

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: Kontaktqualität

Beschreibungen des Begriffes:

Sponsoren messen den Erfolg ihrer Sponsoringaktivitäten vor allem an der Qualität der erreichten Kontakte mit ihren Kernzielgruppen.

Sponsoren messen den Erfolg ihrer Sponsoringaktivitäten vor allem an der Qualität der erreichten Kontakte mit ihren Kernzielgruppen. Die Kontaktqualität erlaubt im Gegensatz zur Kontaktquantität (hier geht es um die absolute Kontakthäufigkeit) eine Aussage darüber, ob das Sponsoringengagement auch tatsächlich die für das Unternehmen relevanten Zielgruppen erreicht. Für den Sportverein bedeutet dies, dass er Sponsoren detaillierte Informationen über die Zielgruppenstruktur (z.B. Zuschauer von Vereinsveranstaltungen oder Vereinsmitglieder) seines Sponsoringprojektes zur Verfügung stellen muss.

[Zurück](#)