

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: Sponsoringkosten

Beschreibungen des Begriffes:

Bei der Kalkulation der Sponsoringkosten muss ein Sponsor neben der eigentlichen Sponsoringsumme (Rechtekosten) weitere Kosten berücksichtigen.

Bei der Kalkulation der Sponsoringkosten muss ein Sponsor neben der eigentlichen Sponsoringsumme (Rechtekosten) weitere Kosten berücksichtigen.

Zu den Aktivierungskosten gehören:

- Sachkosten für die Durchführung des Sponsorships (Produktions-, Miet-, Verwaltungs- und Verpflegungskosten)
- Personalkosten (z.B. für Promotionteams, Fotografen, Hostessen oder abgestellte Mitarbeiter)
- Provisionskosten für eingeschaltete Agenturen
- Kosten für vernetzende kommunikative Maßnahmen (z.B. Anzeigenschaltungen, begleitende Presse-/Öffentlichkeitsarbeit, Promotions, Gewinnspiele, Produktion von Werbemitteln)
- Durchführung von Hospitalitymaßnahmen rund um das Sponsoringengagement
- Kosten für Kontrolluntersuchungen
- Aufwendungen für die Nachbereitung des Sponsoringengagements (z.B. Dokumentationen).

Die Aktivierungskosten sind üblicherweise genauso hoch wie der eigentliche Sponsoringbetrag. Bei der Planung eines Sponsoringbudgets sind die Kosten für die Aktivierung des Sponsorings zu berücksichtigen.

Laut der Studie Sponsor Trend 2018 von Nielsen Sports beträgt das Verhältnis von Rechtekosten zu Aktivierungskosten 1 : 1,2 (Quelle: Studie Sponsor-Trend 2018, S. 15).

[Zurück](#)