



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: Werbemittelplanung

Beschreibungen des Begriffes:

Als Werbemittelplanung bezeichnet man die systematische Planung der Werbeaktivitäten.

Als Werbemittelplanung bezeichnet man die systematische Planung der Werbeaktivitäten. Diese erfolgt in der Regel über den Zeitraum eines Jahres. Zur Werbemittelplanung gehören die Erfassung, Prüfung, Auswahl, der Einsatz und die Kontrolle der von einem Sportverein eingesetzten Werbemittel.

Ein Sportverein sollte Sponsoren über die von ihm geplanten Werbemaßnahmen informieren (z.B. im Rahmen von Sponsorentreffen).

Auch Maßnahmen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sollte der Verein planen. Hierfür erstellt man einen PR-Plan.

[Zurück](#)