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: Sonderwerbeformen

Beschreibungen des Begriffes:

Sonderwerbeformen sind Werbeformen, die sich von normalen Werbeformen abheben. Sie werden auch als „Ad Specials“ bezeichnet.

Sonderwerbeformen sind Werbeformen, die sich von normalen Werbeformen abheben. Sie werden auch als „Ad Specials“ bezeichnet.

Sonderwerbeformen im Printbereich sind:

- Anzeigen mit Warenproben
- Beihefter
- Beilagen
- Cover-Specials (China-Cover, French Cover, Gate Cover, Split Cover oder Multi-Cover)
- Duftlackanzeigen
- Pop-up-Beihefter
- Postkarten-Beihefter
- Postkarten-Beikleber
- Promotion-Anzeigen
- Sonderformatanzeigen
- Titelbooklet

Vereinssponsoren können auch Sonderwerbeformen zur Präsentation des Unternehmens und seiner Produkte bzw. Dienstleistungen in Printmedien des Sportvereins einsetzen. Untersuchungen haben gezeigt, dass Sonderwerbeformen bei den Lesern höhere Erinnerungswerte als klassische Werbeanzeigen erzielen. Sonderwerbeformen sind also für Sportvereine eine Option bei der Vermarktung von vereinseigenen Printpublikationen (z.B. Vereinszeitung, Festschrift oder Programmheft). Für Sonderwerbeformen werden wegen der hohen Aufmerksamkeitswirkung in der Regel höhere Preise verlangt als für traditionelle Anzeigen.

Zurück