

Stichwortverzeichnis

a

Absatzziele 143
Alleinstellungsmerkmal 81
Arbeitsalltag 274
Arbeitskick 66
Ausgangsanalyse 240
Auszeichnung 181
Awards 183

b

B2B-Kontakte 49, 269
Bekanntheit erhöhen 234, 287
Bekanntheitsgrad 202
Bestandskunden 234
Betriebsblindheit 92
Bildungssponsoring 131
Bittsteller 303
Bruttosozialprodukt 103
Bundesligaverein 298
Business-Wettbewerb 186

c

Carrotmob 32
Checkliste
 effizientes Sponsoring 250
 für die Kontrolle Ihres Sponsorings 168
 für Ihren Verein 300
 Ihre Marketingstrategie 55
 Ihre momentane Unternehmensausrichtung 236
 Kommunikationswege 163
 Kunden 246
 Sponsoringauswahl 251
 Unternehmensleitbild 196
 Zielgruppen 104

Corporate Social Responsibility, CSR 36

d

Deutsche Public Relations Gesellschaft 191
Dialogstudie 2020 80
Direktmailingaktion 58

e

Edison, Thomas 53
Ehrenamtliche 299
Eigenverantwortung 63
Einzigartigkeit 96, 98
emotionale Qualität 144
empirische Marktforschung 260
Entrepreneur 27, 181
Erfolgsmessung 169
Erfolgsgeschichte 214
Erfolgsstrategien 81
ethischer Konsum 31
Expertenstatus 50, 219
Expertenwissen 46, 48
externe Kommunikation 212
exzellentes Unternehmen 35

f

Finanzplanung Ihres Marketings 253

g

gemeinnützige Organisationen 297
gemeinnütziger Verein 51
Geschäftskontakte 143
gesellschaftliche Verantwortung 21, 100, 144, 234
gewinnbringende Strategie 233

gewinnbringende Zusammenarbeit
311
Gewinnmaximierung 21, 46
Gewohnheitszone 315
Glücksforschung 64
Großunternehmen 63
Guerrilla-Marketing 57, 207, 209
Gütesiegel 183

h

häufigste Fehler im Sponsoring 171
Hirnforschung 62
Hofmann-Methode 110
höheres Preissegment 183
Holschuld der Medien 220
Human Interest 228
humanitäre Ziele 103

i

idealer Kunde 206
Ideen-Guerrilla 73
Ideenfindung 153
Ideenschmiede 48
Imagegewinn 140, 185, 234, 287
Innovationsentwicklung 48
Innovationskraft 63
innovative Ideen 47
interne Kommunikation 213
Ist-Zustand 239

j

21. Jahrhundert 90
Journalisten 230

k

Kaltakquise 49
klassische Werbung 91
kleine und mittlere Unternehmen 48
kleines Budget 84
KMU 47, 63
 Definition 63
 Sponsoring 276
Kommunikation 82
 Kommunikationsaktivitäten 73
 Kommunikationsform 73
 Kommunikationskonzepte 57
 Kommunikationsmix 160
12 Kompass-Fragen 85

Königinnenstrategie 91
Konsumverhalten 31
Kooperationsfähigkeit 49
kostenbewusste Marketingstrategie 48
kreative Marketingstrategien 21
Kreisliga 298
Kundenbindung 80
Kundeneinzugsgebiet 244, 247, 287
Kundengewinnung 274
Kundenpotenziale 273
Kundenzielgruppe 62, 176 f., 179,
244, 275, 287
Kunst- und Kultursponsoring 125

l

LEA-Mittelstandspreis 279
Leitbild 157, 173, 195
Lohas, Lifestyle of Health
and Sustainability 35

m

Management 25
Markenbekanntheit 140
Marketing
 Marketing-Kommunikation 41
 Marketing-Mix 243
 Marketingaktivitäten 275
 Marketingarbeit 186
 Marketinggedanken 310
 Marketinggewinn 261
 Marketingideen 282
 Marketingkommunikation 201
 Marketingkonzept 47, 61, 255
 Marketingkultur 62
 Marketingmaßnahmen 282
 Marketingstrategie 63, 79, 81, 242,
244, 269
 Marketingstrategie mit Sponsoring
233
 Marketingstruktur für Vereine 299
 Marketingtool 48, 169
 Marketingwissenschaftler 55
 Marketingziele 160, 234, 304
Marktanalyse 160, 256
Marktanteile 176
marktfähig 298
Marktposition 47, 194
Marktpotenziale 238

