



PRESSEMITTEILUNG

S20 veröffentlicht Whitepaper zum Thema „Responsible Sportsponsoring“

Frankfurt, 13.08.2021 | S20, die Interessengemeinschaft Deutschlands namhafter Sportsponsoren, veröffentlicht ihr zweites Whitepaper – dieses Mal zum Thema Responsible Sportsponsoring.

Das Whitepaper, welches in der S20 Arbeitsgruppe „Corporate Responsibility und Sportsponsoring“ unter der Leitung von Markus König (Mitglied des Vorstands der S20, Evonik Industries AG) erarbeitet wurde, beschäftigt sich ganzheitlich mit dem Themenkomplex Nachhaltigkeit. Der Arbeitsgruppe gehören erfahrene Corporate Responsibility- und Sponsoring-Experten der Mitgliedsunternehmen adidas, Bayer, Deutsche Telekom, Evonik, Henkel, ING, REWE Group, SAP und Viessmann an.

Zum Verständnis des Begriffs Nachhaltigkeit zählt aus Sicht der S20 nicht nur die ökologische Komponente, sondern auch die soziale und ökonomische Dimension, die in der Sponsoringbetrachtung eine immer größere Rolle spielen. Der Begriff „Responsible Sportsponsoring“ reflektiert diese Entwicklung und wird sie zukünftig prägen. Als zentrale Herausforderung hat die S20 die Verbindung von Glaubwürdigkeit und Reichweite identifiziert.

Als Leitfaden für die Planung, Implementierung und Wirkungsmessung nachhaltiger Strategien orientiert sich die S20 hierbei an den 17 Sustainable Development Goals (SDG's) der Vereinten Nationen. Die AG kommt im Whitepaper zu dem Schluss, dass erfolgreiches Responsible Sportsponsoring auf den sogenannten „3 G's“ beruht. Drei Aspekte, die jedes Engagement berücksichtigen sollte: Glaubwürdig, Gemeinsam und Geprüft.

„Als AG Corporate Responsibility und Sportsponsoring ist es unser erklärtes Ziel, einen Mehrwert in der Diskussion um zukunftsorientiertes, nachhaltiges Sportsponsoring zu erzeugen. Durch das Whitepaper setzen wir Impulse, von denen wir hoffen, dass sie das komplexe Thema im Arbeitsalltag beherrschbar machen.“ sagt Arbeitsgruppenleiter Markus König.

Über die S20

Die S20 – The Sponsors' Voice wurde 2006 als e.V. gegründet und zählt namhafte Sportsponsoren in Deutschland zu seinen Mitgliedern. Diese sind aktuell Adidas, Allianz, Alpecin, Bayer, Hugo Boss, Deutsche Post DHL Group, DKB, Evonik, Henkel, HypoVereinsbank, ING, Mercedes-Benz, REWE Group, SAP, Deutsche Telekom, Viessmann und Warsteiner.

Die S20 verfolgt das Ziel, Sportsponsoring als wichtiges und erfolgreiches Kommunikationsinstrument weiter zu professionalisieren sowie dessen Relevanz in der öffentlichen Wahrnehmung zu stärken. Im Mittelpunkt stehen dabei die Themengebiete Innovationen & Trends, Corporate Responsibility sowie Wissenschaft und Recht.

<https://www.s20.de>