

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: Sonderwerbformen

Beschreibungen des Begriffes:

Sonderwerbformen sind Werbformen, die sich von normalen Werbformen abheben. Sie werden auch als „Ad Specials“ bezeichnet.

Sonderwerbformen sind Werbformen, die sich von normalen Werbformen abheben. Sie werden auch als „Ad Specials“ bezeichnet.

Sonderwerbformen im Printbereich sind:

- Anzeigen mit Warenproben
- Beihefter
- Beilagen
- Cover-Specials (China-Cover, French Cover, Gate Cover, Split Cover oder Multi-Cover)
- Duftlackanzeigen
- Pop-up-Beihefter
- Postkarten-Beihefter
- Postkarten-Beikleber
- Promotion-Anzeigen
- Sonderformatanzeigen
- Titelbooklet

Vereinssponsoren können auch Sonderwerbformen zur Präsentation des Unternehmens und seiner Produkte bzw. Dienstleistungen in Printmedien des Sportvereins einsetzen. Untersuchungen haben gezeigt, dass Sonderwerbformen bei den Lesern höhere Erinnerungswerte als klassische Werbeanzeigen erzielen. Sonderwerbformen sind also für Sportvereine eine Option bei der Vermarktung von vereinseigenen Printpublikationen (z.B. Vereinszeitung, Festschrift oder Programmheft). Für Sonderwerbformen werden wegen der hohen Aufmerksamkeitswirkung in der Regel höhere Preise verlangt als für traditionelle Anzeigen.

[Zurück](#)