

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: Kommunikationskonzept

Beschreibungen des Begriffes:

Die Sponsoringaktivitäten/-projekte des Sportvereins sind in dessen Kommunikationskonzept zu berücksichtigen.

Die Sponsoringaktivitäten/-projekte des Sportvereins sind in dessen Kommunikationskonzept zu berücksichtigen. So entsteht ein stimmiges kommunikatives Gesamterscheinungsbild.

Außerdem wird sichergestellt, dass Sponsoren mediale Mehrwerte durch die Kommunikationsmaßnahmen des Sportvereins erzielen.

Aus dem Kommunikationskonzept sollte hervorgehen, wie der Sportverein seine Sponsoringprojekte in seine Kommunikationsmaßnahmen integriert (z.B. wie erfolgt die Einbindung des Sponsorings in den Social Media-Kanälen des Vereins, auf der Vereins-Homepage, in der Presse-/Öffentlichkeitsarbeit, in Mailings und im Vereinsschaukasten).

Das Kommunikationskonzept ist unter Berücksichtigung der im Verein vorhandenen Ressourcen (Personal, Finanzen, Ausstattung) zu planen. Es ist die Handlungsgrundlage für alle, die sich im Verein um den Bereich Kommunikation kümmern.

[Zurück](#)