SponsorFOCUS Jahresbilanz 2016

Mag. Klaus Fessel

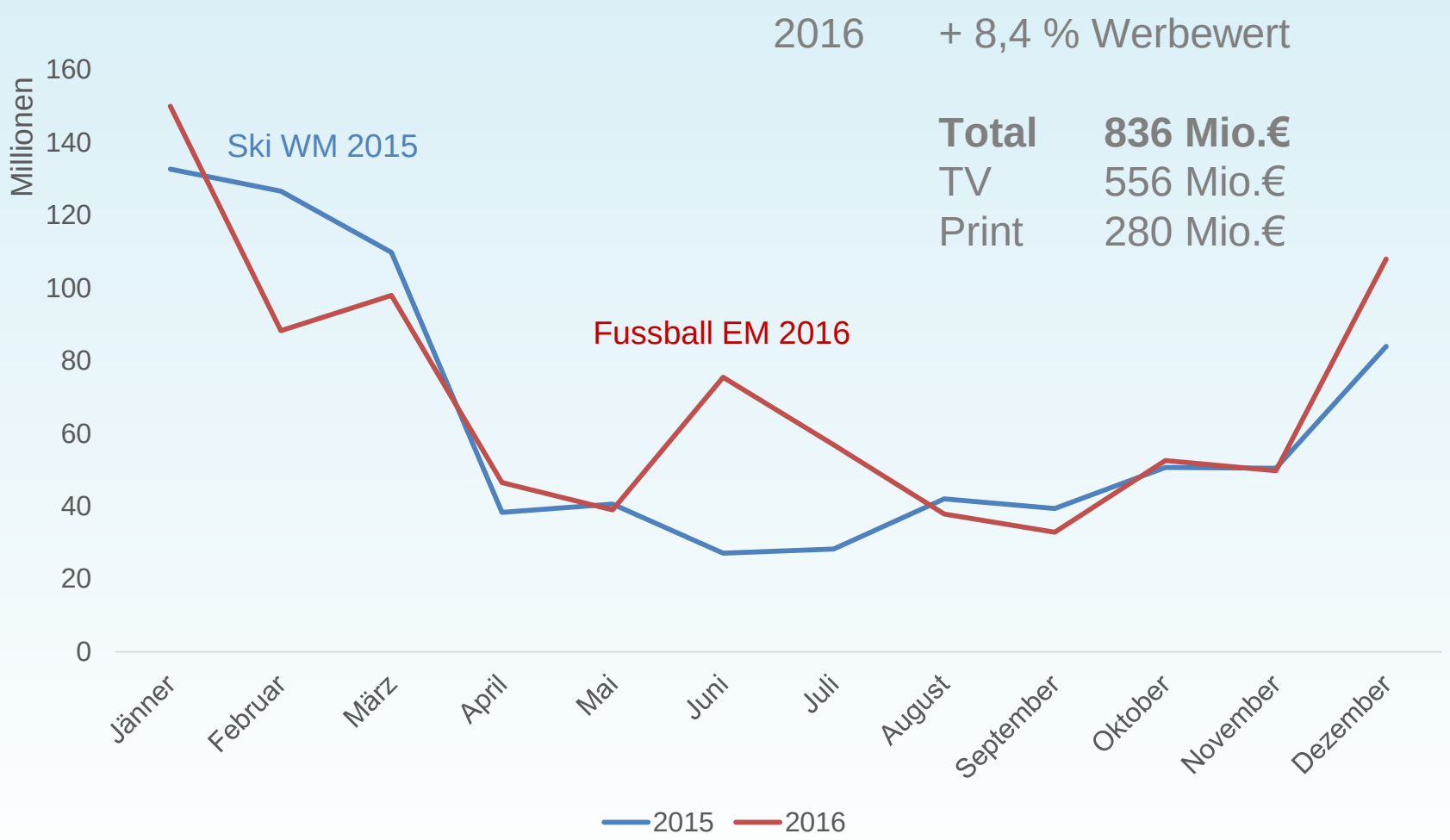
Marcel Grell, MSc

Agenda - Sponsoring Jahresbilanz 2016

- Saisonalität
- Stellenwert der Sportarten
- TOP Events
- Ausgewählte TOP Ereignisse
- Sportlerranking
- Markenranking
- Platzierungsranking
- Stellenwert nach Wirtschaftsbereichen
- Sponsoraktivitäten in TOP Medien
- Regionsranking

