

Pokrovitelj, donator ali sponzor? Zaenkrat (še) vseeno.

Bistveno razliko med sponzorstvom in pokroviteljstvom predstavlja element komercialnosti, medtem ko je donacija pomoč.

[Blaž Bolcar](#)

sre, 17.08.2011, 12:00

Sodeč po objavah v medijih, na spletnih straneh športnih organizacij in poročanju športnih komentatorjev na televiziji (tudi novinarjev) ima slovenski šport pokrovitelje in sponzorje. Kakšna je razlika med njimi? Kaj je potrebno narediti, da postaneš pokrovitelj in kaj, da si sponzor?

Čeprav je razlika bistvena, se je zaveda premalo ljudi, ki te termine uporabljajo vsakodnevno. Verjetno zato, ker prevladuje prepričanje, da gre pri pokroviteljstvu za slovenski prevod sponzorstva. Vendar to ni res. Drugačno poimenovanje tudi ne prinaša nikakršnih davčnih ugodnosti.

Sponzor je, kakor to definira tudi SSKJ, kdor »v reklamne namene gmotno podpre, omogoči kako dejavnost«. Gre torej za odplačno razmerje, kjer si sponzor v zameno za svojo podporo (denarno, v drugačni materialni obliki ali v storitvah) zagotovi pojavnost v obliki različnih oblik promocije. Gre torej za povsem komercialno razmerje. V primeru zakupa oglasnega prostora pa ne gre za sponzorja, temveč oglaševalca.

Bistveno razliko med sponzorstvom in pokroviteljstvom predstavlja ravno element komercialnosti. Pokrovitelj namreč za svoj vložek ne zahteva promocije oz. oglaševanja. Gre predvsem za sodelovanje na simbolični ravni. Ravno iz te simboličnosti se je razvil pridevnik »pokroviteljski«, ki ga uporabljamo predvsem v označevanju medsebojnih odnosov (npr. Povsem je pokroviteljski do svojih prijateljev.).

Donacija za razliko od sponzorstva in pokroviteljstva predstavlja darilo. Pri donaciji je torej že v samem začetku izključen komercialni namen. Navadno je donator omenjen le ob javni predaji predmeta (npr. medicinskega pripomočka) in na manjšem obeležju na predmetu samem (ali ob njem). V kolikor bi se donacija kakorkoli oglaševala bi takšno razmerje postalo sponzorsko.

Kadar se podjetje na kakršen koli način skozi svoj vložek promovira (npr. logotip, najava na tekmi/prireditvi, oglas z uporabo znakov šprtnega subjekta na televiziji ali v tisku), gre za sponzorja.

Razlika med vsemi tremi razmerji sodelovanja je jasna. Sponzorstvo predstavlja poslovno sodelovanje, pokroviteljstvo je predvsem na simbolni ravni, medtem ko je donatorstvo pomoč. Mogoče pa se teh razlik v Sloveniji še predobro zavedamo in namenoma uporabljamo »napačno« terminologijo, saj bi marsikatero sponzorstvo, žal, lahko okarakterizirali zgolj kot pokroviteljstvo ali celo donatorstvo (ker sponzorju ne zagotavlja nikakršnih komercialnih učinkov).

Obravnavano še zdaleč ni pri vrhu zadev, ki jih je potrebno na področju športnega marketinga in športnega prava urediti. Vendar gre za osnovo. In vse se začne pri osnovah.