

Sportsponsoring - Wirtschaftliche Ziele vertraglich richtig absichern

17.10.2006, 17:22 | Sport

Pressemitteilung von: *FORUM Institut für Management GmbH*

Die Stellung eines offiziellen Sponsors bei (sportlichen) Großevents ist reizvoll und verspricht eine enorme Möglichkeit, Bekanntheitsgrad und Umsatz eines Unternehmens zu steigern. Wie das Beispiel der Fußball-WM 2006 gezeigt hat – steht allerdings meist ein nur begrenztes Kontingent zur Verfügung. Zudem ist mit enormen finanziellen Beiträgen der offiziellen Partner und Förderer zu rechnen. Auch andere Unternehmen als die offiziellen Sponsoren versuchen immer wieder, ein medienwirksames Großereignis für ihre Marketing- und Werbestrategien zu nutzen und verwässern dadurch das Engagement der Sponsoren. Auf dem FORUM-Praxisseminar Sport-Sponsoring am 8. Dezember 2006 in München behandeln die Referenten Dr. Alexander Birnstiel (Nörr Stiefenhofer Lutz) und Dr. Michael Gerlinger (Direktor Recht Bayern München AG) die juristischen Problemfelder im Sport-Sponsoring und zeigen die Möglichkeiten auf, wie mit Hilfe des Sponsorings unternehmerische Ziele wirkungsvoll umgesetzt werden können. Der Praxisbericht des Leiters Konzern-Sportsponsoring der Deutschen Telekom, Herr Karl Braun, veranschaulicht die integrative Nutzung einer Plattform in Kommunikation und Marketing und die Schritte zu einer funktionierenden und erfolgreichen Partnerschaft im Sport-Sponsoring.

Unternehmen:
FORUM Institut für Management GmbH
Vangerowstr. 18
69115 Heidelberg

Portrait

Die FORUM Institut für Management GmbH steht seit 25 Jahren für praxisorientierte und fundierte Wissensvermittlung in Unternehmensfragen auf höchstem Niveau. FORUM ist 100% Tochter von Springer Science + Business Media, einem der weltweit führenden Anbieter für Wissenschafts- und Fachliteratur. Das breit gefächerte Angebot umfasst Konferenzen und Tagungen zu aktuellen Entwicklungen, aber auch Seminare und mehrtägige Lehrgänge. Im Jahre 2005 nahmen mehr als 30.000 Führungskräfte aus nahezu allen Ländern Europas und aus den Vereinigten Staaten an über 1.400 Veranstaltungen der FORUM-Institute teil.

News-ID: 104271 • Views: 3459 (Stand: 14.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/104271/Sportsponsoring-Wirtschaftliche-Ziele-vertraglich-richtig-absichern.html>