich in die Denkweise ihrer potenziellen Partner hineinversetzen.

Wichtig ist, dass man die Entscheidungskriterien der Sponsoren kennt. Diese variieren natürlich von Sponsor zu Sponsor. Die Studie Sponsor-Trend 2018 von Nielsen Sports gibt einen guten Überblick, welche Entscheidungskriterien bei der Auswahl von Sponsorings herangezogen werden.

Als wichtigste Auswahlkriterien wurden in der Sponsor-Trend 2018-Studie genannt:

- Emotionale Strahlkraft des Gesponserten
- Zielgruppenfit (Zielgruppenübereinstimmung)
- Reichweite
- Exklusivität des Sponsorships
- Möglichkeiten der digitalen Aktivierung

[Zurück](#)