Marktwert 218
Massengeschäft 50
Medien 217
Mediensponsoring 137
Mitarbeitermotivation 142, 234, 272
Mittelstand 42
mittelständische Unternehmen 193
Motivation 31
Motive für Sponsoring 311
Mundpropaganda 244

n

Nachhaltigkeit 209
Netzwerke 244
neues Unternehmenszeitalter 19
Neukundengewinnung 223
Nutzenmaximierung 21, 100, 314

o

öffentlichkeits- und kundenwirksames
Sponsoring 243
Öffentlichkeitsarbeit 191ff.
Ökonomie der Aufmerksamkeit 22
Ökosponsoring 135

p

Perspektivenwechsel 313
Plattform 309
Positionierung 183
Potenzialanalyse 275
potenzielle Sponsoren 297
PR-Aktionen 189
PR-Aufhänger 218
praxisorientierte Sponsoringstrategien
49
Preis-Leistungs-Verhältnis 157
Preisverleihung 183
Pressearbeit 48, 217ff.
Presseartikel 50, 185, 287
Pressekonferenz 228
Pressemitteilung 223, 226
Presseportale 231
Projektteam 304
Prominente 189

q

Querdenker 34

r

Raffée, Hans 73
Redaktionsreise 230

s

Schirmherren 189
Schlegel, Friedrich 54
Schlüsselunternehmen der Zukunft
22, 100, 117, 199
Selbst-PR 48, 80, 91, 283
Selbsteinschätzung 92
Sensations-Marketing 208
Sieben Grundlagen
des KMU-Sponsorings 244
Sinnfinder 33
sinnstiftende Unternehmen 48
sinnvolles Sponsoring 244
sinnvolles Tun 309
Social Entrepreneur 266
Sozialangebot 155
Sozialsponsoring 127
Special Olympics 61
Spende 308
Spendenmärkte 310
Spendenquittung 308
Spender 310
Sponsoren 297
Sponsorenleistung 178
Sponsorensuche 61, 297
Sponsoring
Sponsoring aus dem Bauch 303
Sponsoringaktivitäten 43
Sponsoringanfrage 156, 308
Sponsoringangebot 303
Sponsoringbudget 253
Sponsoringengagement 211
Sponsoringetat 162
Sponsoringlaufzeit 157
Sponsoringpartner 256
Sponsoringplanung 304
Sponsoringstrategie 120, 148, 150,
233, 255, 305
Sponsorship 159
Sportangebot 153
Sportsponsoring 121
Steuerlast 308
Steuervorteil 310
strategische Kooperation 115

Streuverlust 245
SWOT-Analyse 240
Synergieeffekte 73
systematische Marketingstruktur bei
Vereinen 300

t

Telefontraining 50
Tue Gutes und sprich darüber 298

u

Umdenkprozess 54
Umsatzgewinnung 275, 279
Umsatzrekorde 46
Umsatzsteigerung 96
Umsatzziele 167, 234
Unternehmenserfolg 48
Unternehmensgewinn 308
Unternehmenskommunikation 21,
163, 171, 174, 211f., 242, 272, 313
Unternehmenskultur 195, 234
Unternehmensleistung 265
Unternehmenspolitik 201
Unternehmenspositionierung 21
Unternehmenspositionierung unter
ökologischen Aspekten 214
Unternehmensprofil 201
Unternehmensstrategien 313
Unternehmenswert 69
Unternehmenszeitalter 93
Unternehmensziele 255
Unzufriedenheit 53

v

Vereine 297ff.
Vereins-PR 298
Vereinsbroschüre 298
Vereins-sitzungen 297
Vereinsstrukturen 305
Verkaufsförderung 49
Vermarktung 101

Vermarktungsstrategie 64
Vertrauensverhältnis 308, 311
Vorreiterrolle 234

w

Wachstumschancen 240
Weiterbildung 47
Werbebotschaft 57
Werbebudget 56, 69, 280, 287
Werbedenke 222
Werbeformen 74
Werbemaßnahmen 282
Werbestrategien 244
Werbung mit Seele 117
werteorientierte Mitarbeiterfüh-
rung 30
Wertschätzung 31, 308
Wettbewerbe 51, 181, 222
Wettbewerbe selbst ausschreiben
189
Wettbewerbsfähigkeit 71
Wettbewerbsvorteil 217
Wiederholungsquote 308
Wiederholungssponsoring 310
Win-Win-Geschäft 310
Wirtschaftsethik 22
Wirtschaftskrise 20, 54
Wirtschaftsministerium Baden-
Württemberg 279
Wissenschaft zur Wirkung
von Sponsoring 260
Wunschkunden 201

z

Zerfaß, Ansgar 212
Zielgruppen 104, 202
Zukunft des ethischen Konsums 31
Zukunftschancen 31
Zukunftsperspektive 68
zukunftsweisend 48

