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: Bodenaufkleber

Beschreibungen des Begriffes:

In einigen Hallensportarten ist Bodenwerbung erlaubt (z.B. Handball, Basketball und Volleyball). Hier können Sportvereine ihren Sponsoren den Einsatz von Bodenaufklebern als Werbefläche anbieten.

In einigen Hallensportarten ist Bodenwerbung erlaubt (z.B. Handball, Basketball und Volleyball). Hier können Sportvereine ihren Sponsoren den Einsatz von Bodenaufklebern als Werbefläche anbieten.

Bodenaufkleber werden aus rutschfestem Laminat hergestellt. Das Speziallaminat minimiert die Reflexionen durch Scheinwerferlicht.

Das permanente Platzieren von Bodenaufklebern ist in den meisten Sporthallen nicht möglich, da sie Sportartenmarkierungen überdecken würden. In diesen Fällen sollten Sie wiederverwendbare Bodenaufkleber verwenden. Diese sind mehrfach einsetzbar, frei von Klebstoffen, einfach verlegbar und rückstandslos entfernbar.

Pro Bodenaufkleber sollte maximal ein Sponsor mit seinem Unternehmenslogo bzw. seiner Werbebotschaft platziert werden. Achten Sie also auf Exklusivität!

Folgendes Recht könnte z.B. in ein Sponsoringangebot eingebunden werden:

- 1 Bodenaufkleber im Torkreis (Größe 4 x 1 m)

- 1 Bodenaufkleber im Mittelkreis

Praxisbeispiel:

- Hinweise auf Bodenaufkleber in der Sponsoringbroschüre des Handballvereins Rhein Vikings Düsseldorf (S. 17,18, 19 und 22)

Beispiele Vorgaben zur Bodenwerbung von Fachverbänden:

- Deutscher Handballbund (Werberichtlinie vom 1. Juli 2015; § 7 Werbung auf dem Spielfeld und dessen Umgebung)
- DKB Handball-Bundesliga (Richtlinie für die Verwertung von kommerziellen Rechten der Lizenznehmer der DKB-Handball-Bundesliga vom 1. Juli 2016, S. 6 + 7)

Zurück