

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: Werbeagenturen

Beschreibungen des Begriffes:

Werbeagenturen können Sportvereine in allen Fragen rund um das Thema Werbung beratend (Beratung/Kontakt), gestaltend (Kreation) und vermittelnd (Service/Produktion) zur Seite stehen.

Werbeagenturen können Sportvereine in allen Fragen rund um das Thema Werbung beratend (Beratung/Kontakt), gestaltend (Kreation) und vermittelnd (Service/Produktion) zur Seite stehen.

Zum Leistungsspektrum von Werbeagenturen gehören:

- Konzeptionelle Entwicklung und Realisierung einer Werbekampagne
- Produktion von Werbemitteln
- Werbemittelplanung
- Durchführung von Erfolgskontrollen (wie effizient war die eingesetzte Werbung?)

Die Konzeption, Betreuung und Abwicklung von Sponsoringprojekten gehören eher nicht zum Leistungsspektrum einer Werbeagentur. Einige Werbeagenturen haben Tochtergesellschaften gegründet, die im Sponsoringbereich tätig sind (z.B. Jung von Matt/sports oder BBDO Live).

[Zurück](#)