

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: Zuständigkeit für den Sponsoringbereich eines Sportvereins

Beschreibungen des Begriffes:

Die Zuständigkeit für den Sponsoringbereich eines Sportvereins sollte bei einem Sponsoringkoordinator (auch: Sponsoringbeauftragter, Sponsoringwart, Ressortleiter Sponsoring oder Beisitzer Sponsoring) liegen.

Die Zuständigkeit für den Sponsoringbereich eines Sportvereins sollte bei einem Sponsoringkoordinator (auch: Sponsoringbeauftragter, Sponsoringwart, Ressortleiter Sponsoring oder Beisitzer Sponsoring) liegen.

Der Sponsoringbereich kann ein autonomer Bereich innerhalb der Vereinsstruktur sein oder ein Teil der Marketingabteilung. In jedem Fall sollte der Sponsoringverantwortliche direkt an den Vereinsvorstand berichten oder ein Teil des Vorstandes sein.

Der Sponsoringkoordinator ist für sämtliche Sponsoringaktivitäten verantwortlich (Sponsorenakquisition, Sponsorenbetreuung, Umsetzung von Sponsoringprojekten, Ansprechpartner für Sponsoren, Zusammenarbeit mit externen Partnern, wie z.B. Agenturen etc.).

Praxisbeispiele:

- Organigramm des SV Ringingen mit Beisitzer für den Bereich Sponsoring (Quelle: www.sv-ringen.de/der-verein/organigramm/)

- Organigramm des TSV Volleyball Jona aus der Schweiz mit „Sponsoringverantwortlichen“ (Quelle: volleyballjona.ch/organigramm)
- Organigramm des FC Astoria Walldorf (Quelle: fcastoria.de)

[Zurück](#)