

SPONSOR

VISIONS

2007

# Sponsoring im Fokus der Unternehmen und Agenturen

**Jens Krüger**

und

**Joachim Bacher**

TNS Sport

**Hamburg, den 16. Januar 2007**

SPONSOR VISIONS  
2007

PARTNER

pilot

FACHVERBAND FÜR  
SPONSORING



MEDIA KG

HORIZONT  
SPORT  
BUSINESS



**new  
business**  
Informationsdienst für Werbung,  
Marketing und Medien



SPONSOR  
VISIONS  
2007

NSOR

SP  
VIST

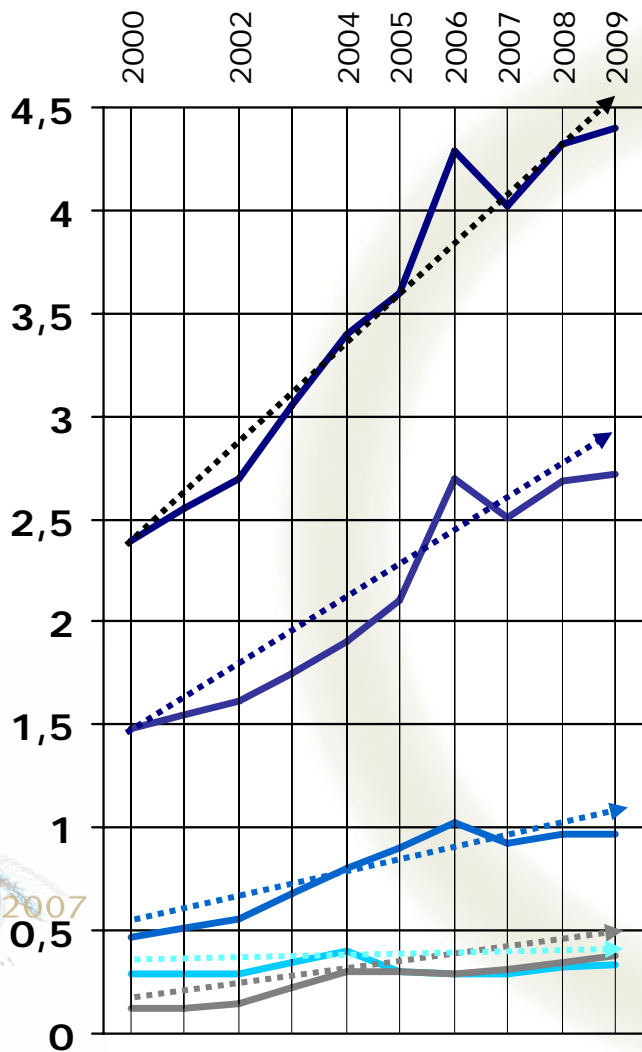


