

Sponsoring-Checklisten/Musterdokumente

Presseeinladung zur Bekanntgabe eines neuen Sponsors: Wecken Sie das Interesse der Medienvertreter!

Im Vorfeld eines Pressetermins zur [Bekanntgabe eines neuen Sponsors](#) sind die Pressevertreter offiziell einzuladen.

Laden Sie Medienvertreter nur dann ein, wenn die Bekanntgabe des Sponsors auch tatsächlich einen eigenen Pressetermin rechtfertigt und nicht in einer Pressemitteilung abgehandelt werden kann.

Wenn die Journalisten Interesse am Dialog mit den Teilnehmern haben, sollten Sie in jedem Fall zu einem Pressetermin einladen.

Hier unser Vorschlag für eine [Presseeinladung](#).