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: Umfragen

Beschreibungen des Begriffes:

Mit Umfragen kann die Wirkung von Sponsoringmaßnahmen kontrolliert werden. Sie gehören zu den Kontrolluntersuchungen, die Sponsor und gesponserter Sportverein regelmäßig durchführen sollten.

Mit Umfragen kann die Wirkung von Sponsoringmaßnahmen kontrolliert werden. Sie gehören zu den Kontrolluntersuchungen, die Sponsor und gesponserter Sportverein regelmäßig durchführen sollten.

Im Rahmen von Umfragen können z.B. abgefragt werden:

- die Entwicklung des Bekanntheitsgrades eines Sponsors
- die Wirkung bestimmter Werbemaßnahmen
- die Akzeptanz von Sponsoringaktivitäten bei Zuschauern, Vereinsmitgliedern, Medienvertretern und/oder Sponsoren

Wie das Praxisbeispiel der Deutschen Golfliga zeigt, können mittels Umfragen auch Ideen zur Gewinnung und Bindung bzw. Präsentation von Sponsoren generiert werden.

Praxisbeispiel:

- Zuschauerbefragung der Deutschen Golfliga (durchgeführt durch einen Studenten der Ruhruniversität Bochum) zur Eventisierung der Spieltage in der Deutschen Golfliga u.a. mit der Zielsetzung, Ideen zur Gewinnung und Bindung von Sponsoren abzuleiten.

Zurück