



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: Werbeplakat

Beschreibungen des Begriffes:

Die Integration von Sponsoren auf Werbeplakaten gehört zu den Standardleistungen, die Bestandteil einer Sponsoringkooperation sein können.

Die Integration von Sponsoren auf Werbeplakaten gehört zu den Standardleistungen, die Bestandteil einer Sponsoringkooperation sein können.

Üblicherweise werden auf Werbeplakaten Sponsorenlogos integriert (meistens in der Fußzeile). Titel- oder Präsentationssponsoren werden im Vergleich zu den anderen Sponsoren besonders hervorgehoben (durch die Platzierung an einer hervorstechenden Stelle oder durch ein größeres Format).

Die Logoleiste sollte nicht mit Sponsorenlogos überfrachtet werden. Je weniger Sponsorenlogos integriert werden, umso größer ist die Werbewirkung für jeden einzelnen Sponsor.

Empfehlung: Beschränken Sie die Anzahl der Sponsoren auf Plakaten (z.B. nur Hauptsponsoren und Medienpartner einbinden)! 10 Sponsorenlogos reichen! Noch weniger sind besser!

Was sollte ein Verein noch bei der Gestaltung eines Werbeplakates beachten?

- Nicht zu viel Text (zu viel Text beeinträchtigt die Lesbarkeit)!
- Wichtige Details hervorheben (u.a. Veranstaltungsort, Veranstaltungstitel,

Veranstaltungstermin und Foto/Bildmotiv, das die Sportart erkennen lässt)!

- Fotos/Bildmotive verwenden, die positive Emotionen wecken!
- Gesichter von abgebildeten Personen die Betrachter direkt anschauen lassen!
- Kurzer, knackiger Slogan!
- Die Headline sollte max. 5 Worte umfassen!
- Auf Social Media-Präsenzen und/oder Vereins-Homepage verweisen!

Durch die Verwendung von Farben wird mehr Aufmerksamkeit generiert! (Signalwirkung!
Corporate Design/Wiedererkennbarkeit!)

[Zurück](#)