2007

ENTWICKLUNG DES  
SPONSORING-MARKTES

# Sponsoring-Volumen: 2002-2009

Entwicklung des **SPONSORING-MARKTES**



Gesamtvolumen

2007

2008

2009

4,0

4,3

4,4

Sport-Sponsoring

2,5

2,7

2,7

Medien-Sponsoring

0,9

1,0

1,0

Kultur-Sponsoring

0,3

0,3

0,3

Public-Sponsoring

0,3

0,4

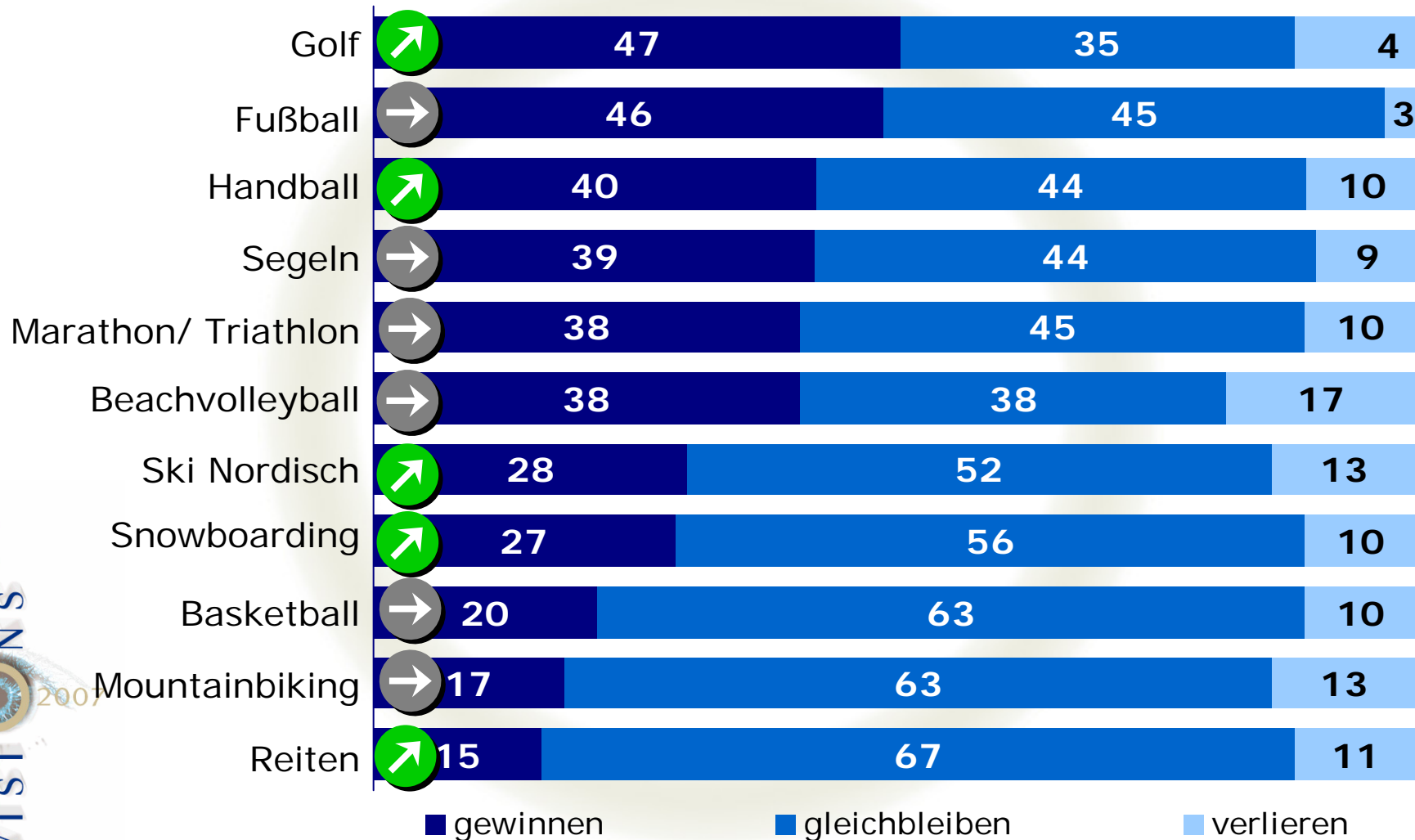
0,4

Gerundete Durchschnittswerte in Mrd. EURO  
Zielgruppe: Werbungtreibende/Agenturen  
Basis: Alle

