



## 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: Marktforschung

**Beschreibungen des Begriffes:**

**Die Marktforschung liefert den Entscheidern in Unternehmen und Sportvereinen wichtige Informationen über mögliche Risiken und Chancen von Sponsoringmaßnahmen.**

Die Marktforschung ist ein wichtiges Hilfsmittel im Sponsoring. Sie liefert den Entscheidern in Unternehmen und Sportvereinen wichtige Informationen über mögliche Risiken und Chancen von Sponsoringmaßnahmen. Darüber hinaus kann sie die Festlegung der Sponsoringziele erleichtern und ermöglicht eine Überprüfung der Zielerreichung. Die Marktforschung dient den Entscheidungsträgern als eine Art "Intelligenzverstärker".

Für Sportvereine ist es sehr wichtig, Marktforschung im Zusammenhang mit ihren Sponsoringaktivitäten zu betreiben. Systematische Analysen der Mitglieder- bzw. Zuschauerstruktur, der Bedürfnisse bestehender und potenzieller Sponsoren sowie der Konkurrenzsituation gehören dazu.

[Zurück](#)