

Sponsoring im Fußball – am Beispiel von SV Croatia Reutlingen e.V. und der IBau Projektmanagement GmbH

Der Sport nimmt für uns Menschen eine immer wichtigere Rolle ein. Er verbindet Menschen, vermittelt Werte und wirkt sich zudem auch noch gesund auf den Menschen aus. Besonders der emotionale Teil des Sports führt dazu, dass der Sport, sowohl der Profisport als auch der Amateur- oder Freizeitsport, bei Sponsoren sehr beliebt ist. Heutzutage sind Sponsoren überall anzutreffen und dabei spricht man nicht nur von den großen Firmen, die durch ihre Werbepräsenz im Fernsehen eine gewisse Bekanntheit vorweisen. Ohne das enorme Engagement der kleinen und mittelständischen Unternehmen könnte der Sport in allen Leistungsbereichen nicht überleben.

Aber wieso sind kleine und mittelständische Unternehmen so wichtig für den Sport und welchen Vorteil ziehen sie durch Sponsoring? Welche Ziele verfolgt das Unternehmen mit dem Sponsoring und wie wirkt sich Sponsoring auf die Sportvereine und den Sponsor aus?

Die Betriebswirtschaft beschäftigt sich mit der Problematik, den Erfolg und die Auswirkungen des Sponsorship beim Sponsor selbst und bei Gesponsorten herauszufinden. Hierbei soll anhand von Interviews und Umfragen untersucht werden, welchen Nutzen beide Parteien daraus ziehen.

Durch ausgeführte Umfragen an Zuschauern bei den Spielveranstaltungen des Fußballvereins SV Croatia Reutlingen konnten Informationen gesammelt werden, wie die Zuschauer auf das Sponsorship reagieren, welches Image das Unternehmen (Sponsor) dadurch genießt und welchen Bekanntheitsgrad der Sponsor demzufolge hat. Anhand eines Interviews mit einem Vorstandsmitglied des Vereins konnte ermittelt werden, was für den Verein ohne den Sponsor nicht möglich wäre und wieso Sponsoren so wichtig für sie sind.