© FOCUS 2/2017

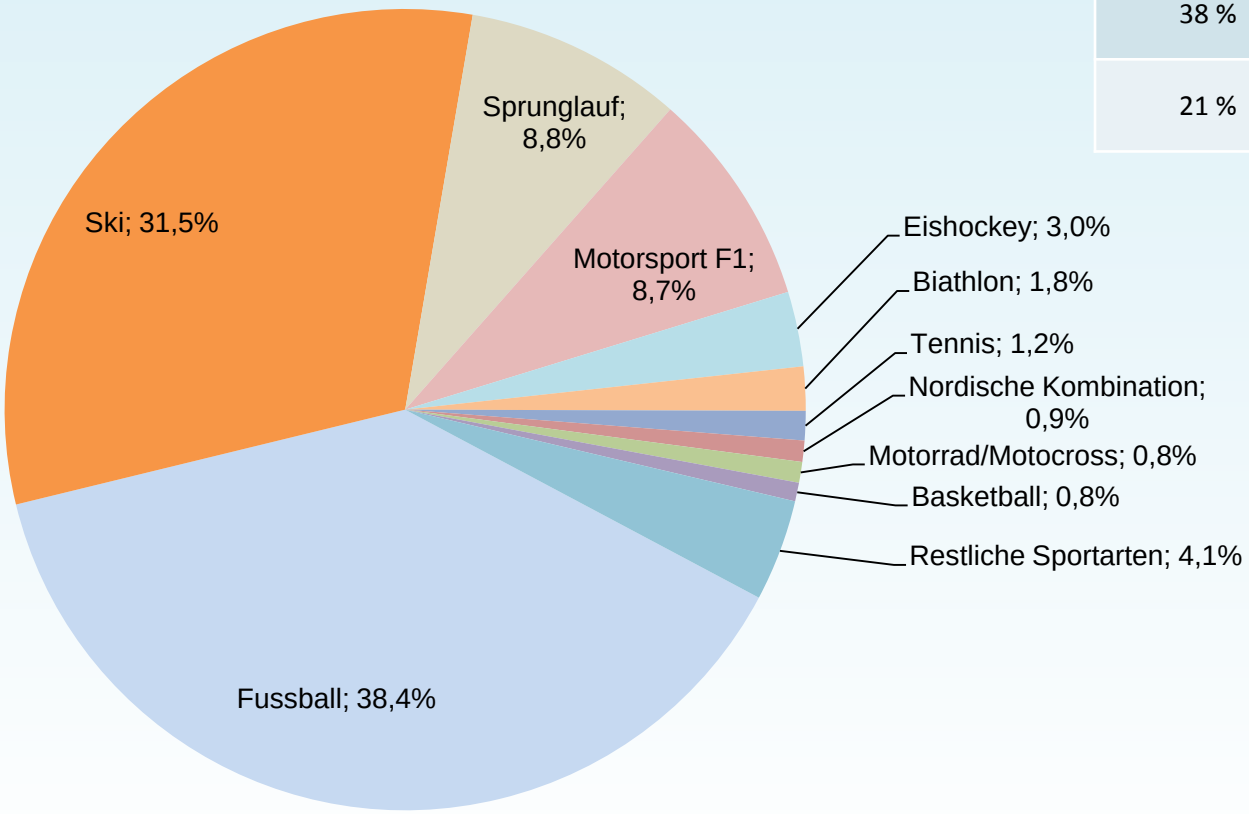
Saisonalität des Sponsorwerbemarktes 2016 vs. 2015



