

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: Marktforschungsinstitute

Beschreibungen des Begriffes:

Manchmal können Sponsoring-Kontrolluntersuchungen vom Sportverein nicht selbst durchgeführt werden

Manchmal können Sponsoring-Kontrolluntersuchungen vom Sportverein nicht selbst durchgeführt werden.

Der Sportverein muss dann auf das Know-how von Marktforschungsinstituten zurückgreifen.

Marktforschungsinstitute erfassen zum Beispiel Medien-Reichweitendaten (z.B. Sponsorennennungen in Medien), überprüfen Veränderungen der Bekanntheit oder des Images von Sponsoren oder Sportarten über einen längeren Zeitraum (Paneluntersuchungen, Monitore, Trackingstudien) oder führen Zuschauerbefragungen durch.

[Zurück](#)