

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: Kommunikationspolitik

Beschreibungen des Begriffes:

Die Kommunikationspolitik ist ein Marketinginstrument.

Die Kommunikationspolitik ist ein Marketinginstrument. Weitere Marketinginstrumente sind die Angebotspolitik (auch Produkt-/Dienstleistungspolitik), Preispolitik, Vertriebspolitik (Distributionspolitik), Prozesspolitik, Personalpolitik und Ausstattungspolitik.

Unter der Kommunikationspolitik versteht man die planmäßige Gestaltung und Übermittlung von Informationen zur Beeinflussung der für den Sportverein wichtigen Marktteilnehmer im Sinne der vereinsspezifischen Zielsetzungen. Dies erfolgt durch den Einsatz verschiedener Kommunikationsinstrumente, zu denen u.a. Sponsoring gehört. Man unterscheidet dabei die sogenannten „klassischen Kommunikationsinstrumente“, wie Werbung, Verkaufsförderung oder Öffentlichkeitsarbeit und die „nicht-klassischen Kommunikationsinstrumente“, zu denen u.a. Social Media-Marketing, Direkt-Marketing, Event-Marketing und Sponsoring gehören.

[Zurück](#)