

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: Sampling

Beschreibungen des Begriffes:

Das Verteilen von Proben eines Sponsorenproduktes durch ein Promotio­n­team (z.B. im Rahmen einer gesponserten Veranstaltung) bezeichnet man als Sampling (engl. sample = Muster, Probe, Kostprobe).

Das Verteilen von Proben eines Sponsorenproduktes durch ein Promotio­n­team (z.B. im Rahmen einer gesponserten Veranstaltung) bezeichnet man als Sampling (engl. sample = Muster, Probe, Kostprobe). Das Sampling ist für Sponsoren eine attraktive Werbeform, da die Unternehmensprodukte vom Zuschauer oder Vereinsmitglied „gefühl­“t, „erlebt“ oder „geschmeckt“ werden können. Das Recht zur Durchführung von Samplingaktionen können Sportvereine an Sponsoren vergeben.

Praxisbeispiel:

- Der Handball-Drittligist TSG Bielefeld (Altenhagen-Heepen) bietet in seiner Übersicht der Werbemöglichkeiten (Sponsoringmappe) für die Saison 2017/2018 an, als Sponsor Samplingaktionen durchführen zu können; siehe dazu die Seiten 4 und 9.
(Quelle: www.tsg-partnerpool.de/downloads/sponsoring1718.pdf)

[Zurück](#)