17.10.2019 – 10:15 Uhr

Klassisches Individualsponsoring verliert an Bedeutung

Wien (ots) -

Die "ESB Face2Face Breakfast Session" bei TPA servierte zum Frühstück brisante Themen aus der Welt des Sportsponsorings.

40 Entscheidungsträger aus Sport, Entertainment und Marketing kamen zur neuen Veranstaltungsreihe von ESB Marketing Netzwerk nach Wien. Den perfekten Rahmen für diese exklusive Networking-Plattform boten in die Räumlichkeiten der TPA im Hauptbahnhof. Gemeinsam mit den Partnern Western Union Business Solution, TPA und dem Senat der Wirtschaft diskutierte man über die neuesten Trends im Sportbusiness.

"Das klassische Sponsoring verliert an Bedeutung", sagte Michael Holzer von Mensch und Marke. Sponsoring wird immer globaler. Neue Idole drängen auf den Markt. "Junge Sportler wollen sich dem Diktat "Wer zahlt schafft an" nicht mehr unterziehen. Sie wollen nicht als fahrende Litfaßsäule gesehen werden", so Holzer. Vielfach fehle die zwischenmenschliche Beziehung. Im Sportsponsoring sei daher ein Paradigmenwechsel nötig. Die Tendenz geht laut Holzer dahin, dass Sponsoring vermehrt zum Beziehungsmarketing wird.

Gerade für KMUs biete dies ganz neue Möglichkeiten. "Sponsoring soll nicht als reiner Abschreibposten, sondern als Chane zur Zusammenarbeit und zum Wissenstransfer gesehen werden", so Jochen Ressel, Senat der Wirtschaft. Die Zusammenarbeit zwischen Sportler und Unternehmen solle dazu genützt werden, um gemeinsame Werte zu schaffen. Dazu müsse sich aber die Grundeinstellung ändern. Um sich einer global agierenden Welt zurecht zu finden, müsse man sich vernetzten, Wissen teilen und weitergeben. Einen Beitrag dazu leistet die neue Plattform der ESB. Die gelungene Mischung aus kurzem Wissenstransfer mit morgendlichem Networking wird das nächste Mal in Graz stattfinden.

Kontakt:

ESB Marketing Netzwerk
http://www.esb-online.com

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100063300/100834103 abgerufen werden.