

# Ohne Sponsoring kein Sport



## Bedeutung des Sportsponsorings für die breite Basis der Sportvereine in Deutschland

Sponsoring ist nicht nur eine unverzichtbare Finanzierungsquelle für den Profisport sondern auch wichtiges Rückgrat des vereinsorganisierten Sports in Deutschland. Ohne die Unterstützung von Unternehmen könnten unzählige Vereine ihre Angebote, die für die lokalen Gemeinschaften mehr sind als ein Sportangebot, nicht aufrechterhalten – vom Fußballtraining der Kinder bis zum Inklusionssport für Erwachsene. Sponsoring schafft soziale Teilhabe, fördert den Nachwuchs und hält die Vereinsstrukturen am Leben.



Sponsoring schafft soziale Teilhabe, fördert den Nachwuchs und hält die Vereinsstruktur am Leben.

## Breitensportsvereine leben von Sponsoring

Neueste Studien zeigen: 60 % aller Breitensportvereine in Deutschland erhalten Sponsoring-Leistungen. Das Engagement umfasst sowohl finanzielle Mittel als auch Sachleistungen – etwa Trikots, Ausrüstung oder Unterstützung bei Veranstaltungen.

### Sponsoring in Zahlen

Von allen  
Breitensportvereinen  
erhalten

**60 %**

Unterstützung  
durch Sponsoring

Bei zahlreichen  
Vereinen macht  
Sponsoring

**> 30 %**

des Gesamtbudgets  
aus

Ein gesponserter  
Breitensportverein  
erhält durchschnittlich

**15.000€**

pro Jahr durch  
Sponsoring und  
Sachleistungen

### **ÜBERLEBENSWICHTIG**

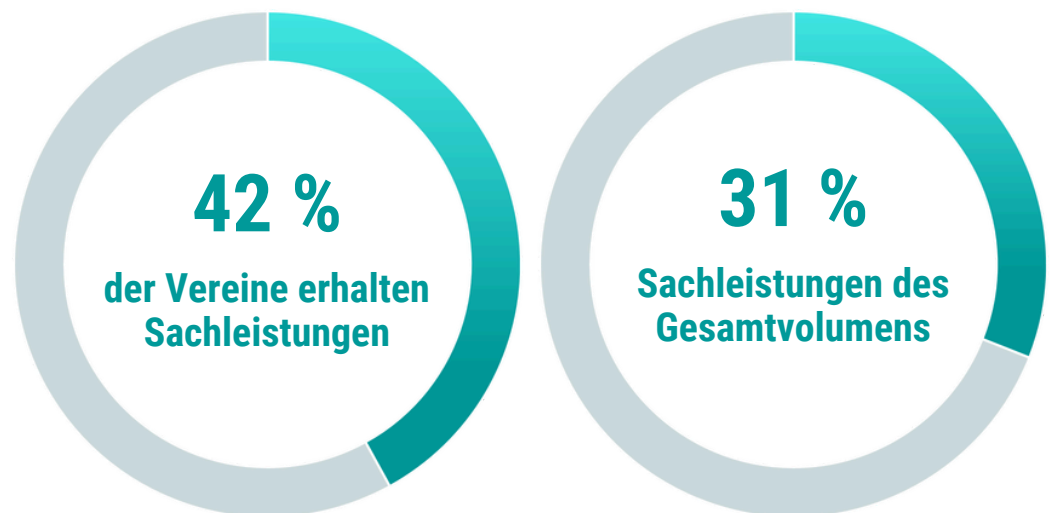
Sponsoring ist keine Kür, sondern eine überlebenswichtige Einnahmequelle für die breite Basis der Sportvereine in Deutschland. Ohne diese Mittel müssten Angebote gestrichen werden oder Mitgliedsbeiträge steigen. Dies gefährdet gerade den niedrighschwelligen Zugang zu Vereinssport, der für seine gesellschaftliche Kraft so wichtig ist.

## Sachleistungen und Vielfalt im Sponsoring

### Sachleistungen sind unverzichtbar

Besonders deutlich zeigt sich die Bedeutung des Sponsorings bei den Sachleistungen: Nahezu jeder zweite Verein erhält direkte Unterstützung durch notwendige Ausstattung, Infrastruktur oder Dienstleistungen. Knapp ein Drittel des gesamten Sponsoringvolumens für Vereine entfällt auf Sachleistungen.

*Für die Breitensportvereine ist dies oft genauso wertvoll wie direkte Geldleistungen. Ohne kostenlose Trikots, neue Bälle oder Unterstützung bei der Durchführung von Veranstaltungen wäre der Sportbetrieb vielerorts kaum möglich..*



### Vielfältige Vereine - vielfältiges Sponsoring

Während manche Breitensportvereine weniger als 5.000 € Sponsoring im Jahr erhalten, sind es bei anderen über 40.000 €. Eine Bandbreite, die die Vielfalt der deutschen Sportvereinslandschaft widerspiegelt – vom lokalen Dorfverein bis hin zu größeren regionalen Clubs. Sponsoring ohne Sachleistungen macht durchschnittlich bei den gesponserten Vereinen mehr als 15 % der Gesamteinnahmen aus.



## Gesellschaftliche Wirkung und Herausforderungen

### Gesellschaftliche Wirkung

Sponsoring im Breitensport ist mehr als reine Finanzierung.  
Es stärkt Unternehmen und Vereine durch lokale Partnerschaften:

#### Den Kinder- und Jugendsport

Ermöglicht Bewegung und Gesundheit für die nächste Generation

#### Die Integration

Schafft Angebote für alle - unabhängig von Herkunft oder Einkommen

#### Die Gemeinschaft

Fördert lokale Partnerschaften zwischen Unternehmen und Vereinen

### Risiken und Herausforderungen

So stabil und unverzichtbar Sponsoring im Breitensport ist, so verletzlich bleibt es:

#### Regulatorische Eingriffe

Werbeverbote oder Einschränkungen selbst in einzelnen Branchen können erhebliche Lücken in Vereinsbudgets reißen

#### Steigende Mitgliedsbeiträge

Ohne Sponsoring müssten Mitgliedsbeiträge steigen - eine Belastung, die viele Vereine und Familien treffen würde

#### Rechtliche Unsicherheit

Fehlende rechtliche Absicherung macht die Finanzierung anfällig

## Appell für die Zukunft des Vereinssports

Sponsoring sichert die Zukunft der Breitensportvereine. Es finanziert die Vereinsarbeit, ermöglicht Sportangebote für jung bis alt, hält die Vielfalt der Sportarten lebendig und trägt zum gesellschaftlichen Zusammenhalt bei.

## Damit Sponsoring auch morgen noch wirkt, braucht es klare Signale:

### Politik

Muss verlässliche Rahmenbedingungen schaffen und Werbeverbote vermeiden

### Unternehmen

Sollten ihr Engagement ausbauen und gesellschaftliche Verantwortung übernehmen



### ENTSCHEIDENDER MOMENT

Angesichts der Bedeutung von Sportsponsoring für den deutschen Sport und einer Wachstumstendenz ist es jetzt entscheidend, die richtigen Rahmenbedingungen zu setzen, um diesen Trend zu stützen.

**Vom Nachwuchs- bis zum Spitzensport, vom Ascheplatz  
bis zum Stadion, vom Breiten- bis zum Profisport:**

# Ohne Sponsoring kein Sport