

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: Presenting-Sponsoring

Beschreibungen des Begriffes:

Presenting-Sponsoring ist die Präsentation eines Sponsoringprojektes durch einen Sponsor (= Presenter).

Presenting-Sponsoring (auch: Präsentationssponsoring) ist die Präsentation eines Sponsoringprojektes (z.B. einer Veranstaltung, von einzelnen Disziplinen innerhalb einer Veranstaltung, von einzelnen Abteilungen innerhalb eines Vereins, von speziellen Rubriken innerhalb von Printmedien oder von TV-Sendungen) durch einen Sponsor (= Presenter).

Der Presenter nimmt dabei in der Kommunikation des gesponserten Projektes eine im Vergleich zu den anderen Sponsoren hervorgehobene Stellung ein (meistens wird das Prädikat „Presenter“ exklusiv vergeben).

Üblicherweise werden beim Presenting-Sponsoring die Formulierungen „präsentiert von“ oder „presented by“ verwendet.

Die wohl bekannteste Form des Presenting-Sponsorings ist das TV-Presenting. Beim Presenting einer Fernsehsendung erfolgt eine optische und akustische Einbindung des Sponsors in Form einer Sponsorenennung kurz vor dem Beginn und nach der gesponserten Sendung.

Beispiel für das Presenting-Sponsoring einer TV-Sendung:

Die Krombacher Brauerei und Check 24 sind in der Saison 2018/2019 Presenting-Sponsoren der

ARD-Sportschau. Beide Sponsoren werden unmittelbar vor und nach der Sendung sowie vor und nach Werbeblöcken als Presenting-Sponsoren genannt.

Darüber hinaus ist eine Einbindung im gesamten Umfeld der Sportschau denkbar (z.B. in Form von TV-Spots) oder von Radio-Spots im Umfeld der Bundesliga-Schaltkonferenz im Hörfunk.

[Zurück](#)