

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: Below-the-Line-Kommunikation

Beschreibungen des Begriffes:

Die Below-the-Line-Kommunikation greift nicht oder nur indirekt (z.B. Öffentlichkeitsarbeit) auf klassische Medien, wie Fernsehen, Radio oder Zeitungen zurück.

Die Below-the-Line-Kommunikation greift nicht oder nur indirekt (z.B. Öffentlichkeitsarbeit) auf klassische Medien, wie Fernsehen, Radio oder Zeitungen zurück. Sättigungstendenzen beim klassischen Kommunikationsinstrument Werbung haben zum Bedeutungsgewinn der Below-the-Line-Kommunikation geführt. Neben Sponsoring zählt man z.B. Online-Marketing, Direkt-Marketing oder Event-Marketing zur Below-the-Line-Kommunikation.

[Zurück](#)