

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: Printanalysen

Beschreibungen des Begriffes:

Printanalysen liefern Informationen über die quantitative und qualitative Präsenz einer Sponsoringmaßnahme in Printmedien.

Printanalysen liefern Informationen über die quantitative und qualitative Präsenz einer Sponsoringmaßnahme in Printmedien:

- die Anzahl der Artikel, die über eine Sponsoringmaßnahme (z.B. Veranstaltung) in Printmedien erschienen sind
- die Auflage der Publikationen, in denen Artikel über das Sponsoringprojekt veröffentlicht wurden
- Art der Publikation (Tageszeitung, Wochenblatt, Magazin, Stadionmagazin, Vereinszeitung etc.) in denen über das Sponsoringprojekt berichtet wurde
- Informationen über die Leserstruktur der Publikation, in der über das Sponsoringprojekt berichtet wurde (soziodemographische Merkmale wie Beruf, Alter, Geschlecht, Familienstand etc.)
- Qualitative Präsenz des Sponsors in Printmedien, die über das gesponserte Projekt berichtet haben (wurden die Marke, ein Slogan oder das Logo des Sponsors in Wort und Bild genannt? Wenn ja, wie oft, bei welcher Auflage?)

[Zurück](#)