

» Prognose der Sponsoringausgaben deutscher Unternehmen

Sponsoringarten	2010	2011	2012
	in Mrd. €		
Sportsponsoring	2,6	2,6	2,7
Mediensponsoring	0,8	0,8	0,9
Kultursponsoring	0,3	0,3	0,3
Publicsponsoring	0,5	0,5	0,5
Gesamtvolumen	4,2	4,2	4,4

Hinweis: Grundlage der Daten ist eine repräsentativ angelegte telefonische Befragung deutscher Unternehmen mit ergänzendem Online- oder Papierfragebogen. Insgesamt 209 Werbung-/Sponsoring treibende Unternehmen bzw. Agenturen konnten in der Auswertung berücksichtigt werden. Dies entspricht einer Ausschöpfung von rund 50%.

Wortlaut der Frage: „Nach Schätzungen betragen die Gesamtausgaben für Sponsoring-Maßnahmen in Deutschland im laufenden Kalenderjahr [2009; Anm. der Red.] ca. 4,6 Mrd. Euro, wobei sich die unten verzeichnete Verteilung auf die einzelnen Sponsoring-Felder ergeben würde. Wie schätzen Sie die Entwicklung für die nächsten 3 Jahre ein?“

Quelle: *Sponsor Visions 2010*, hrsg. v. *pilot checkpoint GmbH und Fachverband Sponsoring, Hamburg 2010*.