

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: Cross Promotion

Beschreibungen des Begriffes:

Cross Promotion ist eine Promotion-Sonderform, bei der zwei oder mehrere Sponsoren zusammen Kommunikationsmaßnahmen realisieren, um Synergien bei der Ansprache ihrer Zielgruppen zu nutzen.

Cross Promotion ist eine Promotion-Sonderform, bei der zwei oder mehrere Sponsoren zusammen Kommunikationsmaßnahmen realisieren, um Synergien bei der Ansprache ihrer Zielgruppen zu nutzen.

Bei Cross Promotions profitiert man vom positiven Image des Kooperationspartners. Darüber hinaus werden die Kosten einer Kommunikationsmaßnahme auf mehrere Schultern verteilt.

Ideen für Cross Promotion-Maßnahmen können im Rahmen von Sponsorentreffen, bei denen ein Sportverein seine Sponsoren zum Informationsaustausch einlädt, entwickelt werden.

Beispiel:

Bei der Frauen-Fußball-WM 2011 in Deutschland realisierten die beiden WM-Sponsoren Rewe und Deutsche Bahn ein Gewinnspiel als Cross Promotion. Das Gewinnspiel funktionierte über eine Sammelmekhanik an der Rewe-Kasse. Je zehn Euro Einkaufswert erhielten Rewe-Kunden ein Päckchen mit je einem Gewinnsticker der Deutschen Bahn und einem Panini-Sticker aus der offiziellen Sammelaktion zur Frauen-WM. In einem gemeinsamen Fernsehspot wurde das Gewinnspiel beworben.

[Zurück](#)