

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: Bandenwerbung (Werbeeffect)

Beschreibungen des Begriffes:

Der Effekt von Bandenwerbung ist groß, wenn ...

Der Effekt von Bandenwerbung ist groß, wenn ...

- das Logo des Sponsors auf der Bande gut lesbar ist
- die Schrift des Sponsors gut lesbar ist (optimal: rote oder blaue Grundfarbe mit weißer Schrift)
- sich Schrift und Farbe des Markennamens von den anderen Banden abheben
- wenig Text auf der Bande platziert wird (5 Worte plus Claim/Slogan)
- mehrere Banden von einem Sponsor nebeneinander platziert sind (ideal: exklusiver Auftritt durch Komplettbelegung aller zur Verfügung stehenden Banden von einem Sponsor; am einfachsten umsetzbar bei Dreh- oder Videobanden)
- nur wenige, verschiedene Sponsoren auf den Banden rund um die Wettkampffläche platziert werden
- die Werbebänder über einen längeren Zeitraum (mindestens 1 Jahr bzw. eine Saison) belegt werden
- der Auftritt auf der Werbebänder durch andere Werbemaßnahmen im Stadion flankiert wird (z.B. Gewinnspiel, Infostand, Promotionaktion)
- die Bande optimal platziert ist (in der ersten Reihe und/oder im Schwenkbereich der Fernsehkameras bei TV-Übertragungen)

[Zurück](#)