# Sponsoring-Trend: Sport I

Entwicklung des **SPONSORING-MARKTES**

## Tendenzen

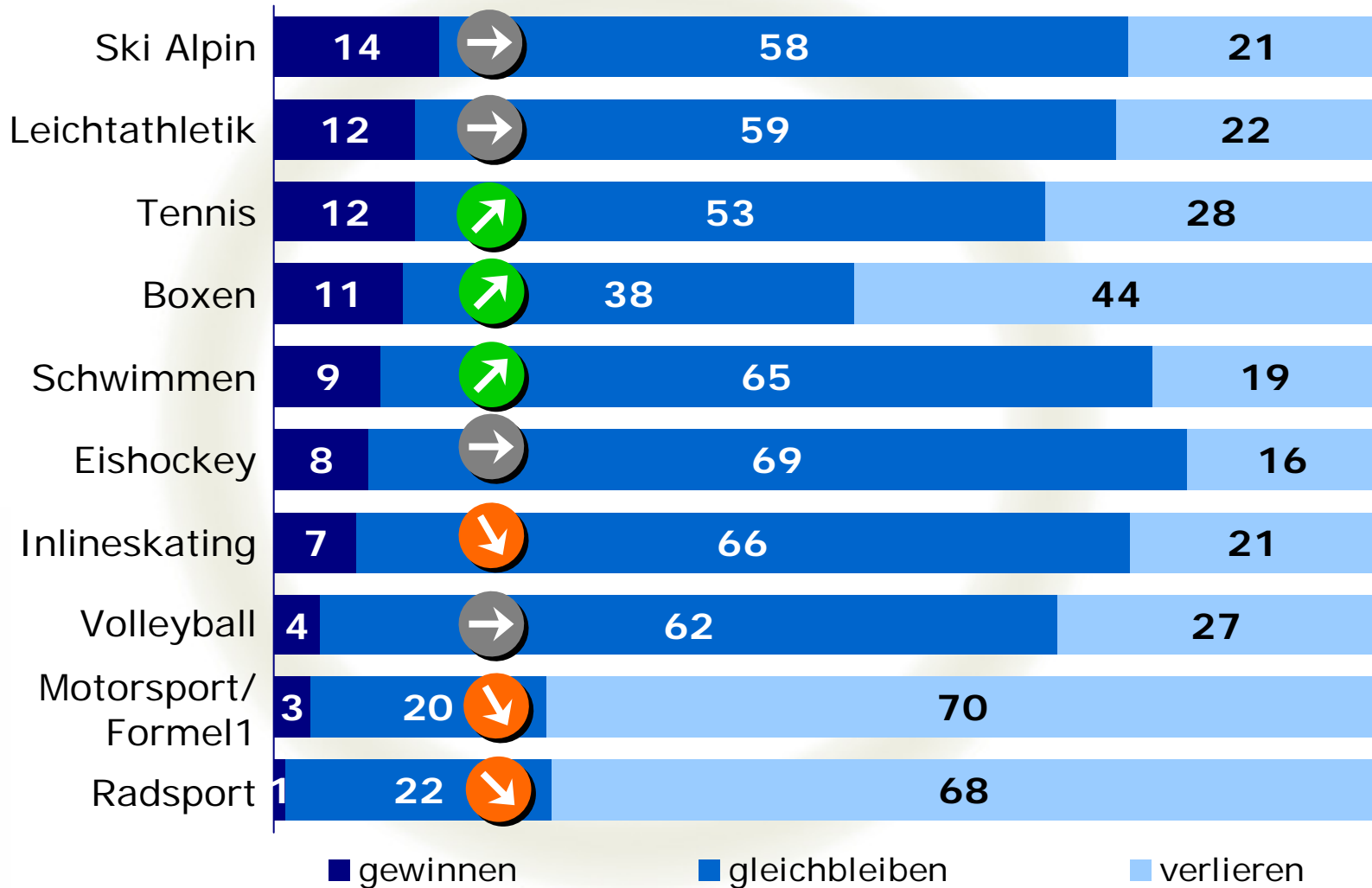


Anteilswerte in %  
Zielgruppe: Werbungtreibende/Agenturen  
Basis: Alle

# Sponsoring-Trend: Sport II

Entwicklung des **SPONSORING-MARKTES**

## Tendenzen

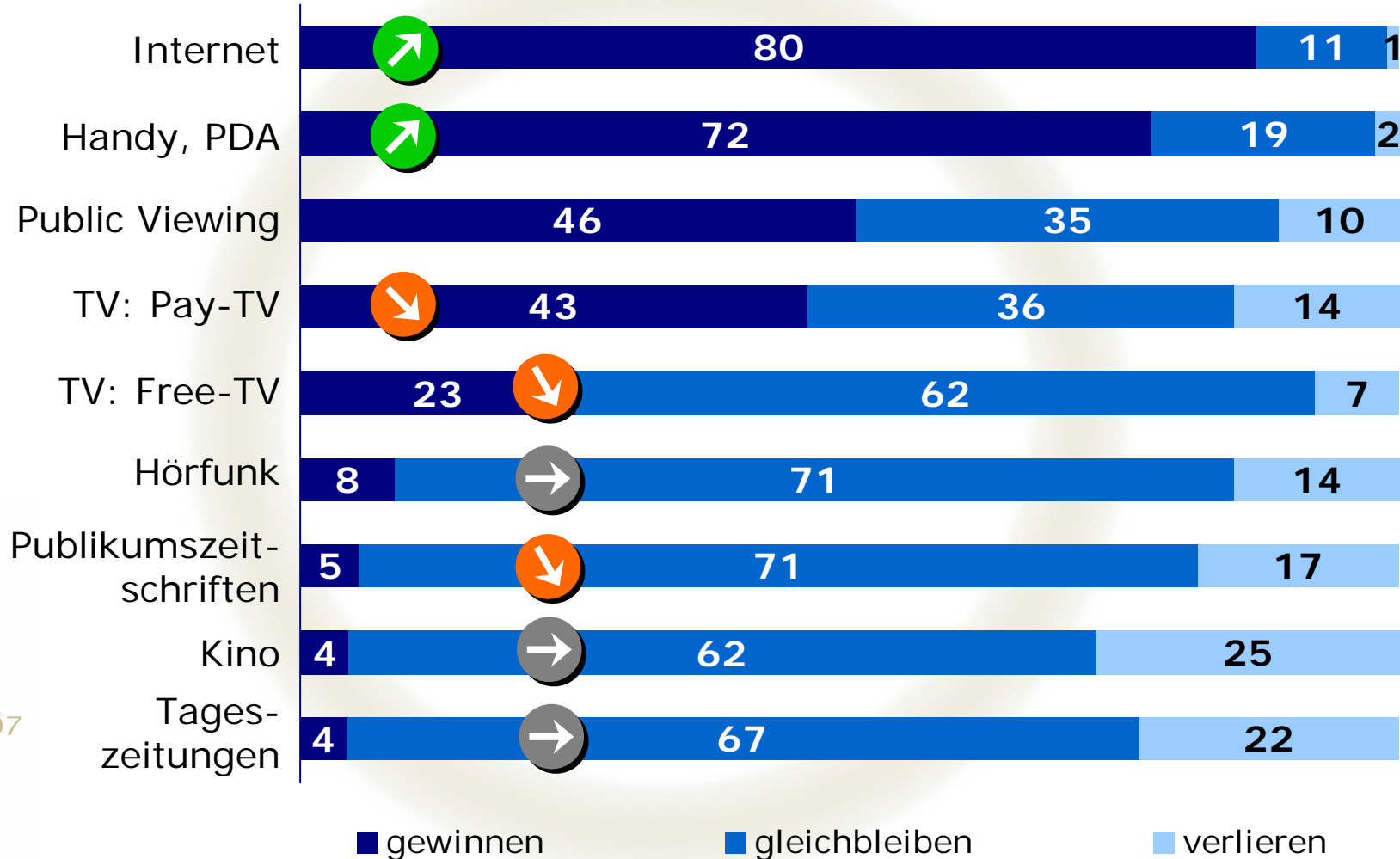


Anteilswerte in %  
 Zielgruppe: Werbungtreibende/Agenturen  
 Basis: Alle

# Sponsoring-Trend: Medien

Entwicklung des **SPONSORING-MARKTES**

