



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Energiesponsoring: Sport und soziale Projekte stehen im Fokus



Energieanbieter unterstützen mit ihren Sponsoringaktivitäten häufig Projekte für Sport oder Soziales. Kultur-, Bildung- oder Umweltprojekte verfügen zusammen über einen Anteil von 42 Prozent. 16 Prozent der Projekte laufen permanent, jedes achte Projekt ist international angelegt.

Esslingen am Neckar, 11. Juli 2017 – Unter den Sponsoringaktivitäten der zehn analysierten Energieanbieter nimmt das Sponsoring von Sport und sozialen Projekten mit einem Anteil von 29 beziehungsweise 28 Prozent den größten Stellenwert ein. Kultursponsoring liegt auf Platz drei noch vor Bildung. Umweltsponsoring steht mit lediglich 22 Projekten der insgesamt 357 für diese Studie erfassten Sponsoring-Projekte an letzter Stelle. Mit 46 beziehungsweise 37 Projekten sind Einzeldisziplinen im Sport sowie Projekte für Schüler und Vorschüler die beiden Top-Kategorien.

Die zehn im Sponsoring überdurchschnittlich aktiven und in der vorliegenden Studie betrachteten Energieanbieter setzen merklich unterschiedliche Themenschwerpunkte. So unterstützen die Stadtwerke Tübingen verstärkt Sportprojekte, Badenova sponsert überdurchschnittlich viele Kulturprojekte und der RheinEnergie liegen im Sponsoring Bildungsprojekte am Herzen.

Die Periodizität des Sponsorings von Energieanbietern zeigt eine langfristige Ausrichtung, denn ein Großteil der Projekte wird jährlich, mehrmals pro Jahr oder gar permanent gefördert. Im Durchschnitt ist nur etwas mehr als ein Viertel der Projekte auf einmalige Förderung angelegt. Vattenfall verfügt von den zehn Anbietern über den höchsten Anteil an permanenten Projekten. Zudem demonstrieren die Energieanbieter mit Sponsoringaktivitäten ihre regionale Verbundenheit. Im Durchschnitt sind 79 Prozent der Projekte regional angelegt.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Studie Sponsoring Energie 2017“ von *research tools* analysiert mehr als 350 Sponsoring-Projekte der zehn Energieanbieter Badenova, E.ON, EnBW, ENSO, Entega, innogy, RheinEnergie, Stadtwerke München, Stadtwerke Tübingen, Vattenfall. Sie gibt auf 207 Seiten Einblick in die fünf Sponsoringbereiche Bildung, Kultur, Soziales, Sport und Umwelt. Neben Sponsoring-Kennzahlen der Energieanbieter erfolgt ein Sponsoring-Benchmarking. Eine statistische Positionierungsanalyse der Anbieter rundet die Studie ab.

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