



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: Monitoring

Beschreibungen des Begriffes:

auch: Trackingstudien oder Panels

Beim Monitoring (auch: Trackingstudien oder Panels) wird eine gleichbleibende Anzahl von Erhebungseinheiten (eine repräsentative Stichprobe a. der Gesamtbevölkerung, b. von Sportinteressierten ab 14 Jahren in Deutschland, c. von Sportinteressierten ab 14 Jahren innerhalb einer bestimmten Region, d. von Besuchern einer Sportveranstaltung oder e. den Vereinsmitgliedern) in gleichbleibenden Abständen (z.B. alle zwei Wochen, jeden Monat oder alle zwei Monate) über einen längeren Zeitraum (z.B. 6 Monate oder 1 Jahr) zum Untersuchungsgegenstand (z.B. zur Veränderung des Bekanntheitsgrades eines Sponsors, zu den Auswirkungen des Sponsorings auf das Kaufverhalten der Sponsorenzielgruppen, zu den Veränderungen beim Image des Sponsors bzw. der Markensympathie oder der grundsätzlichen Zustimmung zum Sponsoringengagement eines Unternehmens) befragt.

[Zurück](#)