



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: Twitter

Beschreibungen des Begriffes:

Viele Sponsoren sind an einer Präsenz auf den Social Media-Präsenzen eines Sportvereins interessiert.

Viele Sponsoren sind an einer Präsenz auf den Social-Media-Kanälen eines Sportvereins interessiert. Je höher die Social-Media-Reichweite des Vereins, umso besser ist das auch für die Sponsoren.

Eine Einbindung von Sponsoren kann zum Beispiel auf der Microblogging-Plattform Twitter erfolgen. Die Einbindung kann in Form von Tweets, Retweets, Sponsorenfotos oder durch Verlinkungen mit der Sponsoren-Homepage erfolgen.

Die Wertigkeit einer Twitter-Präsenz des Sportvereins hängt u.a. ab von der

- Anzahl der Follower
- Anzahl von Retweets (Zitierungen) und Repls (Antworten) einer Tweetnachricht

Praxisbeispiel:

- Einbindung von Sponsoren auf der Twitter-Präsenz des ASV Köln

[Zurück](#)