



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: Internet-Analysen

Beschreibungen des Begriffes:

Internet-Analysen dienen dazu, die Resonanz und die Tonalität von Sponsoringprojekten in Online-Medien zu erfassen.

Internet-Analysen dienen dazu, die Resonanz und die Tonalität von Sponsoringprojekten in Online-Medien zu erfassen.

Folgende Informationen werden geliefert:

Homepages:

- Präsenz einer Sponsoringmaßnahme/einer gesponserten Veranstaltung auf Internet-Homepages im World Wide Web
- Reichweite (Anzahl der Page Impressions und Visits)
- Sponsorennennungen in Berichten (Slogan, Marke, Produkte, Logo etc.)
- Präsenz des Sponsors auf Fotos (z.B. Logo auf Trikot, Produktabbildungen)

Social Media:

- Resonanz eines Sponsoringprojektes bzw. Anzahl der Nennungen von Sponsoren in sozialen Netzwerken (Facebook, Instagram & Co.), auf Videoportalen (YouTube etc.), in

- Microblogs (Twitter), Foren, Blogs und Verbraucherportalen (Reichweitendaten: Mitglieder in sozialen Netzwerken, Follower in Microblogs, Mitglieder in Foren, Gesamtzahl der User-Beiträge: Kommentare, Likes, Tweets, Video-Views etc.)
- Wie (Inhalte und Meinungstendenz) wird über die Sponsoren bzw. das Sponsoringprojekt im Social Web diskutiert? (positive, neutrale oder negative Tonalität?)

[Zurück](#)