

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: Interne Kommunikation

Beschreibungen des Begriffes:

Die interne Kommunikation einer Sponsoringkooperation sollten sowohl Sponsor wie auch Sportverein nicht vernachlässigen.

Die interne Kommunikation einer Sponsoringkooperation sollten sowohl Sponsor wie auch Sportverein nicht vernachlässigen. Die Vereinsmitglieder bzw. die Mitarbeiter des Sponsors sind wichtige Multiplikatoren der Zusammenarbeit.

Ein Verein kann auf eine Sponsoringkooperation zum Beispiel auf seinen Social Media-Präsenzen, in E-Mails an die Vereinsmitglieder, in der Vereinszeitung, im Vereinsschaukasten oder auf der Vereins-Internet-Homepage hinweisen.

Der Sponsor kann seine Social Media-Präsenzen, seine Hauszeitschriften, Mitarbeiter-Gewinnspiele mit Bezug zum Sponsoringprojekt, Infobretter für die Mitarbeiter, Mails an die Mitarbeiter, das Intranet, Bildschirmschoner, Mitarbeiterveranstaltungen, Aus- und Weiterbildungen oder Mitarbeiterfeste zur internen Kommunikation der Sponsoringkooperation nutzen. Auch die Ausgabe von ermäßigten Eintrittskarten an Mitarbeiter zu einer gesponserten Veranstaltung kann deren Identifikation mit dem Sponsoringprojekt erhöhen.

[Zurück](#)