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: Recall-Untersuchung

Beschreibungen des Begriffes:

Im Rahmen eines Recalls (in der Regel: Day-After-Recall = einen Tag nach dem Besuch der Sportveranstaltung) können die Zuschauer zur Bekanntheit von Veranstaltungssponsoren (Trikotsponsor, Bandenwerber, Anzeigenkunden im Veranstaltungsheft etc.) befragt w

Im Rahmen eines Recalls (in der Regel: Day-After-Recall = einen Tag nach dem Besuch der Sportveranstaltung) können die Zuschauer zur Bekanntheit von Veranstaltungssponsoren (Trikotsponsor, Bandenwerber, Anzeigenkunden im Veranstaltungsheft etc.) befragt werden. Darüber hinaus lässt sich ermitteln, auf welchen Werbeträgern bzw. -mitteln die Sponsoren vom Zuschauer wahrgenommen wurden.

Der Recall kann in Form eines Telefonats, eines Face-to-Face-Interviews (= Interviewer und befragte Person stehen sich direkt gegenüber) oder internetbasiert erfolgen. Bei der Internetvariante loggt sich der Interviewte über eine spezielle Domain in den Fragebogen ein und beantwortet die Fragen bequem von zu Hause.

Man unterscheidet ungestützte und gestützte Recall-Untersuchungen.

Beim ungestützten Recall müssen die Befragten spontan und ohne Hilfe des Interviewers Sponsoren nennen, die aus Sicht des Interviewten bei einer Veranstaltung vertreten waren.

Beim gestützten Recall wird den Befragten eine Liste von Sponsoren vorgelegt. Aus dieser wählt

der Interviewte die Firmen aus, an die er sich als Veranstaltungssponsoren erinnern kann.

Mit Recall-Untersuchungen kann die Effizienz umgesetzter Sponsoringmaßnahmen geprüft werden.

Zurück