

„Sportsponsoring“

Im Rahmen des Breitensports kann Sportsponsoring durch jeden Verein angewandt werden.

Sponsoring basiert konsequent auf dem Grundprinzip von Leistung und Gegenleistung:

- Der **Sponsor** erwartet für seine Geld,- Sach- oder Dienstleistungen vom Gesponserten eine Gegenleistung. So soll beispielsweise eine Werbebotschaft (Markenzeichen, Slogan, usw.) verbreitet werden, um damit Kommunikationsziele eines Produktes oder eines Unternehmens (Bekanntheit, Image, usw.) zu erreichen. Dies kann geschehen, indem z. B. die Aktivitäten oder Erfolge des Gesponserten im Zusammenhang mit den Erfolgen des Sponsors gesehen werden.
- Der **Gesponserte** seinerseits erwartet für seine Sponsoringaktivitäten vom Sponsor finanzielle oder materielle Gegenleistungen, damit er seine Aufgaben besser oder umfangreicher als bisher erfüllen kann.

Beispiele verschiedener Werbemöglichkeiten bei Sportveranstaltungen und Breitensportaktivitäten:

| | |
|-------------------------|-----------------|
| Trikotwerbung | Transparente |
| Anzeigenwerbung | Programmhefte |
| Verkaufsfördermaßnahmen | Plakate |
| Bandenwerbung | Eintrittskarten |
| Anzeigentafeln | Titelsponsoring |
| Fahnen | u. ä. |

Für das Eingehen einer Sponsor-Partnerschaft sind die Leistungen und Gegenleistungen vertraglich zu regeln.

Der Vorstand weist ausdrücklich auf die vertragliche Notwendigkeit hin. Abteilungsleitungen/Mitglieder die sich nicht daran halten, handeln vorsätzlich und haben die daraus entstehenden Folgen selbst zu verantworten.