

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: Pressetext

Beschreibungen des Begriffes:

Der Erfolg eines Sponsoringprojektes misst sich auch an dessen Medienresonanz. Ein Sponsoringprojekt sollte daher möglichst umfassend in die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Sportvereins eingebunden werden.

Der Erfolg eines Sponsoringprojektes misst sich auch an dessen Medienresonanz.
Ein Sponsoringprojekt sollte daher möglichst umfassend in die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Sportvereins eingebunden werden.

Sämtliche Formen von Pressetexten können dabei eingesetzt werden. Man unterscheidet:

- Presseinformation (hierzu zählt man Pressemeldungen, Pressemitteilungen und Presseerklärungen)
- Presseeinladung (Pressetext, in dem ein vom Sportverein organisiertes PR-Event, eine Pressekonferenz, ein Pressegespräch etc. den Redaktionen vorangekündigt wird)
- Presseankündigung (Pressetext, durch die ein breites Publikum über ein wichtiges Ereignis z.B. im Zusammenhang mit einem Sponsoringprojekt informiert werden soll)
- Pressebericht (auch Waschzettel genannt; dieser wird erstellt, wenn keine oder nicht alle Pressevertreter zu einem Pressetermin erschienen sind. In dem Pressebericht wird die Presse über das bereits stattgefundene Ereignis informiert)
- Presseinterview (Interview mit einem wichtigen Vereins- und/oder Sponsorenvertreter, das durch den Verein erstellt und an Medien verschickt wird)

- Pressefoto mit Bildunterschrift

[Zurück](#)