

Werbung

Was ist Sportsponsoring?

Info für Lehrpersonen



Arbeitsauftrag	<p>1. Die Lehrperson lässt Sportnachrichten laufen. Die SuS notieren sich, welche Werbung sie wo erkennen. Danach werden die Ergebnisse im Plenum gesammelt.</p> <p>2. Die SuS lesen drei verschiedene Definitionen des Begriffs „Sportsponsoring“ und entscheiden sich für eine Variante. Ihre Auswahl müssen sie innerhalb der Gruppe begründen. Am Schluss gibt die Lehrperson die Lösung bekannt und erläutert sie kurz. Zudem überlegen sie sich Möglichkeiten, wie Sponsoring betrieben werden könnte und welche Vorteile Sponsoren und gesponserte Personen haben.</p>
Ziel	<p>Die SuS werden sich bewusst, dass auch der Sport stark von der Werbung beeinflusst wird. Die SuS lernen den Begriff Sportsponsoring und die damit verbundenen Rollen von „Sponsor“ und „Gesponsertem“ kennen.</p>
Material	<p>Clip Arbeitsblatt</p>
Sozialform	<p>Plenum 2er-Gruppen</p>
Zeit	<p>35'</p>

Zusätzliche
Informationen:

- Ist genügend Zeit vorhanden, können die Schüler versuchen, den Begriff Sportsponsoring selber zu definieren, bevor sie mit den drei unterschiedlichen Erklärungen konfrontiert werden.

Quelle Fussballtrikots-Bild: <https://www.lawinsport.com/topics/articles/item/top-tips-for-negotiating-football-kit-sponsorship-deals-incl-considerations-when-working-with-betting-companies>

Werbung

Was ist Sportsponsoring?

Arbeitsblatt



Aufgabe:

Finde die richtige Definition des Begriffs „Sportsponsoring“ und begründe deine Entscheidung.

Definition 1

Der Begriff Sportsponsoring ist nicht einheitlich definiert, es existieren unterschiedliche Erklärungen. Im Allgemeinen jedoch bezeichnet Sportsponsoring das Bereitstellen von Geld, Sachgütern, von finanziellen Mitteln, aber auch von Dienstleistungen. Der gegenseitige Leistungsaustausch des Sponsors (z. B. Ovomaltine) und des „Gesponserten“ (z. B. ein Skirennfahrer) spielt dabei eine wichtige Rolle.

Der Sport, vor allem im Profibereich, wäre vielerorts ohne Sponsor kaum mehr zu realisieren. Einzelsportler, Mannschaften oder Sportveranstalter profitieren von den Zuwendungen des Sponsors. Als Gegenleistung kann dieser durch die Leistungen der Sportler seine Werbeziele verfolgen und z. B. den Bekanntheitsgrad seiner Produkte steigern.

Schon im Altertum wurden Sport- und Kulturveranstaltungen, z. B. durch Privatpersonen, gesponsert. Daraus entwickelte sich das Spendenwesen und später das Sponsoring. Das Prinzip der „Gegenleistung“ war im Altertum jedoch noch nicht üblich.

Definition 2

Sportsponsoring bedeutet, dass eine Sportveranstaltung, eine Mannschaft oder ein Einzelsportler durch Geldzuwendungen unterstützt wird. Der Sponsor erwartet nicht zwingend eine Gegenleistung, kann aber im günstigsten Fall von Werbezwecken profitieren.

Da in der Regel keine Verträge zwischen „Sponsor“ und „Gesponsertem“ bestehen, steht es z. B. dem Sportverein völlig frei, wie er die Finanzen einsetzt. Weil sich die Sponsoren meist aus ehemaligen Spitzensportlern zusammensetzen, werden die Leistungen sowieso eher als „Spenden“ betrachtet, die der Förderung des Sports dienen. Es wird in der Branche jedoch empfohlen, sich an mündliche Vereinbarungen zu halten.

Sportsponsoring ist übrigens eine einmalige Erscheinungsform des 20. und 21. Jahrhunderts. Alte Schriften berichten zwar schon von Sponsoren verschiedener Kulturveranstaltungen im Altertum, aber Hinweise auf Sportsponsoring haben Historiker bisher vergebens gesucht.

