Sponsoring-PR

PR-Events: Spektakulär macht Lust auf mehr!

PR-Events haben sich zu einem populären Kommunikationsinstrument entwickelt. Es handelt sich dabei um inszenierte Ereignisse, die durch stark aufmerksamkeitserregende Elemente geprägt sind. Dies führt in der Regel zu einer umfassenden Medienberichterstattung.

Auch Sportvereine können sich, ihre Sponsoringprojekte oder Sponsoren mit öffentlichkeitswirksamen PR-Aktionen in Szene setzen.

Die durch ein PR-Event erzielte Medienresonanz trägt dazu bei, die Zusammenarbeit von Sportverein und Sponsor in der Öffentlichkeit bekannt(er) zu machen. Außerdem machen PR-Events eine Sponsoringkooperation für Medienvertreter, Vereinsmitglieder und die breite Öffentlichkeit erlebbar. Sie wecken Interesse und machen Lust auf mehr.

Ein PR-Event kann z.B. aus der Anlass der Bekanntgabe einer Sponsoringkooperation umgesetzt werden. So geschehen bei den World Games 2005 in Duisburg, wo im Rahmen einer spektakulären PR-Aktion die Partnerschaft mit dem Sponsor Galeria Kaufhof Duisburg inszeniert wurde.

Ein weiteres gelungenes Beispiel für ein PR-Event war die Präsentation des Duisburger Zoos, ebenfalls als Partner der World Games 2005. Hier wurde nicht nur der neue Kooperationspartner vorgestellt, sondern gleichzeitig Aufmerksamkeit für die Veranstaltung sowie die beiden World Games-Sportarten Tauziehen und American Football geschaffen.

Quellen:

Bild 1: Spektakuläre Indoor-Trial-Einlage beim Sponsor Galeria Kaufhof Duisburg

Bild 2: Tauziehende Footballer gegen Elefantendame Daisy (© World Games 2005 GmbH)