

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: Markenkernelemente

Beschreibungen des Begriffes:

Sponsoringmaßnahmen sollten sowohl auf Sponsoren- wie auch auf Vereinsseite auf Komponenten des jeweiligen Markenkerns basieren.

Sponsoringmaßnahmen sollten sowohl auf Sponsoren- wie auch auf Vereinsseite auf Komponenten des jeweiligen Markenkerns basieren. Durch sinnvolle Sponsoringpartnerschaften kann der Aufbau bzw. Erhalt des Markenkerns unterstützt werden.

Markenkernelemente können z.B. sein:

- Innovation: Ein Verein bzw. ein Sponsor zeichnen sich dadurch aus, dass sie Trends frühzeitig erkennen, ständig neue Produkte bzw. Angebote entwickeln und fortwährend neue, innovative Kommunikationsinstrumente einsetzen
- Provokation: Das Marketing von Sportverein und Sponsor ist durch provokantes/paradoxes Handeln gekennzeichnet
- Kundennähe: Der persönliche Kontakt zu den jeweiligen Kunden ist sowohl für Sportverein und Sponsor von großer Relevanz
- Kompetenz: Im gesamten Angebot (z.B. im Rahmen der Betreuung/Beratung der Kunden) von Sportverein und Sponsor
- Expansion: Die Sponsoringpartner zeichnen sich dadurch aus, dass sie sich beide kontinuierlich neue Geschäftsfelder erschließen
- Nachhaltigkeit: Sowohl der Sponsor, wie auch der Sportverein setzen auf Nachhaltigkeit (den verantwortungsbewussten Umgang mit natürlichen Ressourcen)

- Gesellschaftliche Verantwortung: Für den Sponsor und den Sportverein gehört die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung zur „DNA“ (Philosophie/Strategie) z.B. in den Bereichen Soziales (z.B. die Diskriminierung bestimmter Bevölkerungsgruppen wird ausgeschlossen) und Ökologie (man setzt sich das Ziel, umweltschonend/energiebewusst zu agieren)

Praxisbeispiel:

- Laut seiner Sponsoring- und Spendenleitlinie (Stand: 1. Januar 2018) fördert das Unternehmen DWE 21 aus Dortmund gesellschaftlich relevante Projekte, die das umwelt- und energiebewusste Handeln sowie das soziale und kulturelle Miteinander fördern

[Zurück](#)