

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: Sponsoring-PR

Beschreibungen des Begriffes:

Sponsoren messen den Erfolg ihres Sponsoringengagements auch an der Medienresonanz.

Sponsoren messen den Erfolg ihres Sponsoringengagements auch an der Medienresonanz. Je häufiger der Sponsor in den Medien als Partner des Vereins genannt wird, umso größer ist der kommunikative Wert der Kooperation für den Sponsor.

Daher muss der Sportverein seinen Sponsor möglichst umfassend in die vereinsinterne und -externe Öffentlichkeitsarbeit einbinden.

Beispiele für Sponsoring-PR-Maßnahmen sind:

- Einbindung des Sponsors in den Social Media-Kanälen (Facebook, Twitter, Instagram & Co.) des Vereins
- Nennung/Einbindung des Sponsors in Pressemitteilungen des Vereins
- Durchführung einer gemeinsamen Pressekonferenz von Sportverein und Sponsor
- Einbindung des Sponsors im Vereins-Newsletter (in Wort und Bild)
- Berichte über den Sponsor auf der Homepage des Sportvereins
- Präsentation des Sponsors im Vereinsschaukasten
- Gemeinsames PR-Event zur Bekanntmachung/Erlebbarmachung der Sponsoringkooperation
- Gemeinsamer Redaktionsbesuch von Sportverein und Sponsor

[Zurück](#)