

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: Medienresonanz

Beschreibungen des Begriffes:

Die Medienresonanz eines Sponsoringprojektes ist ein wichtiger Indikator für das öffentliche Meinungsbild und damit auch für die Qualität der vereinseigenen Pressearbeit.

Die Medienresonanz (= Umfang der Medienberichterstattung) eines Sponsoringprojektes ist ein wichtiger Indikator für das öffentliche Meinungsbild und damit auch für die Qualität der vereinseigenen Pressearbeit.

Sponsoren messen die Wirkung ihres Sponsoringengagements auch an der erzielten Medienresonanz.

Sportvereine sollten daher ihren Sponsoren eine Dokumentation der Medienberichterstattung zur Verfügung stellen können (z.B. im Rahmen eines Sponsorentreffens).

Auch für potenzielle Vereinssponsoren ist die erreichte Medienresonanz ein wichtiges Auswahlkriterium.

[Zurück](#)