## Tendenzen

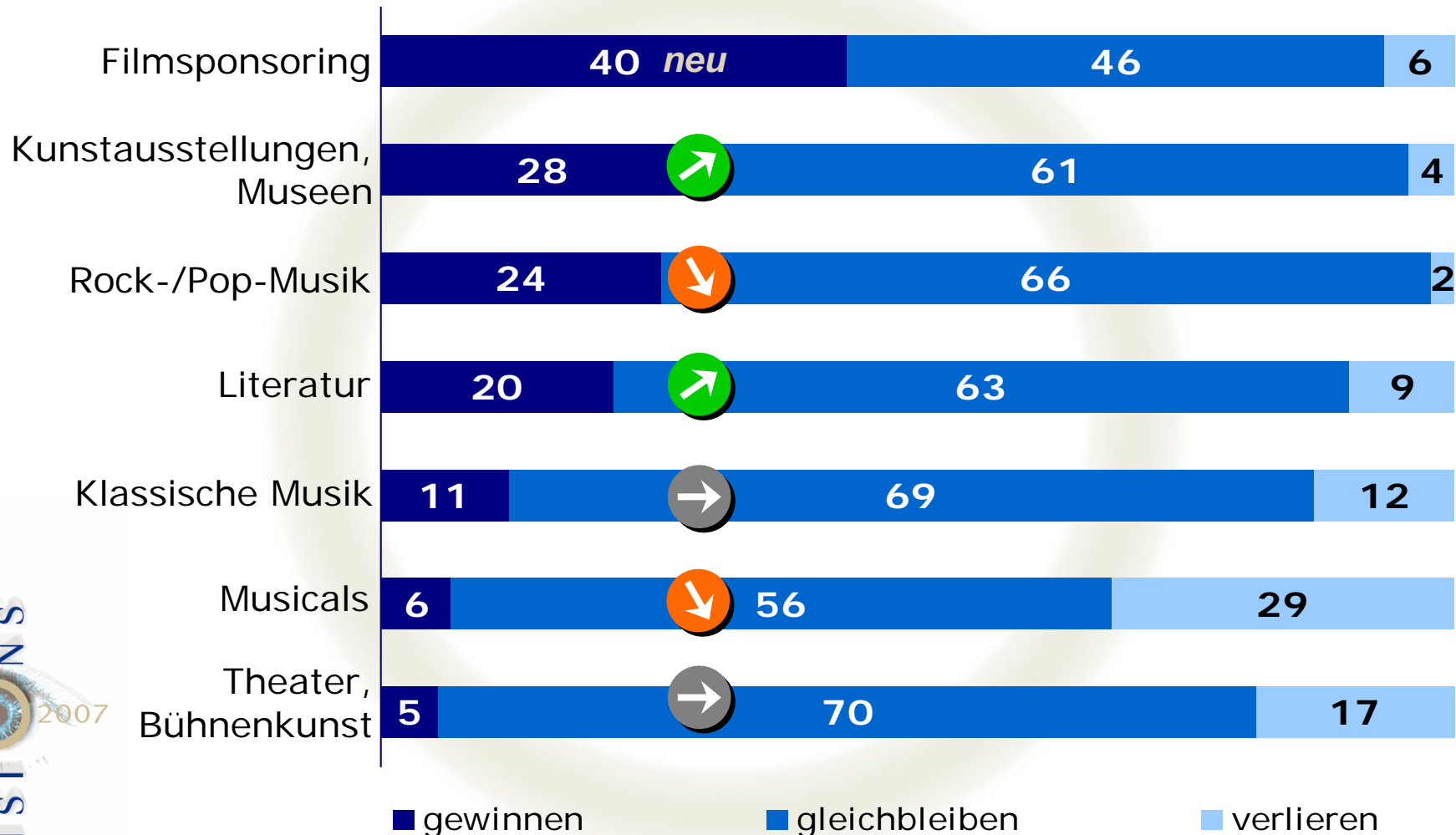


Anteilswerte in %  
Zielgruppe: Werbungtreibende/Agenturen  
Basis: Alle

# Sponsoring-Trend: Kultur

Entwicklung des **SPONSORING-MARKTES**

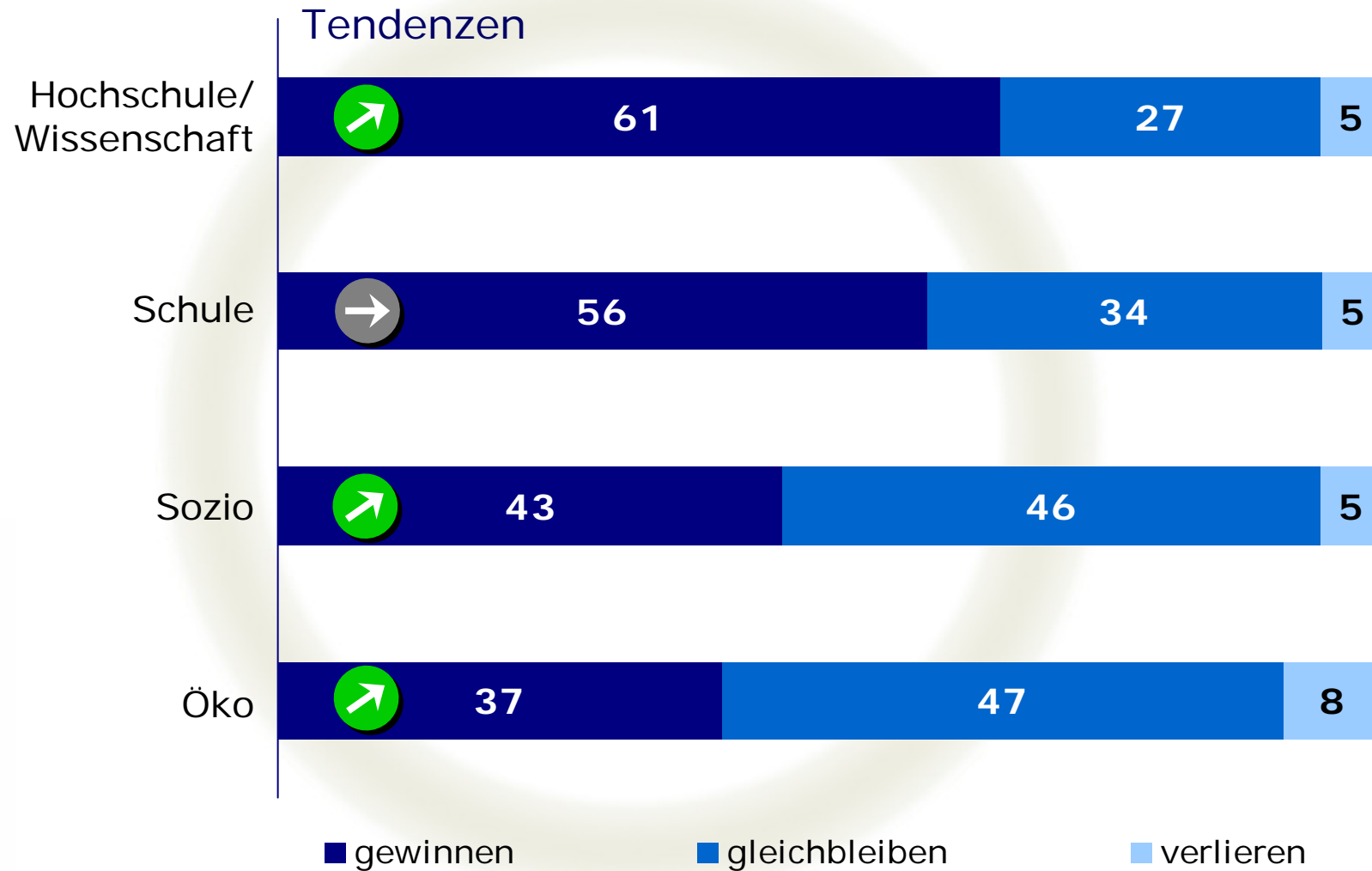
## Tendenzen



Anteilswerte in %  
Zielgruppe: Werbungtreibende/Agenturen  
Basis: Alle

# Sponsoring-Trend: Public

Entwicklung des **SPONSORING-MARKTES**



Anteilswerte in %  