© FOCUS 2/2017

Stellenwert der Sportarten 2016

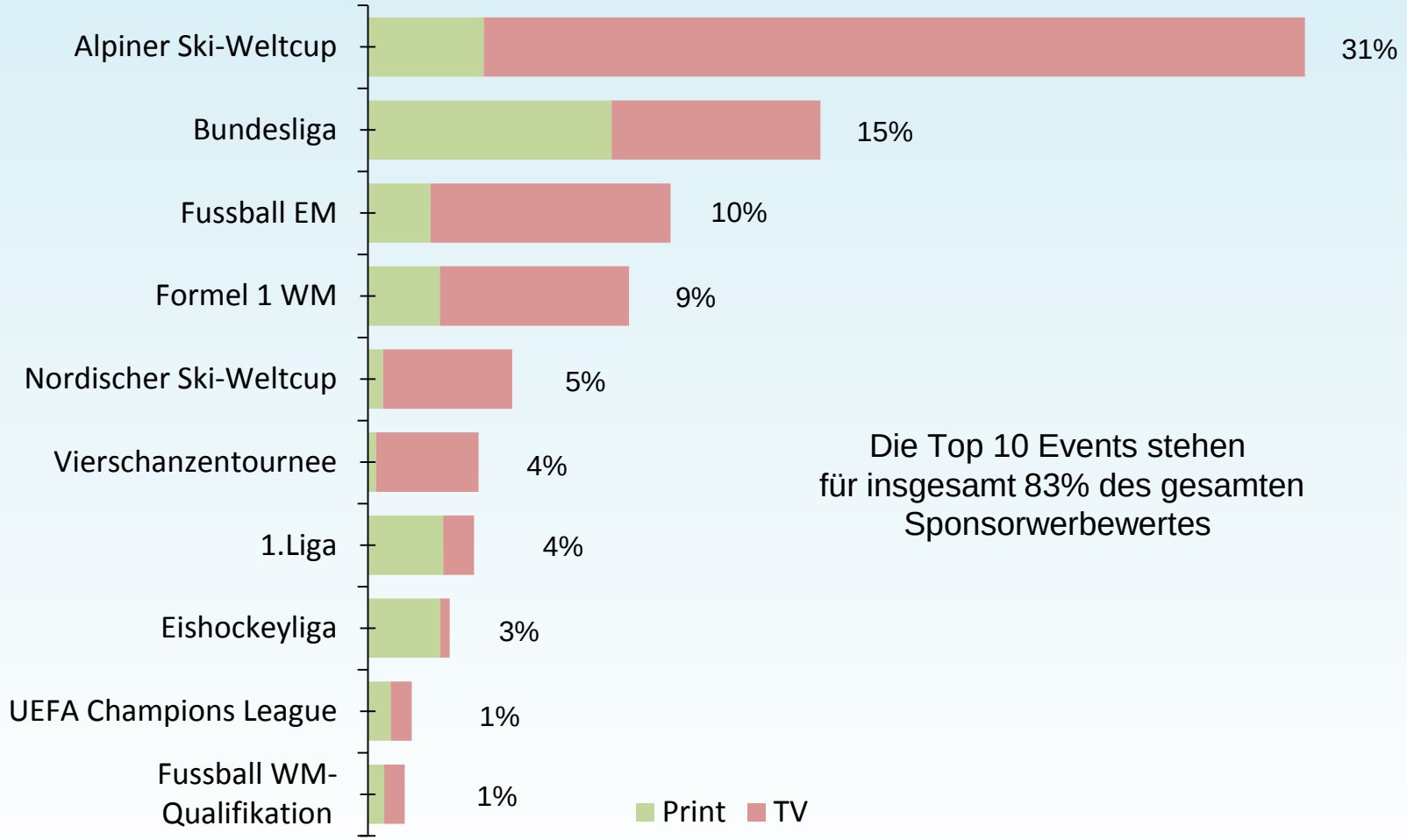
Gewinner 2016	
% Veränderung	**Sportart**
45 %	Tennis
38 %	Fussball
21 %	Biathlon



Basis: Bruttowerbewert in Mio. €

Top 10 Events 2016

von insgesamt 1.072 Events / %-Anteil der Events



Die Top 10 Events stehen für insgesamt 83% des gesamten Sponsorwerbewertes

Basis: Bruttowerbewert in Mio. €

© FOCUS 2/2017

Ausgewählte Top Ereignisse 2016 im Vergleich

von insgesamt 6.215 Ereignissen

Event	Alpiner Ski Weltcup	Vierschanzentournee	Fussbal EM
Ereignisse	87	4	51
Top Ereignis	Herren Torlauf Kitzbühel	Auftaktspringen Oberstdorf	Österreich-Ungarn
Gesamt Bruttowerbewert in Mio. €	12,6	10,2	7,0
% TV	96%	95%	85%
% Print	4%	5%	15%
Sichtbare Sponsorlogos	167	156	87
Sichtbare Platzierungsarten	27	25	29
Top 6 Sponsoren	1. Audi	1. Audi	1. Kia
	2. A 1	2. Viessmann	2. Mc Donald's
	3. Gösser	3. OMV	3. Orange
	4. Telenor	4. Manner	4. Carlsberg
	5. Bridgestone	5. Sport 2000	5. Coca Cola
	6. Generali	6. BWT	6. Continental

