



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: Visits

Beschreibungen des Begriffes:

Unter Visits (engl. für Besuche) versteht man die zusammenhängenden Seitenabrufe von einer Website durch einen Besucher.

Unter Visits (engl. für Besuche) versteht man die zusammenhängenden Seitenabrufe von einer Website durch einen Besucher. Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (AGOF) definiert einen Visit wie folgt:

Der Visit ist eine von der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW) verwendete Größe und bezeichnet einen zusammenhängenden Nutzungsvorgang. Ein Visit beginnt, wenn ein Nutzer innerhalb eines Angebotes eine Page Impression erzeugt. Jede weitere Page Impression, die der Nutzer erzeugt, wird diesem Visit zugeordnet. Der Visit wird als beendet angesehen, wenn länger als 30 Minuten keine Page Impression durch den Nutzer erzeugt worden ist. Wechselt der Nutzer auf ein neues Angebot und kehrt innerhalb von 30 Minuten auf das alte Angebot zurück, so wird kein neuer Visit gezählt. Wechselt der Nutzer auf ein neues Angebot und kehrt nach Ablauf einer Frist von 30 Minuten auf das alte Angebot zurück, so wird ein neuer Visit gezählt. Sponsoren bewerten die Qualität einer Sportvereins-Homepage u.a. an der Anzahl der Visits. Informationen hierzu sollte ein Sportverein Sponsoren zur Verfügung stellen können.

[Zurück](#)