

# Sponsoring Einblick Q1 2025



## Ausrichtung 2025: Sponsoring-Trends im Blickfeld [\(Mehr dazu\)](#)

- › ESG bleibt der Top-Sponsoring-Trend, mit wachsendem Fokus auf soziale Initiativen. Marken integrieren ESG in Aktivierungen und richten Partnerschaften an Nachhaltigkeit und Engagement aus.
- › KI etabliert sich als zentrales Sponsoring-Tool, optimiert Datenanalysen, Content-Erstellung und Effizienz. KI-gestützte Aktivierungen und Governance prägen künftige Strategien.
- › Frauensport gewinnt kommerziell an Bedeutung, getrieben durch große Events und steigende Investitionen. Unternehmen nutzen das Potenzial weiblicher Zielgruppen und fördern Inklusion.
- › Datenbasierte Messung wird essenziell, um Sponsoring-Erfolg und ROI präzise zu bewerten. Strategien werden gezielt optimiert.
- › Causa-, CSR- und Community-Sponsoring wächst mit steigenden Konsumentenerwartungen und stärkt Differenzierung sowie ESG-Engagement.

## 2025 Sponsorship Trend Ranking [\(Mehr dazu\)](#)

1	ESG	-
› 4. Jahr in Folge führender Sponsoring-Trend		
2	KI	↑ 1
› Einziger zurückkehrender Tech-Trend		
3	Frauensport	↑ 5
› Einnahmen: 1Mrd.€ ('23) auf 23Mrd.€ ('33)		
4	Datenbasierte Messung	↑ 3
› wächst durch Fokus auf Verantwortung		
5	Causa/CSR/Community	↓ 3
› Steigern Engagement und erfüllen Erwartungen		



## Aktuelle Sponsoring News

DACH	Europa	Global
<ul style="list-style-type: none"><li>› NHL-Chef Bettman: „Wir sind sehr auf Deutschland fokussiert“</li><li>› ÖFB-Streit: Sponsoren drohen mit Rückzug</li><li>› Ski-WM 2025: SRF verzeichnet Zuschauer-Traumquoten</li><li>› Coca-Cola verlängert Partnerschaft mit DFB</li><li>› Toyota: Verlängert mit Swiss Olympic um vier Jahre</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>› Apex investiert in die Expansion der Baller League und bringt Premier-League-Stars mit</li><li>› Neue Adidas-Kampagne rückt mentale Resilienz in den Fokus</li><li>› Lewis Hamilton wird erster globaler F1-Markenbotschafter für Lululemon</li><li>› Unilever sponsort Frauen-Fußball-EM 25</li><li>› F1-Premiere: Coinbase zahlt Aston-Martin-Sponsoring in Kryptowährung</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>› Super Bowl Spiel generierte Media Value von \$247.8M (+3% zum Vorjahr)</li><li>› Die FIFA gewinnt Coca-Cola als Sponsor für die Klub-Weltmeisterschaft</li><li>› Phoenix Suns wollen höhere Sponsoring-Gebühren für ihren neuen Arena-Partner</li><li>› LA Galaxy und RBC-Deal spiegelt den Sponsoring-Wettbewerb im Bankensektor vor der WM 2026 wider</li><li>› Die F1-Umsätze steigen in 2024 von 3,2 auf 3,65 Milliarden US-Dollar</li></ul>



## Key Trends & Insights

### Live-Sport: Warum eine ganze Generation nicht mehr einschaltet

Der Sportkonsum wandelt sich rasant. Während das Interesse bleibt, verliert die klassische Live-Übertragung an Bedeutung. Junge Fans bevorzugen Highlights, interaktive Inhalte und soziale Medien. Hohe Kosten und komplexe Abo-Modelle erschweren den Zugang. Ohne Anpassung droht langfristig Relevanzverlust. Flexiblere Preismodelle, stärkere Social-Media-Integration und innovative Plattformlösungen könnten die Zukunft sichern....[mehr dazu](#)

### Milliarden-Deal und viele Fragezeichen: Das Wichtigste zur neuen FIFA Klub-WM

Die FIFA Klub-WM 2025 verspricht ein lukratives Turnier, wirft aber viele Fragen auf. DAZN sicherte sich die Übertragungsrechte für rund eine Milliarde US-Dollar und zeigt alle 63 Spiele. Die FIFA hatte höhere Medieneinnahmen erwartet, zudem stockt die Sponsorenakquise. Bisher wurden nur drei bestehende Partner gewonnen. Auch die Prämien für die teilnehmenden Clubs bleiben unklar. Dennoch könnte das Turnier für Vereine finanziell attraktiver sein als die UEFA Champions League...[mehr dazu](#)

### Padel-Verbände bündeln Kräfte in strategischer Allianz

Premier Padel, der Hexagon Cup und die International Padel Federation (FIP) kooperieren zur weltweiten Weiterentwicklung von Padel. Geplant sind ein Intercontinental Cup in Europa, eine Turniererweiterung und die Unterstützung der olympischen Ambitionen der FIP. Zudem prüfen Premier Padel und der Hexagon Cup die Integration von Padel in Motorsport- und Fußballveranstaltungen sowie die Expansion der Hexagon-Cup-Serie in wachstumsstarke Märkte...[mehr dazu](#)