

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: Vernetzung des Sponsorings

Beschreibungen des Begriffes:

Die Vernetzung (Aktivierung) des Sponsorings ist eine wichtige Sponsoring-Grundregel. Erst im Verbund mit anderen Kommunikationsinstrumenten entfaltet Sponsoring seine volle Wirkung.

Die Vernetzung (Aktivierung) des Sponsorings ist eine wichtige Sponsoring-Grundregel. Erst im Verbund mit anderen Kommunikationsinstrumenten (z.B. Werbung, Öffentlichkeitsarbeit und Onlinekommunikation) entfaltet Sponsoring seine volle Wirkung.

Als Sportverein sollten Sie Sponsoren aufzeigen, wie eine solche Vernetzung in der Vereinskommunikation aussieht.

Vernetzungen des Sponsorings in der Vereinskommunikation sind z.B.:

- Werbung: Anzeigenschaltungen des Sponsors in der Vereinszeitung
- Öffentlichkeitsarbeit: Vorstellung der Sponsoringpartnerschaft in der Vereinszeitung oder im Vereins-Newsletter
- Event-Marketing: Sponsor präsentiert sich und seine Produkte/Dienstleistungen bei Vereinsveranstaltungen (z.B. an einem Tag der offenen Tür)
- Internet: Einbindung des Sponsors mit Logo und Textbeitrag auf der Vereins-Homepage einschließlich Link auf die Homepage des Sponsors
- Direct Mailing: Direktversand von Produktproben oder eines von Verein und Sponsor gemeinsam erstellten Werbeschreibens an die Vereinsmitglieder

- Hospitality-Maßnahmen: Sponsor erhält die Möglichkeit, Geschäftsfreunde und/oder Mitarbeiter zu von ihm gesponserten Vereinsveranstaltungen in eigens dafür eingerichtete VIP-Räumlichkeiten einzuladen
- Social Media Marketing: Der Sponsor wird umfassend in die Social Media- Präsenzen des Vereins (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, YouTube & Co.) eingebunden, z.B. mit Fotos, redaktionellen Beiträgen, Links, geteilten Inhalten oder Gewinnspielen

Wie Sponsoren ihr Sponsoring aktivieren zeigt die Studie Sponsor Trend 2018 der Agentur Nielsen Sports.

[Zurück](#)