



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Brauereien sponsern verstärkt Mannschaftssport & Musik



Mit durchschnittlich 111 Sponsoringprojekten leben Brauereien ihr gesellschaftliches Engagement. Im Sponsoringfokus der Brauhäuser stehen der Mannschaftssport und musikalische Veranstaltungen wie Festivals, Konzerte oder Volksfeste.

Esslingen am Neckar, 25. Februar 2021 – In der thematischen Ausrichtung der Sponsoringaktivitäten der zehn analysierten Brauereien nehmen Sportprojekte mit einem Anteil von 44 Prozent den größten Stellenwert ein, dahinter folgen Kultur und Soziales. Bildungs- sowie Umweltprojekte werden von den Unternehmen seltener gefördert. Lediglich 107 der insgesamt 1.112 für die ‚Studie Sponsoring Brauereien 2021‘ erfassten Sponsoringprojekte fallen in diesen Bereich.

Brauereien engagieren sich verstärkt im Bereich Teamsportarten. Fußball dominiert dabei. Daneben werden beispielsweise Veranstaltungen oder Vereine im Basketball, Eishockey, Football oder Handball unterstützt. Im Bereich Kultur steht das Musiksponsoring mit 188 Projekten an erster Stelle. Förderung erfahren hier unter anderem Festivals, Konzerte oder Volksfeste. Über alle untersuchten Projekte zeigt sich hinsichtlich der Periodizität eine längerfristige Ausrichtung. Bei über 40 Prozent der Projekte ist das Engagement permanent. Nur knapp jedes vierte Projekt erfährt einmalige Unterstützung.

Die Kommunikation der Sponsoringprojekte lebt von Bildern. In den Social Media zählen Fotos zu den beliebtesten visuellen Elementen. Rund ein Viertel der Beiträge enthalten Videos, um Atmosphäre und Spirit eines Sponsoringevents zu übertragen. Radeberger erweist sich in den Social Media am aktivsten mit über 260 Beiträgen und Videos innerhalb eines Jahres, ermittelt auf Facebook, Twitter und YouTube. Die Brauereien kommunizieren ebenfalls über Printmedien. Im Durchschnitt informieren 12,6 Pressemitteilungen pro Unternehmen über deren Sponsoringaktivitäten. Über alle analysierten Kommunikationsmaßnahmen hinweg verzeichnen Krombacher, Paulaner und Radeberger die höchsten Anteile. Auf die drei Unternehmen entfallen zusammen 74 Prozent der Kommunikationsmaßnahmen.

Über die Studie:

Die ‚Studie Sponsoring Brauereien 2021‘ von *research tools* analysiert 1.112 Sponsoringprojekte der zehn Brauereien AB InBev Deutschland, Bitburger Gruppe, Carlsberg-Holsten Gruppe, Dinkelacker, Krombacher, Paulaner Gruppe, Radeberger Gruppe, Rothaus, Veltins, Warsteiner Gruppe. Sie gibt auf 245 Seiten Einblick in die fünf Sponsoringbereiche Bildung, Kultur, Soziales, Sport und Umwelt. Der Untersuchungszeitraum der analysierten Projekte umfasst zwölf Monate.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-sponsoring-brauereien-2021>

Über research tools:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft research tools mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: www.research-tools.net

Pressekontakt:

Uwe Matzner

research tools

Kesselwasen 10

73728 Esslingen am Neckar

Tel. +49 (0)711 - 55090381

Fax +49 (0)711 - 55090384

uwe.matzner@research-tools.net