LANDESSPORTBUND
NORDRHEIN-WESTFALEN

Ablaufplan einer Pressekonferenz zur Präsentation eines neuen Sponsors

Autor*in: Dirk Schröter

Sie haben einen neuen Sponsor akquiriert, wissen aber nicht, wie man ihn der Öffentlichkeit präsentiert? Dann lesen Sie hier weiter. Schritt für Schritt wird der Ablauf einer Pressekonferenz dargestellt.

Berechnung des Wertes einer Werbebande

Autor*in: Dirk Schröter

Ein potenzieller Sponsor soll ein Angebot für die ganzjährige Belegung einer Werbebande erhalten. Wie kann der Sportverein den Wert dieser Bande ermitteln? Zu welchem Preis wird die Belegung der Bande angeboten?

Einbindung der Sponsoren auf der Vereins-Homepage

Autor*in: Dirk Schröter

Wie bindet man Sponsoren auf der Vereins-Homepage ein? Welche steuerlichen Auswirkungen hat die Einbindung von Sponsorenlogos für den Sportverein? Die Antworten gibt es hier.

Einbindung der Sponsoren im Vereinsschaukasten

Autor*in: Dirk Schröter

Viele Sportvereine nutzen ihren Vereinsschaukasten nicht zur Präsentation von Sponsoren. Dabei ist eine Einbindung ganz einfach umsetzbar. Wie die Einbindung der Sponsoren aussehen kann, erfahren Sie hier.

Einbindung der Sponsoren in die Social Media-Präsenzen des Sportvereins

Autor*in: Dirk Schröter

Sportvereine können mit Hilfe ihrer Social Media-Präsenzen digitale Mehrwerte für Sponsoren generieren. Wir haben Beispiele von Sportvereinen zusammengetragen, die mediale Mehrwerte für Sponsoren mittels Facebook, Twitter, Instagram Co. schaffen.

Einbindung der Sponsoren im Vereins-Newsletter

Autor*in: Dirk Schröter

Wie können Sponsoren in einen Vereins-Newsletter eingebunden und damit mediale Mehrwerte für die Sponsoren generiert werden? Die Antworten gibt es hier.

Einbindung der Sponsoren in der Vereinszeitung

Autor*in: Dirk Schröter

Wenn ein Sportverein eine Vereinszeitung hat, kann er diese zur Präsentation seiner Sponsoren nutzen. Durch die Einbindung der Sponsoren in die Vereinszeitung schafft der Sportverein mediale Mehrwerte für die Vereinssponsoren.

Gestaltung einer Sponsorenwand

Autor*in: Dirk Schröter

Die Präsenz von Sponsorenlogos auf Sponsorenwänden ist oft Bestandteil eines Sponsoringvertrages. Hier erhalten Sie Tipps, wie Sie diese Werbeflächen gestalten.

PR-Aktion von Sportverein und Sponsor

Autor*in: Dirk Schröter

Die Stadtwerke Basketballhausen sind neuer Hauptsponsor der BG Basketballhausen. Zur Bekanntgabe der Zusammenarbeit wird eine öffentlichkeitswirksame PR-Aktion durchgeführt.

Sponsorenlauf des MTV Kronberg e.V.

Autor*in: Dirk Schröter

Der Verein zur Förderung der Basketballjugend des MTV Kronberg e.V. hat unter dem Motto „Kinder helfen Kindern“ 2007 und 2008 Sponsorenläufe durchgeführt. 2014 gab es eine Neuauflage. Hier gibt’s Infos zur Umsetzung der Veranstaltung.

Studie Sponsor-Trend

Autor*in: Dirk Schröter

Will man erfolgreich Sponsoren akquirieren, muss man sich in die Denke von Sponsoren hineinversetzen. Wie Sponsoren ticken beschreibt die Studie Sponsor-Trend. Diese wird jedes Jahr vom Sport-Marktforschungsinstitut Nielsen Sports durchgeführt.

Veranstaltungshinweise zu einem Sponsorenlauf

Autor*in: Dirk Schröter

Planen Sie einen Sponsorenlauf und überlegen, wie man auf die Veranstaltung hinweisen kann? Dann schauen Sie sich die Veranstaltungshinweise an, die der Osnabrücker Sportclub aus Anlass eines Sponsorenlaufs veröffentlicht hat.
