

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: Zielgruppenansprache durch Sponsoren

Beschreibungen des Begriffes:

Sponsoren ist es wichtig, dass sie beim Sponsoring ihre Zielgruppen erreichen.

Sponsoren ist es wichtig, dass sie beim Sponsoring ihre Zielgruppen erreichen. Sportvereine müssen daher in einem Sponsoringangebot die für den Sponsor interessanten Zielgruppenpotenziale herausarbeiten.

Erarbeiten Sie als Sportverein im Sponsoringangebot erste Vorschläge, wie die Ansprache der Unternehmenszielgruppen im Rahmen des Sponsorings aussehen könnte.

Wenn Sie z.B. einen potenziellen Sponsor kontaktieren, der frauenaffine Produkte bzw. Dienstleistungen anbietet, sollten sie beim Erstkontakt hervorheben, dass sie genau in diesem Segment überdurchschnittlich viele Mitglieder haben.

Liefern Sie schon beim Erstkontakt mit dem Sponsor Ideen, wie die Zielgruppenansprache für das Unternehmen konkret aussehen könnte.

1.) Ansprache Privatkunden (B2C)

- Versand von Produktinformationen bzw. speziellen Angeboten des Sponsors für die Vereinsmitglieder via E-Mail
- Präsentationen des Sponsors und seiner Produkte bzw. Dienstleistungen bei

Vereinsveranstaltungen

- Info-Veranstaltungen für die Mitglieder (z.B. beim Training oder Mitgliederversammlung)
- Beilage von Produktproben in einer Weihnachtstüte
- Gewinnspiel auf den Social Media-Plattformen des Vereins
- Bereitstellung von Gewinnspielpreisen für eine Vereinsfeier

2.) Ansprache Geschäftskunden (B2B)

- Zugang für den Sponsor in die Vereins-VIP-Loge
- Teilnahme an regelmäßigen Sponsorentreffen des Vereins
- Informationsveranstaltung bzw. Produktschulung für Vereinsmitglieder, die selbstständige Unternehmer sind

[Zurück](#)