

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: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Beschreibungen des Begriffes:

Ein Sponsor misst den Erfolg seines Engagements auch an der Medienresonanz.

Ein Sponsor misst den Erfolg seines Engagements auch an der Medienresonanz. Je häufiger der Sponsor in den Medien genannt wird, umso höher ist der kommunikative Wert des Sponsorings.

Es ist daher eine wichtige Aufgabe des Sportvereins, die Zusammenarbeit umfassend in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zu begleiten und damit kommunikativ aufzuwerten.

Hierzu gehören:

- Pressemitteilung, Pressekonferenz oder PR-Event zur Bekanntgabe einer Sponsoringpartnerschaft
- Nennung/Bekanntmachung des Sponsors über die Social Media-Präsenzen und die Homepage des Vereins
- Einbindung des Sponsors in einen Newsletter, die Vereinszeitung, in die Vereins-App, in ein Programmheft und den Vereinsschaukasten

[Zurück](#)