



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: Werbliche Gegenleistungen

Beschreibungen des Begriffes:

Sponsoren erwarten für ihre Leistung (Geld-/Sach-/Dienstleistung oder Bereitstellung von Know-how) vom gesponserten Verein eine Gegenleistung.

Sponsoren erwarten für ihre Leistung (Geld-/Sach-/Dienstleistung oder Bereitstellung von Know-how) vom gesponserten Verein eine Gegenleistung. Die größte Bedeutung haben dabei werbliche Gegenleistungen (Werbung = Einsatz von spezifischen Werbemitteln, um Menschen im Sinne der Marketingziele zu beeinflussen).

Werbliche Gegenleistungen eines Sportvereins im Rahmen einer Sponsoringkooperation können sein:

- Bandenwerbung
- Werbung auf den Trikots
- Bannerwerbung auf der Vereins-Homepage
- Werbung im Vereinsschaukasten
- Anzeigenwerbung in der Vereinszeitschrift bzw. in einem Programmheft
- Beilage einer Werbebroschüre des Sponsors beim Versand eines Vereins-Infobriefs
- Einbindung des Sponsorenlogos auf Drucksachen (Vereinsbriefpapier, Plakate, Flyer etc.)
- Einbindung von Sponsorenlogos auf Sponsorenwänden/-displays
- Einbindung von Werbung auf den Social Media-Präsenzen des Sportvereins

[Zurück](#)