Zielgruppe: Werbungtreibende/Agenturen  
Basis: Alle

NSOR

SP  
VIST



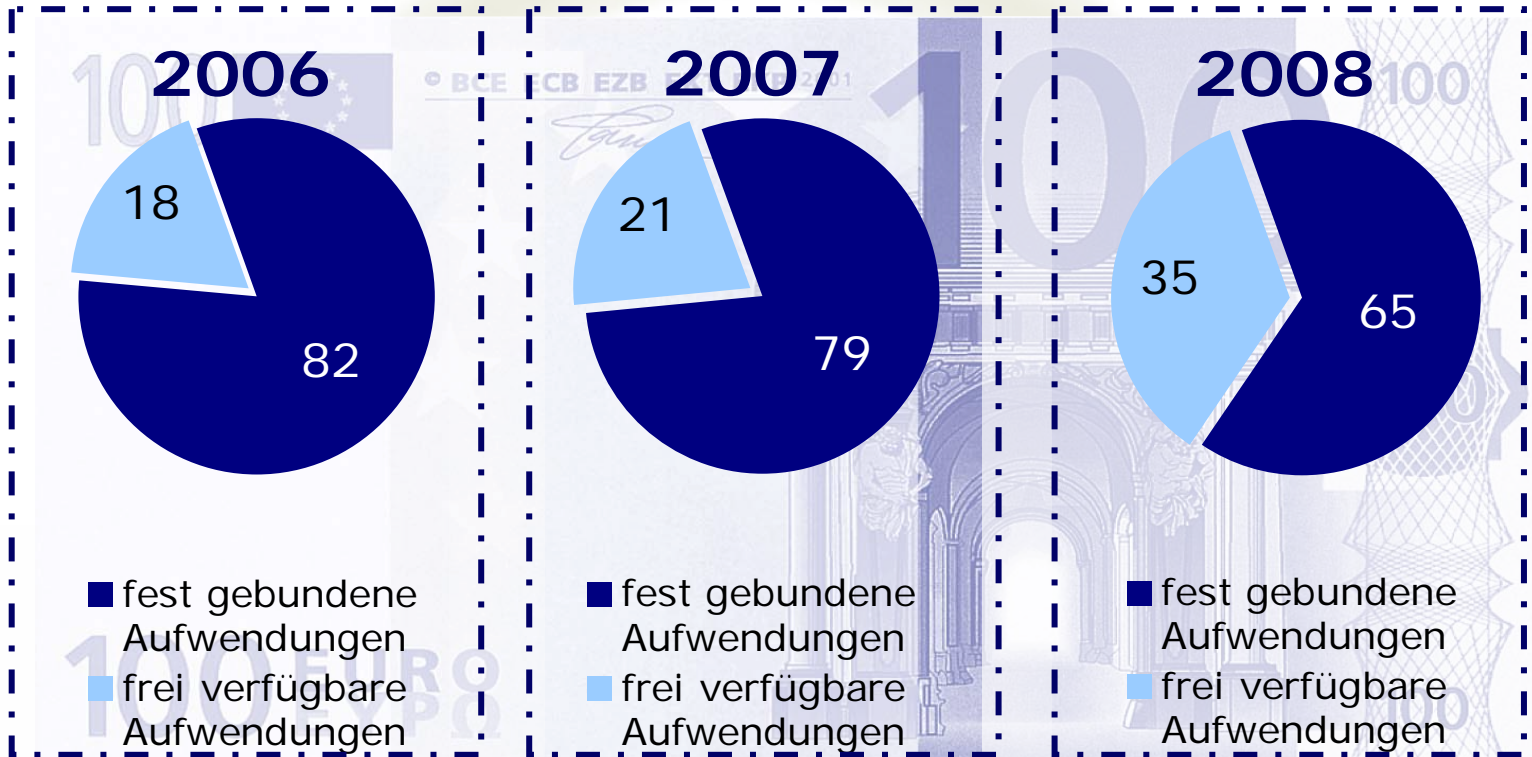
2007

SPONSORING IM FOKUS  
DER UNTERNEHMEN I

# Durchschnittliche Sponsoring-Aufwendungen 2006-2008

Sponsoring  
im Fokus der

**UNTERNEHMEN**



Anteilswerte in %  
Zielgruppe: Werbungtreibende  
Basis: Alle

# Durchschnittliche Sponsoring- Aufwendungen 2007

Sponsoring  
im Fokus der

**UNTERNEHMEN**

**3,0 Mio. €**

**Regionale  
Aufwendungen  
