

Sponsoringarten

Internetsponsoring: Social Media wird immer wichtiger!

Internetsponsoring (auch: Websponsoring oder Onlinesponsoring) ist die Gewährung des Rechts, als Sponsor Internetmedien des Sportvereins gegen Zahlung eines Entgeltes oder Gewährung eines geldwerten Vorteils für Kommunikationszwecke zu nutzen.

Formen der Einbindung eines Sponsors in Onlinemedien des Sportvereins:

- Platzierung des [Sponsorenlogos auf der Internetseite](#) des Sportvereins
- Verlinkung (Verbindung) der Internetseiten von Sportverein und Sponsor
- [Redaktionelle Einbindung](#) des Sponsors auf der Vereins-Homepage
- Einbindung von Sponsoren auf den Social Media-Präsenzen des Sportvereins ([Facebook](#), [Twitter](#), [Instagram](#), WhatsApp, [YouTube](#) & Co.) durch Posts in Wort und Bild
- Integration eines [Sponsoren-Werbebanner](#)s auf der Homepage des Vereins
- Präsentation von Bewegtbildern auf der Vereins-Homepage (z.B. ganzes Spiel, Spielszenen, Spielbericht) durch einen Sponsor
- Präsentation einer Rubrik auf der Homepage durch Sponsor

Laut der Studie „Sponsor-Trend 2018“ von Nielsen Sports ist Social Media mittlerweile für Sponsoren ein bedeutender, selbstverständlicher Bestandteil integrierter Sponsoringmaßnahmen. Social Media wird weiteres Wachstum prognostiziert. Sportvereine sollten es daher nicht versäumen, Social Media-Präsenzen zur Einbindung von Sponsoren zu nutzen.

Quellen:

Bild 1: Bannerwerbung auf der Homepage der Kirchheim Knights

Bild 1: Bannerwerbung auf der Homepage der Kirchheim Knights (Screenshot www.kirchheim-knights.de)