



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: Wirkungsanalysen

Beschreibungen des Begriffes:

Wirkungsanalysen gehören zu den Kontrollmaßnahmen, mit denen Sponsoren den Erfolg ihres Sponsoringengagements prüfen.

Wirkungsanalysen gehören zu den Kontrollmaßnahmen, mit denen Sponsoren den Erfolg ihres Sponsoringengagements prüfen. Zu den Wirkungsanalysen gehören z.B. Zuschauerbefragungen sowie Medienbeobachtungen/-analysen.

Auch Sportvereine sollten regelmäßig Wirkungsanalysen durchführen, um die Effizienz ihres Sponsoringhandelns zu kontrollieren.

[Zurück](#)