© FOCUS 2/2017

Top 15 Sportler 2016

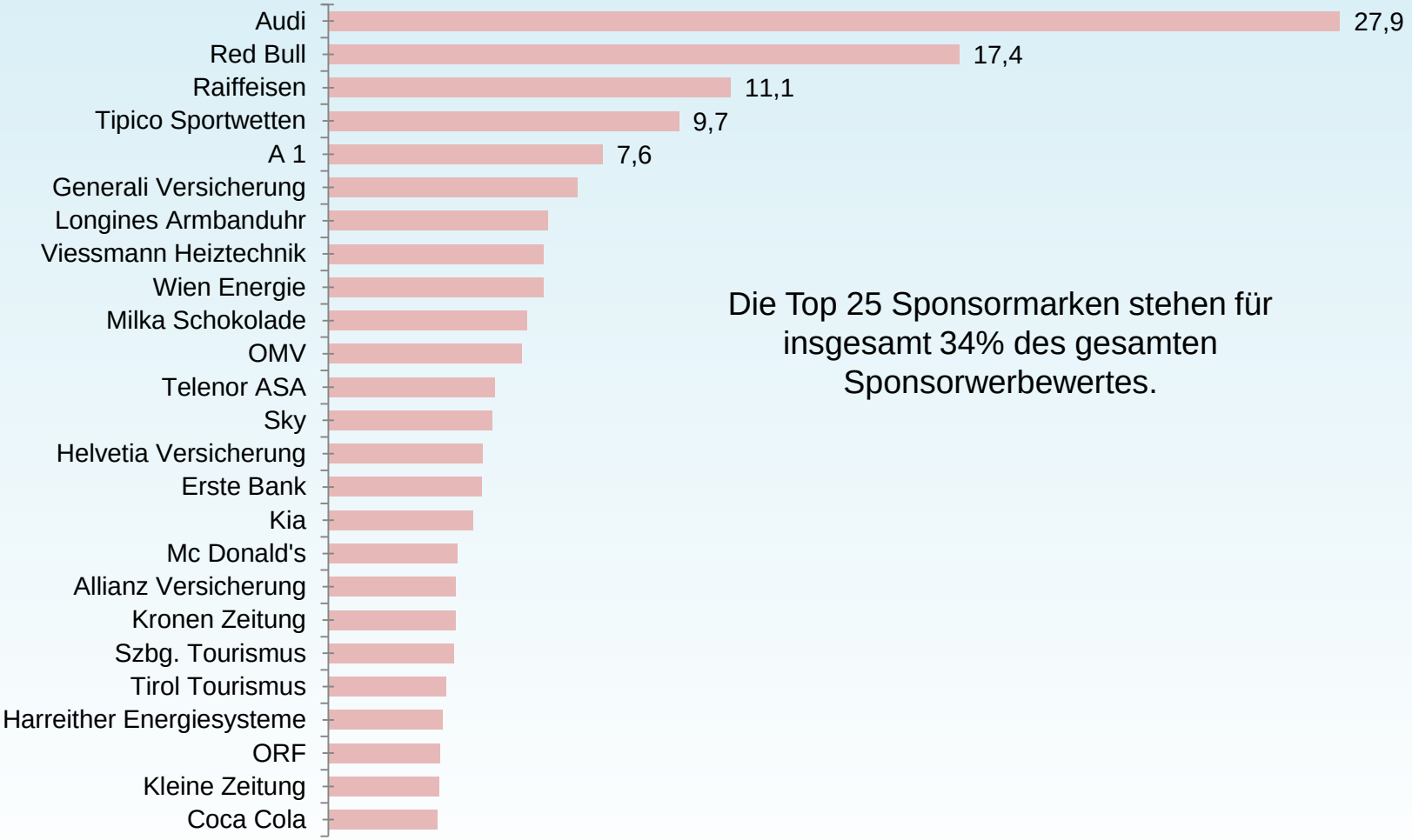
Was leisten die Sportler für Ihre Marken?

