



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: Printmedien

Beschreibungen des Begriffes:

Die Nennung von Sponsoren in Wort und Bild in Printmedien (z.B. Tageszeitungen, Wochenblätter, Zeitschriften) ist ein Ziel von Sportvereinen und Sponsoren.

Die Nennung von Sponsoren in Wort und Bild in Printmedien (z.B. Tageszeitungen, Wochenblätter, Zeitschriften) ist ein Ziel von Sportvereinen und Sponsoren.

Ein Sportverein sollte seine Sponsoren möglichst umfassend in vereinseigene Printmedien (falls vorhanden: Vereinszeitung, Programmheft, Jubiläumsschrift etc.) einbinden und in externen Printmedien zu platzieren versuchen.

Eine Präsenz in externen Printmedien kann durch klassische Pressearbeit erreicht werden.

Eine Präsenz des Sportvereins und seiner Sponsoren lässt sich auch durch eine Sponsoringkooperation (Medienpartnerschaft) mit Printmedien erreichen. Diese basiert auf dem Prinzip Leistung und Gegenleistung.

Der Medienpartner verpflichtet sich im Rahmen einer Sponsoringkooperation z.B. zur kontinuierlichen Berichterstattung über den Sportverein, die über die normale redaktionelle Berichterstattung hinausgeht. Außerdem kann er dem Sportverein kostenlose Anzeigenschaltungen ermöglichen, das Vereinslogo auf seiner Homepage integrieren und das Sponsoringprojekt des Sportvereins auf seinen Social Media-Präsenzen einbinden.

Denkbare Gegenleistungen des Sportvereins sind:

- Der Medienpartner erhält das Recht, sich als „Offizieller Medienpartner“ bezeichnen zu dürfen
- Einbindung des Medienpartners auf der Homepage und den Social Media-Präsenzen des Sportvereins
- Der Medienpartner erhält das Recht, bei Vereinsveranstaltungen eine Promotionaktion durchführen zu dürfen
- Der Sportverein hängt bei der gesponserten Veranstaltung Werbebanner des Medienpartners auf
- Einbindung des Medienpartners in Drucksachen (z.B. Logo und redaktionelle Beiträge)

Praxisbeispiele:

- Der Wald-Merscheider Turnverein 1861 e.V. aus Solingen hat diverse Medienpartner im Bereich der Printmedien
- Der Tagesspiegel Verlag ist seit 2019 Medienpartner der von der SCC EVENTS GmbH organisierten Laufveranstaltungen (Gesellschafter der SCC EVENTS GmbH ist der Sport-Club Charlottenburg e.V.)

[Zurück](#)