



Diese Meldung wurde von [presstext.schweiz](http://www.presstext.schweiz) ausgedruckt und ist unter <http://www.presstext.ch/pte.mc?pte=110201020> abrufbar.

## Sport dominiert österreichischen Sponsoringmarkt Fußball ist häufigste Sponsoringplattform, Ski Alpin nur auf Rang vier

Wien/Köln (pte/01.02.2011/12:45) - Nach aktuellen Einschätzungen des Beratungsunternehmens "Sport + Markt" <http://www.sportundmarkt.de> sind im Jahr 2009 in Österreich aus einem Werbevolumen von etwa 3,3 Mrd. Euro rund 300 Mio. Euro in Sponsoringaktivitäten im Sportbereich geflossen. Im Vergleich zu 2008 ist trotz eines gleichbleibenden Werbevolumens der Umfang der Sportsponsoringaktivitäten um rund ein Viertel angestiegen. Dies geht aus dem Sponsoring-Barometer Österreich hervor, das in Kooperation mit der Europäischen Sponsoring-Börse (ESB) <http://www.esb-online.com> im Oktober 2010 durchgeführt wurde.



Fußball dominiert den Sponsoring-Bereich (Foto: Gepa Pictures)

Erwartungsgemäß wird auf den Bereich des Sports nicht nur der größte Anteil des Budgets verwendet (knapp 50 Prozent). Auch bei der tatsächlichen Nutzung kann sich das Sportsponsoring auf dem ersten Platz positionieren. "Bedeutende Zuwächse lassen sich auch in den Bereichen des Kunst- und Kultursponsorings sowie des Soziosponsorings erkennen. Das sind zwei Bereiche, denen positive Auswirkungen auf die Corporate Social Responsibility zugerechnet werden. Durch diese Engagements konnten sich Unternehmen auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten geschickt positionieren", meint Veit Wolff, Sales Director Austria von Sport + Markt, gegenüber presstext.

### Fußball vor Volkslaufsport

Für sponsoringaktive Unternehmen stellt der Fußball in Österreich auch 2010 mit großem Abstand die beliebteste Sponsoringplattform dar. Diese Top-Platzierung der beliebtesten Mannschaftssportart wurde im Anschluss an die Europameisterschaft 2008 erwartet und konnte nun minimal ausgebaut werden. An zweiter Stelle findet sich der Volkslaufsport, in welchem sich über ein Drittel der befragten Unternehmen als Sponsoren betätigten. "Ski Alpin landet nur auf Rang vier, wobei hier das tatsächliche Sponsoringvolumen im Verhältnis größer ausfällt", so Wolff weiter.

Das stärkste Wachstum im österreichischen Sponsoringmarkt prophezeien die Fachleute Golf, Volkslaufsport und Skispringen. Fußball und Ski Alpin sind bereits so große Plattformen, dass Experten hier ein weiteres Wachstum bescheinigen, dass aber im Verhältnis nicht so groß ausfallen kann.

### Sponsoring mit anderen Kommunikationsaktivitäten kombinieren

Der Großteil der österreichischen sponsoringtreibenden Unternehmen (66 Prozent) verbindet das Sponsoringengagement mit anderen Kommunikationsaktivitäten. Die beliebtesten Instrumente zur Vernetzung des Sponsoringengagements waren dabei Maßnahmen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations, Einladungen von VIPs/Hospitality sowie klassische Werbung.

Die Öffentlichkeitsarbeit nimmt vor dem Hintergrund der aktuellen CSR-Thematik sicherlich einen besonderen Stellenwert ein. Allerdings gaben nach wie vor 22 Prozent der befragten Unternehmen an, Sportsponsoring isoliert einzusetzen. "Dies dürfte hauptsächlich bei kleineren, lokalen Engagements der Fall sein. Dennoch wird hier noch zu viel Potenzial ungenutzt verschenkt", meint Wolff gegenüber presstext. (Ende)