



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: Day-After Recall-Untersuchung

Beschreibungen des Begriffes:

Telefonbefragungen, bei denen die Besucher einer Sportveranstaltung oder die Fernsehzuschauer einen Tag danach zur Bekanntheit der Werbung befragt werden.

Day-After Recalls sind Telefonbefragungen, bei denen die Besucher einer Sportveranstaltung oder die Fernsehzuschauer einen Tag nach (engl.: "day after") dem Besuch der Veranstaltung bzw. der Ausstrahlung einer TV-Übertragung (z.B. eines Fußball-Länderspiels) zur Bekanntheit von Sponsoren (z.B. Trikotsponsor, Bandenwerber, Programmsponsor) oder der eingesetzten Werbung (Bande, Anzeige im Programmheft, Informationsstand, Einsatz eines Promotioanteams, Lautsprecherdurchsagen etc.) befragt werden.

Day-After-Recalls eignen sich vor allem zur Kontrolle neuer Werbemaßnahmen, die von einem Sponsor oder Sportverein bei einer TV-Übertragung erstmals eingesetzt wurden.

Auch für breitensportlich ausgerichtete Sportvereine sind Day-After-Recalls interessant. Die Ergebnisse erlauben eine Aussage darüber, wie effizient die Werbemaßnahmen eines Sponsors bei der von ihm gesponserten Sportveranstaltung waren. Eine Day-After-Recall-Untersuchung könnte der Sportverein durch Schüler oder Studenten durchführen lassen (z.B. als Teil einer Kooperation des Vereins mit einer Schule oder Hochschule).

[Zurück](#)