für 2007**

**1,0 Mio. €**

**Nationale  
Aufwendungen  
für 2007**

**1,5 Mio. €**

**Internationale  
Aufwendungen  
für 2007**

**0,5 Mio. €**

Durchschnittswerte in Mio. EURO  
Zielgruppe: Werbungtreibende  
Basis: Alle

# Sponsoring- Zielsetzungen 2007

Sponsoring  
im Fokus der **UNTERNEHMEN**



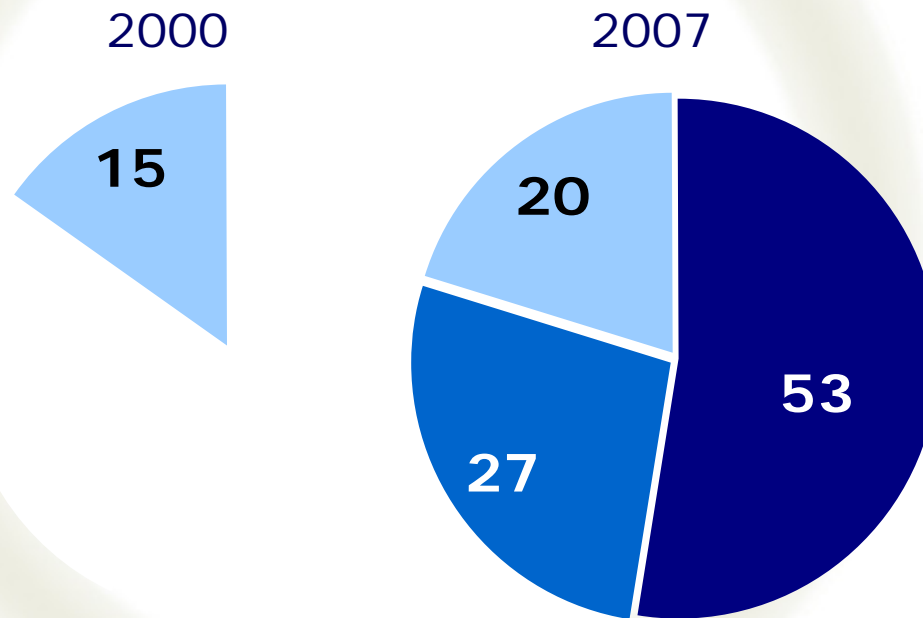
Anteilswerte in %  
Zielgruppe: Werbungtreibende  
Basis: Alle