Ranking 2016	Ranking 2015	Sportler	Marken
1.	1.	Hirscher Marcel	**6,1 Mio. €** (Atomic 2,80 Mio. €, Raiffeisen 2,33 Mio. €, Eisbär 0,48 Mio. € + restliche)
2.	21.	Thiem Dominic	**2,2 Mio. €** (Adidas 1,49 Mio. €, Simacek 0,61 Mio. €, + restliche)
3.	5.	Hayböck Michael	
4.	45.	Gut Lara	
5.	14.	Pinturault Alexis	
6.	3.	Kraft Stefan	
7.	12.	Prevc Peter	
8.	40.	Kristoffersen Henrik	
9.	9.	Jansrud Kjetil	
10.	4.	Reichelt Hannes	
11.	6.	Vonn Lindsey	
12.	10.	Neureuther Felix	
13.	35.	Rebensburg Viktoria	
14.	43.	Janka Carlo	
15.	19.	Hütter Cornelia	

© FOCUS 2/2017

Top 25 Marken 2016

von insgesamt 14.686 Marken

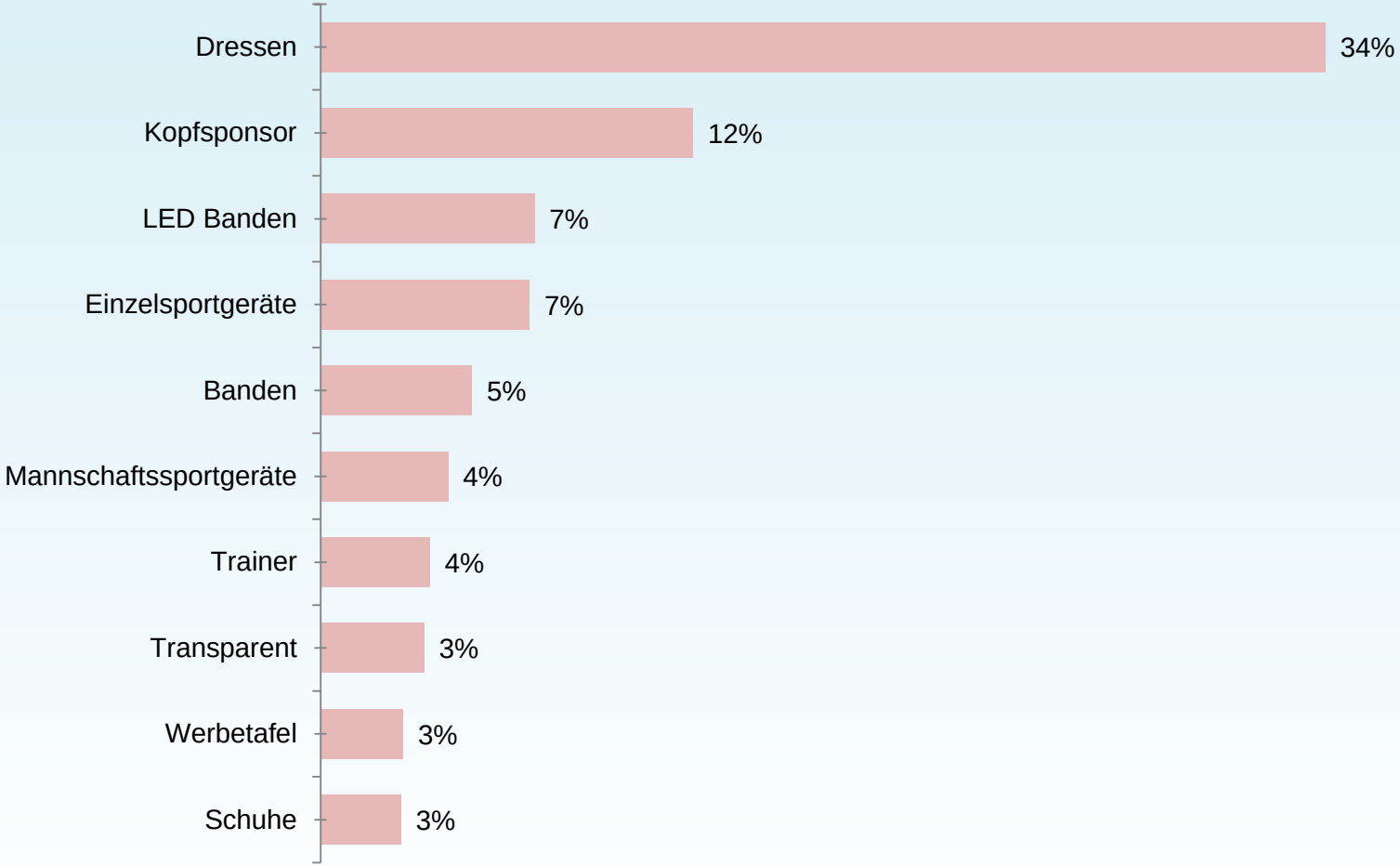


Die Top 25 Sponsormarken stehen für insgesamt 34% des gesamten Sponsorwerbewertes.

