

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: Onlinemedien

Beschreibungen des Begriffes:

Die Vernetzung in Onlinemedien ist ein wichtiger Erfolgsfaktor beim Sponsoring. Laut der Studie Sponsor Trend 2018 von Nielsen Sports (S. 14) hat die Vernetzung des Sponsorings in sozialen Medien einen besonderen Stellenwert erlangt.

Die Vernetzung in Onlinemedien ist ein wichtiger Erfolgsfaktor beim Sponsoring. Laut der Studie Sponsor Trend 2018 von Nielsen Sports (S. 14) hat die Vernetzung des Sponsorings in sozialen Medien einen besonderen Stellenwert erlangt.

Eine Einbindung von Sponsoren ist in folgenden Onlinemedien des Sportvereins denkbar:

- Homepage (z.B. Integration von Sponsorenlogos auf einer „Sponsorensseite“ mit Verlinkung auf die Sponsoren-Homepage; Integration eines Sponsorenportraits und Vorstellung seines Sponsoringengagements; Einbindung von Werbebannern mit Sponsoreninformationen)
- Soziale Netzwerke (Einbindung von Sponsoren in Wort und Bild auf einer Facebook -Präsenz des Vereins: z.B. Integration von Fotos, auf denen Sponsorenprodukte oder Sponsorenlogos zu sehen sind; redaktionelle Einbindung und Verlinkung mit der Homepage des Sponsors; Einbindung eines Gewinnspiels, für das namentlich genannte Vereinssponsoren Preise zur Verfügung stellen; Teilen von Facebook-Einträgen der Sponsoren auf die Facebookseite des Vereins)
- Microblogs (Einbindung von Kurznachrichten mit Sponsoreninfos und Fotos von

- Sponsorenprodukten auf einer Twitter-Präsenz des Vereins; Tweets von Sponsoren-Twitterseiten auf der Vereins-Twitterpräsenz retweeten)
- Videoplattformen (Präsentation eines Imagefilms des Vereins mit Einbindung von Sponsoren in Wort und Bild auf einem vereinseigenen YouTube-Kanal)
 - E-Mails (Nennung von Sponsoren und Darstellung deren Engagements sowie Einbindung von Sponsorenlogos in einem per Mail verschickten Vereins-Newsletter)
 - Applikationen (z.B. Einbindung von Fotos mit Sponsorenprodukten oder sichtbaren Sponsorenlogos auf einer Instagram-Präsenz des Vereins oder einer vereinseigenen Applikation)
 - Instant-Messagingdienste (z.B. Einbindung von Sponsoren in WhatsApp-Nachrichten des Vereins)

Praxisbeispiele:

- Einbindung von Sponsoren auf Facebook
- Einbindung von Sponsoren auf Instagram (Bsp. ASV Köln)
- Einbindung von Sponsoren auf Twitter (Bsp. ASV Köln)
- Einbindung von Sponsoren auf YouTube (Bsp. Tusem Essen)
- Einbindung von Sponsoren in E-Mail-Newsletter (Bsp. TSV Krefeld-Bockum)

[Zurück](#)