# Werbeaufwendungen nach Kommunikationsfeldern

Sponsoring  
im Fokus der

**UNTERNEHMEN**

## Durchschnittliche Werbeaufwendungen nach Kommunikationsfeldern



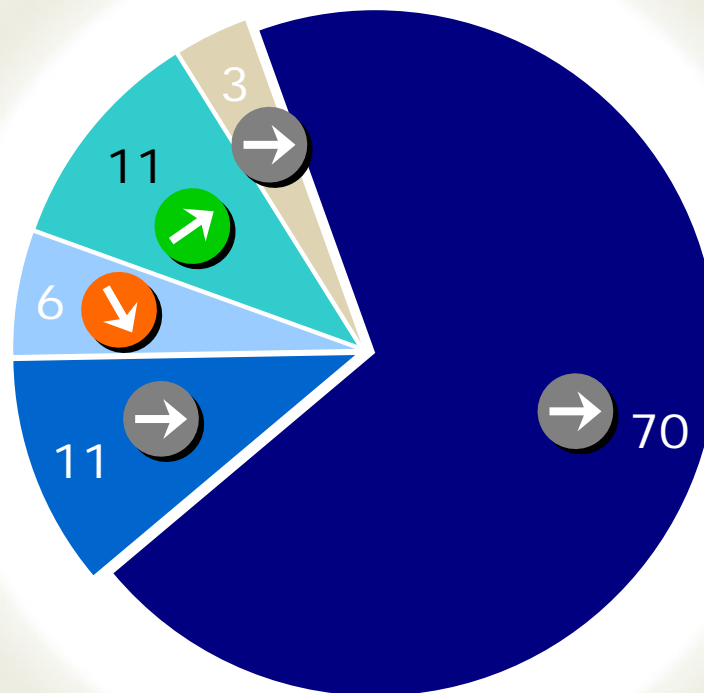
- Klassische Werbung
- Nicht-klassische Werbung
- Sponsoring

Durchschnittliche Anteilswerte in %  
Zielgruppe: Werbungtreibende  
Basis: Alle

# Sponsoring- Aufwendungen 2007 nach Einzelfeldern

Sponsoring  
im Fokus der **UNTERNEHMEN**

Tendenzen



- Sport-Sponsoring
- Kultur-Sponsoring
- Medien-Sponsoring
- Öko-/Sozio-Sponsoring
- sonstige Sponsoringaktivitäten

Durchschnittliche Anteilswerte in %  
Zielgruppe: Werbungtreibende  
Basis: Alle

# Nutzung Großevents 2007

Sponsoring  
im Fokus der

**UNTERNEHMEN**

## Events



## Bundesligen



Top Two-Anteilswerte in %  
Skalenpunkte 1 (=auf jeden Fall) und 2 (=eher wahrscheinlich)  
Zielgruppe: Werbungtreibende  
Basis: Alle