

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: Sponsoringkontrolle

Beschreibungen des Begriffes:

Eine Sponsoringkontrolle muss vom Sportverein in regelmäßigen Abständen durchgeführt werden.

Eine Sponsoringkontrolle muss vom Sportverein in regelmäßigen Abständen durchgeführt werden. Sie liefert dem Sportverein die notwendigen Informationen über den Erfolg oder Misserfolg eines Sponsoringprojektes. Außerdem werden durch Kontrolluntersuchungen Defizite und Fehler bei der Durchführung erkennbar.

Ein Sportverein sollte im Rahmen der Sponsoringkontrolle u.a. prüfen, ob

- die Medienresonanz (Fernsehen, Print, Radio, Internet, Social Media) zufriedenstellend war (Anzahl und Qualität der Kontakte)
- die vereinbarten Sponsoringleistungen von Sponsor und Gesponserten vertragsgemäß erbracht wurden
- die Zusammenarbeit mit den Partnern (Medien, Sponsor, Agentur etc.) in Ordnung war
- die eingesetzten Werbemittel hinsichtlich deren Gestaltung (Sichtbarkeit für Zuschauer) und Platzierung (TV- und Foto-Präsenz) geeignet waren
- die Werbemaßnahmen zur Zufriedenheit der Sponsoren abgewickelt wurden
- die Sponsorenleistungen (z.B. Sponsoringbetrag) evtl. neuen Marktgegebenheiten angepasst werden müssen
- auf welchen Werbemitteln die Sponsoren von den Zuschauern wahrgenommen wurden
- ob die vereinseigenen Sponsoring-Grundsätze eingehalten wurden

- ob das Sponsoring-Budget eingehalten wurde

[Zurück](#)