LANDESSPORTBUND
BRANDENBURG

# 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

**Beschreibungen des Begriffes:**

## Bandenwerbung ist die Werbung auf fest installierten Stadionbegrenzungen (Banden) und auf transportablen Werbeflächen (z.B. Werbereitern aus Aluminium) sowie Spanntüchern.

Bandenwerbung ist die Werbung auf fest installierten Stadionbegrenzungen (Banden) und auf transportablen Werbeflächen (z.B. Werbereitern aus Aluminium) sowie Spanntüchern.

Viele Sponsoren setzen bei der Bandenwerbung auf die Bekanntheitsgradsteigerung des Unternehmensnamens oder von Unternehmensprodukten bzw. -dienstleistungen.

Folgende Bandensysteme (in alphabetischer Reihenfolge) kann man unterscheiden:

- Drehbande (auch: Rotationsbande)
  - Elektronische Bande, die wechselnde exklusive Werbeauftritte ermöglicht
- Doppel-Pack-Bande
  - Zwei hintereinander stehende Banden, die den Eindruck entstehen lassen, dass es sich um eine einzige Werbefläche handelt.
- Drei-D-Bande
  - Sponsorenlogo in 3D-Form als Bandenfläche auf einem herkömmlichen Reitersystem.
- Power-Pack-Bande
  - Reiterwerbung am Spielfeldrand mit einer dahinter liegenden Werbefläche.
- Radialbande

- Durch eine Krümmung wird die Bandenwerbefläche vergrößert.

- Softbande
  - Banden aus Schaumstoffkern. Die Bezüge sind auswechselbar. Sie sind leicht transportierbar und daher zum mobilen Einsatz geeignet.
- Videobande (auch: digitale Bande)
  - Bande aus LEDs (Leuchtdioden). Videobanden ermöglichen das Abspielen von hochauflösenden Videos. Die Werbebotschaften können nach einem vom Sponsor vorgegebenen Drehbuch animiert/präsentiert werden. Auch bei diesem Bandensystem sind exklusive Auftritte (Komplettbelegungen) möglich. Dies ergibt ein ruhiges Bandenbild und verbessert die Qualität der Werbebotschaft.

Typ des Begriffes: definition

Zurück