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: Jahresplanung

Beschreibungen des Begriffes:

Grundlage der Sponsoringaktivitäten eines Sportvereins sollte eine Sponsoringstrategie sein. Aus der Strategie sollte die Jahresplanung abgeleitet werden.

Grundlage der Sponsoringaktivitäten eines Sportvereins sollte eine Sponsoringstrategie sein. In ihr werden die Rahmenbedingungen für sämtliche Sponsoringaktivitäten des Sportvereins festgelegt. Aus der Strategie sollte die Jahresplanung abgeleitet werden.

Die Sponsoring-Jahresplanung beinhaltet z.B.:

- Definition nachprüfbarer Sponsoringziele
  - Welche Sponsoringsumme soll in einem Jahr akquiriert werden?
  - Wie viele Sponsoren sollen gewonnen werden?
- Festlegung der Anzahl der Sponsorentreffen
- Planung, wie das Thema Sponsoring in die Öffentlichkeitsarbeit des Vereins eingebunden werden soll (Vereinszeitung, Social Media, Homepage etc.)
- Erstellung einer Terminübersicht:
  - Wann laufen Sponsorenverträge aus?
  - Wann müssen Sponsoren ihre Optionen zur Vertragsverlängerung wahrnehmen?
  - Wann sollen Gespräche mit Sponsoren wegen Vertragsverlängerungen stattfinden?
  - Wann sollen Sponsorentreffen stattfinden?
  - Wann finden Vereinsveranstaltungen statt, die gesponsert werden?

- Wann soll welche Kommunikationsmaßnahme rund um das Thema Sponsoring durchgeführt werden?
    - Festlegung von Verantwortlichkeiten (Wer macht was bis zu welchem Termin?)

Zurück