Basis: Bruttowerbewert in Mio. €

Top 10 Platzierungsarten 2016

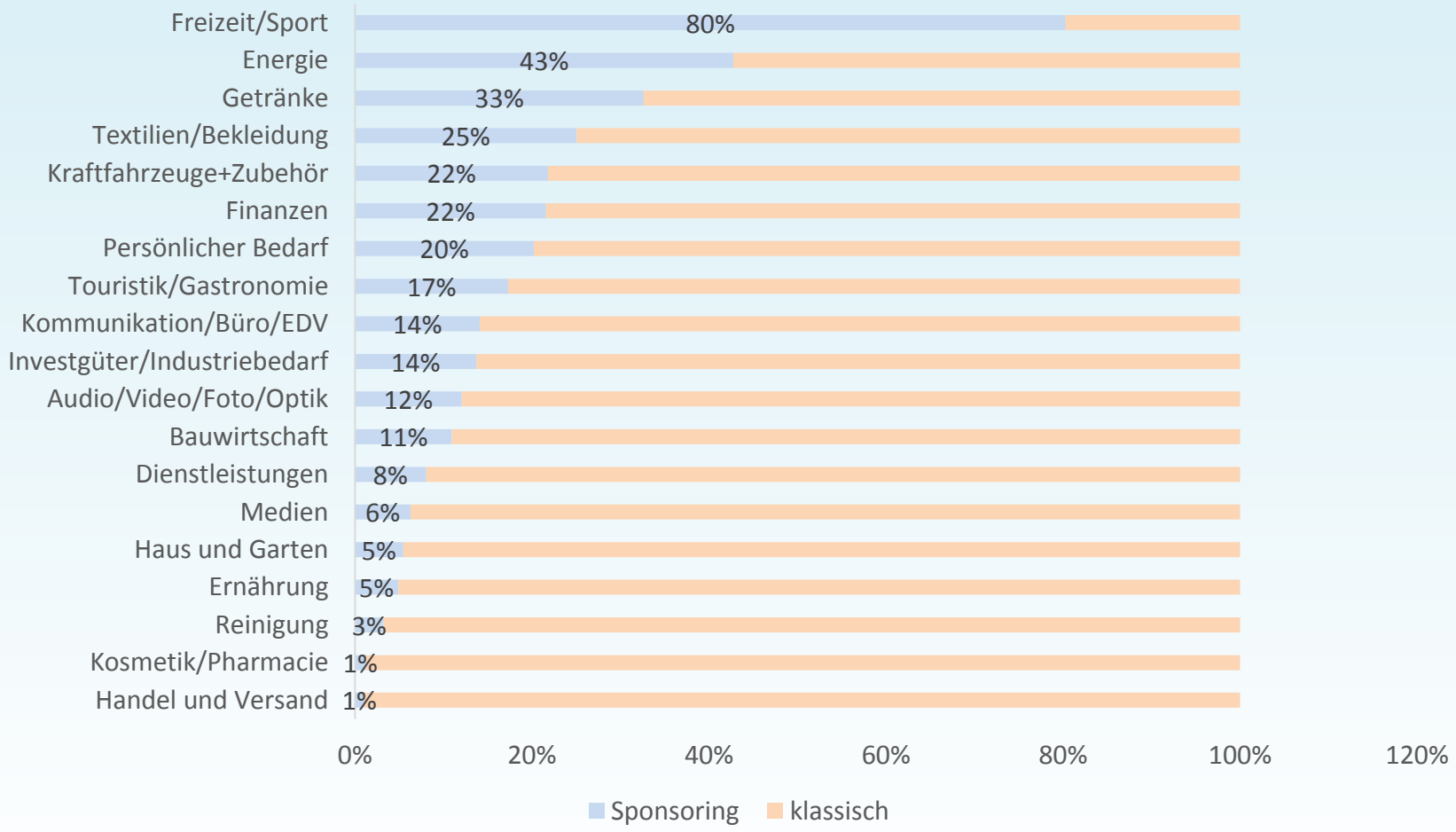
Von insgesamt 96



Basis: Bruttowerbewert in Mio. €

© FOCUS 2/2017

Stellenwert von Sponsoring nach Wirtschaftsbereichen 2016



Basis: Bruttowerbewert in Mio. €

© FOCUS 2/2017

Sponsoraktivitäten in Top Medien 2016

Medien	ORF		Kronen Zeitung		Österreich	
Sportarten Insgesamt						
Top 5 Sportarten	1. Ski	46%	1. Fussball	63%	1. Fussball	59%
	2. Fussball	23%	2. Ski	8%	2. Ski	15%
	3. Sprunglauf	13%	3. Eishockey	7%	3. Eishockey	8%
	4. Motorsport F1	10%	4. Motorsport F1	6%	4. Motorsport F1	7%
	5. Biathlon	3%	5. Tennis	2%	5. Sprunglauf	4%
Marken Insgesamt		12.379		2.499		1.204
Top 5 Marken	1. Audi	22,6 Mio.	1. Red Bull	3,0 Mio.	1. Red Bull	2,7 Mio.
	2. Viessmann	5,6 Mio.	2. Tipico	1,9 Mio.	2. Tipico	1,6 Mio.
	3. Red Bull		3. Wien Energie		3. Wien Energie	
	4. Raiffeisen		4. Raiffeisen		4. Raiffeisen	
	5. Milka		5. Audi		5. Audi	

© FOCUS 2/2017

Top 20 Regionen 2016

Ranking 2016	Ranking 2015	Region
1.	1.	Wien
2.	2.	Salzburg
3.	4.	Kitzbühel
4.	3.	Innsbruck
5.	5.	Graz
6.	156.	Semmering
7.	10.	Altach
8.	204.	Hinterstoder
9.	7.	Ried
10.	6.	Wolfsberg
11.	24.	St. Pölten
12.	9.	Spielberg
13.	184.	Altenmarkt Zauchensee
14.	14.	Mattersburg
15.	16.	Sölden

© FOCUS 2/2017

Zusammenfassung

Der österreichische Sponsormarkt 2016 war 836 Millionen Euro schwer (berechnet nach den offiziellen Medientarifen). Im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einer Steigerung von 8,4 Prozent-Punkten. Diese Steigerung wurde primär durch die Fussball Europameisterschaft in Frankreich mit österreichischer Teilnahme generiert.

