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: Erlebnisorientierung beim Sponsoring

Beschreibungen des Begriffes:

Sponsoring ist ein erlebnisorientiertes Kommunikationsinstrument

Sponsoring ist ein erlebnisorientiertes Kommunikationsinstrument. Es ermöglicht eine erlebnisorientierte Ansprache von Zielgruppen.

Unternehmen nutzen das erlebnisorientierte, positiv besetzte Ambiente des Sports, um Kontakte zu Geschäftspartnern zu pflegen.

Sportvereine tragen dem Rechnung und bieten Sponsoren VIP-/Hospitality-Pakete mit Erlebnischarakter. Dort haben die Sponsoren die Chance zum persönlichen Kontakt mit Sportlern*innen („Meet & Greet“). Darüber hinaus gibt es Sitzplätze in unmittelbarer Nähe des*r Wettkampffläche bzw. Spielfeldes. Der Zugang zum Ehrengastbereich ermöglicht es dem Sponsor und seinen Gästen, in einer lockeren, ungezwungenen Atmosphäre Kontakte zu Geschäftspartnern aufzubauen bzw. zu pflegen.

Zurück