Definition 3

Sportsponsoring bezeichnet einen vertraglich geregelten Leistungsaustausch zwischen einem Sponsor und einem Einzelsportler, einer Mannschaft oder einem Sportverein. Normalerweise übernimmt der Sponsor dadurch die Leitung des Sportvereins und bestimmt bei schlechten Leistungen der Sportler einen neuen Trainer. Den bisherigen Amtsinhabern werden andere Funktionen zugewiesen. Dafür werden sämtliche finanziellen Ausgaben und materiellen Bedürfnisse vom Sponsor getragen.

Nicht in derselben, aber in vereinfachter Form, hat bereits im Altertum Sportsponsoring existiert. Die reichen Römer traten gerne als grosszügige Sponsoren von Segelwettkämpfen auf. Eine Gegenleistung wurde nicht erwartet – im Gegenteil, der Gewinner wurde sogar zum Kapitän einer neuen Flotte ernannt.

Werbung

Was ist Sportsponsoring?

Arbeitsblatt



Aufgabe:

Überlegt euch Möglichkeiten, wie Sponsoring betrieben werden kann und welche Vorteile Sponsoren und gesponserte Personen haben.

Vorteile für den Sponsor

- _____
- _____
- _____

Vorteile für den Gesponserten

- _____
- _____
- _____

Weitere Möglichkeiten für einen Sponsor

- _____
- _____
- _____

Weitere Möglichkeiten für einen Gesponserten

- _____
- _____
- _____

Werbung

Was ist Sportsponsoring?

Lösung



Lösung:

Definitionen

→ Korrekt: Definition 1

Warum Definition 2 nicht zutrifft:

- Sportsponsoring beinhaltet nicht nur Geldzuwendungen, sondern auch das Bereitstellen von Sachgütern und Dienstleistungen.
- Projekte des Sportsponsorings werden in der Regel vom Sponsor und dem Gesponserten mit einem Vertrag abgeschlossen.
- Sportsponsoring beruht auf dem Prinzip der Gegenleistung. Spenden fallen demnach nicht unter die Formen des Sportsponsorings.
- Meistens setzen sich die Sponsoren aus Unternehmen zusammen, nicht aus ehemaligen Spitzensportlern.
- Erste Formen des Sportsponsorings hat es bereits im Altertum gegeben.

Warum Definition 3 nicht zutrifft:

- Es ist nicht üblich, dass beim Vertragsabschluss der Sponsor Vereinsaufgaben übernimmt.
- Welche finanziellen Ausgaben und materiellen Bedürfnisse der Sponsor abdeckt, wird gemeinsam vereinbart. Der Sponsor trägt beim Projektabschluss nicht automatisch alle Kosten.
- Die Römer haben keine Segelwettkämpfe gesponsert, um sich im Rampenlicht zu präsentieren.

Werbung

Was ist Sportsponsoring?

Lösung



Möglichkeiten und Vorteile Sponsoring

Vorteile für den Sponsor

Steigerung des Bekanntheitsgrades und der Beliebtheit der Marke Ovomaltine durch:

- Anbringen des Ovomaltine-Logos auf Skihelmen
- Organisation von Autogrammstunden mit den Ski-Athleten
- Unterstützung des Projekts „Schule und Schneesport Valais“

Vorteile für den Gesponserten

- Akzeptanz von Ovomaltine als Energiespender
- Die steigende Attraktivität Ski- und Snowboard-Sports
- Die Steigerung des technischen und taktischen Niveaus
- Die stärkere Resonanz bei Zuschauern und Medien

Weitere mögliche Vorteile für einen Sportsponsor:

- Bandenwerbung
- Lautsprecherdurchsagen
- Werbung in Programmheften und Einladungskarten
- Tragen von Sportartikeln
- Produktpräsentationen
- Nennung des Sponsors an Pressekonferenzen
- Neue Geschäftskontakte an Sportveranstaltungen
- Werbung auf Sportgeräten

Weitere mögliche Vorteile für einen Gesponserten:

- Ausrüstungsbereitstellung
- Übernahme von oder Beteiligung an Teilnahmegebühren
- Erstattung von Reisekosten
- Beteiligung an Sportanlässen
- Unterstützung bei Förderprogrammen