

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: Synergien

Beschreibungen des Begriffes:

Sponsoringkooperationen sind besonders erfolgreich, wenn sich daraus Synergien für die Beteiligten ergeben, man sich also gegenseitig fördert.

Sponsoringkooperationen sind besonders erfolgreich, wenn sich daraus Synergien für die Beteiligten (Sportverein und Sponsor, verschiedene Sponsoren untereinander, Verein und Medienpartner, Sponsoren und Medienpartner, verschiedene Vereine untereinander) ergeben, man sich also gegenseitig fördert. Man spricht auch von einer „Win-Win-Situation“. Alle Partner profitieren von der Zusammenarbeit und sind „Gewinner“.

Synergien ergeben sich vor allem dann, wenn die Zielgruppen der beteiligten Partner übereinstimmen und beide Partner möglichst alle ihre zur Verfügung stehenden Kommunikationsmöglichkeiten nutzen, um die Partnerschaft mit Leben zu erfüllen. Dabei geht es nicht nur darum, die vertraglich vereinbarten Leistungen umzusetzen, sondern durch einen regelmäßigen, engen Kontakt bzw. Informationsaustausch zwischen den Beteiligten (z.B. Sponsor und Sportverein) ständig „belebende“ Maßnahmen zum beiderseitigen Nutzen umzusetzen.

[Zurück](#)