



ABC DES SPONSORINGS

Hier finden Sie die wichtigsten Begriffe von A-Z zum Thema Sponsoring im Sportverein.

Um direkt zu einem Begriff, Stichwort oder Fachbegriff zu gelangen, drücken Sie bitte gleichzeitig Strg und F. Es erscheint ein Suchfeld in Ihrem Browserfenster, in das Sie den Suchbegriff eintragen können.

Name des Begriffes: Kommunikative Leistungen

Beschreibungen des Begriffes:

Sportvereine können Sponsoren zahlreiche kommunikative Leistungen anbieten.

Sportvereine können Sponsoren zahlreiche kommunikative Leistungen anbieten.

Hierzu gehören:

- Werbliche Leistungen (z.B. Anzeigen im Programmheft, Bandenwerbung, Integration des Sponsorenlogos auf Plakaten, Handzetteln, der Internet-Homepage oder dem Briefpapier, Lautsprecherdurchsagen bei Veranstaltungen, Bannerwerbung auf der Vereins-Homepage)
- Integration des Sponsors in die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Vereins (Hinweise auf den Sponsor in Pressemitteilungen, Auslage von Informationsmaterial des Sponsors im Presse-/Medienzentrum bei einer Sportveranstaltung, Berichte über den Sponsor in der Vereinszeitschrift, in einem E-Mail-Newsletter oder im Vereinsschaukasten, Durchführung einer Pressekonferenz bzw. eines PR-Events mit dem Sponsor)
- Einbindung des Sponsors auf den Social Media-Präsenzen des Vereins (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Snapchat, WhatsApp & Co.)
- Direktmarketing-Maßnahmen (Mailings an die Vereinsmitglieder mit Informationen zu einem Sponsor, gemeinsamer Versand einer VIP-Einladung an die Vereinsmitglieder durch Sponsor und Verein)
- Verkaufsförderung (ein Sponsor erhält das Recht, eine Gewinnspielaktion im Rahmen

einer Vereinsveranstaltung durchzuführen oder Spieler einer Mannschaft des gesponserten Vereins stehen für Autogrammstunden des Sponsors zur Verfügung)

[Zurück](#)