Der Werbewert aller gemessenen Sponsoraktivitäten 2016 entspricht damit rund 28% des Werbewertes der klassischen Werbung in TV und Print.

TV ist der stärkste Kommunikationsträger im Sponsoring; rund 67% des Werbewertes werden durch das Fernsehen generiert, rund 33% durch Printmedien. Das mediale Profil ist jedoch von Sportart zu Sportart unterschiedlich.

Als mit Abstand wichtigstes Event präsentiert sich wie auch schon die Jahre zuvor der Alpine Ski-Welctup vor der Österreichischen Fussball Bundesliga. Die Fussball Europameisterschaft präsentiert sich 2016 als drittstärkstes Event. Das aus medialer Sicht stärkste Ereignis innerhalb der Fussball Europameisterschaft war das Auftaktspiel Österreich gegen Ungarn mit einer medialen Wertschöpfung von rund 7,0 Mio. €. Im Vergleich dazu erzielte das stärkste Einzelereignis des Alpinen Ski Weltcups, der Herren Torlauf in Kitzbühel (12,6 Mio.) sowie das stärkste Ereignis im Rahmen der Vierschanzentournee, das Auftaktspringen in Oberstdorf rund 10,2 Mio. €.

Marcel Hirscher ezielte für seine Sponsoren im Jahr 2016 eine Medialeistung von Brutto 6,1 Mio. € und führt somit das Sportlerranking vor Dominic Thiem und Michael Hayböck deutlich an.

Bezüglich des quantitativen Werbedrucks war 2016 wie auch schon 2015 die Marke Audi mit einem Bruttowerbewert von € 27,9 Mio. stärkster Sponsor. An zweiter Stelle Red Bull (17,4 Mio.), vor Raiffeisen (11,1 Mio.), vor Tipico Sportwetten (9,7 Mio.) und A 1 (7,6 Mio.).

Etwas weniger als die Hälfte aller Sponsoraktivitäten entfallen auf inländische Events, die damit einen Werbewert von 387 Mio. € repräsentieren.

Wien führt das Regionsranking primär aufgrund der beiden Fussballclubs SK Rapid Wien, sowie FK Austria Wien vor Salzburg und Kitzbühel an.