

ZUSCHAUERBEFRAGUNG ZUM THEMA SPONSORING

Muster-Fragen

(Mit Informationen, warum die Fragen gestellt werden)

1.) Bitte geben Sie zu den folgenden Aussagen Ihr persönliches Urteil ab!

| | stimmt | stimmt nicht | kann ich nicht beurteilen |
|---|--------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Unternehmen, die bei Sportveranstaltungen werben, erwerben sich Sympathie beim Publikum | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Sportveranstaltungen kommen ohne die Unterstützung von Sponsoren nicht mehr aus | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Produkte von Unternehmen, die Sponsoring betreiben, würde ich preislich und qualitativ gleichwertigen Produkten vorziehen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ich achte nicht auf Sponsoren bei Sportveranstaltungen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Was bezweckt man mit dieser Frage?

Die Beantwortung dieser Frage ermöglicht es dem Sportverein, eine Aussage über die Akzeptanz von Sponsoring zu machen. Da Sponsoring in der Öffentlichkeit weitestgehend etabliert ist und als Finanzierungsinstrument für Sportvereine akzeptiert wird, ist die Zustimmung der Zuschauer (auch unter Vereinsmitgliedern oder Teilnehmern einer Veranstaltung) zu Sponsoringengagements in aller Regel sehr hoch. Wenn die Ergebnisse Ihrer eigenen Befragung ähnlich positiv ausfallen, sollten Sie diese breite Zustimmung auch gegenüber Ihren bestehenden oder potenziellen Sponsoren kommunizieren.

2.) Welche der folgenden Begriffe verbinden Sie mit der Sportart X?

| | überhaupt nicht | etwas | stark |
|----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Abenteuer | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Dynamik | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Eleganz | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Entspannung | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Exklusivität | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Fairness | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Fitness | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Gesundheit | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Jugendlichkeit | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Leistung | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Spannung | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| etc. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Was bezweckt man mit dieser Frage?

Das Image einer Sportart ist für viele Sponsoren ein wichtiges Kriterium bei der Auswahl des Sponsoringprojektes. Laut der Studie Sponsor-Trend 2018 von Nielsen Sports sind Imageziele der primäre Treiber für ein Sponsoringengagement im Sport.

Mit Hilfe der Untersuchungsergebnisse zu den Images (die dargestellte Liste lässt sich nach Ihren Vorstellungen weiterführen), können Sie Aussagen über die Images Ihrer Sportarten machen. Wenn das Image einer Sportart zu dem vom Unternehmen angestrebten Image passt, erhöht dies die Erfolgsaussichten bei der Sponsorenakquisition.

3.) Wie passen Ihrer Meinung nach die folgenden Unternehmensbranchen zur Sportart X?

| | überhaupt nicht | etwas | stark |
|-------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Automobil | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Banken | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Bier | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Chemie | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Computer | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Energie | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Gesundheit | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Medien | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Medizin | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Mode | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Sport | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Telekommunikation | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| etc. ... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Was bezweckt man mit dieser Frage?

Je besser aus Sicht der Zuschauer eine bestimmte Branche zu einer Sportart passt, umso glaubwürdiger wird ein Sponsoringengagement eines Unternehmens aus dieser Branche empfunden. Wenn Sie als Sportverein wissen, welche Branchen besonders gut zu Ihrer Sportart passen, können Sie bei der Sponsorenakquisition gezielter vorgehen.

4.) Persönliche Daten

Geburtsjahr: _____

Geschlecht: männlich weiblich

Familienstand: ledig verheiratet geschieden

Kinder: _____

Ausbildung: _____

Beruf: _____

HH-Netto-Einkommen: _____

Warum ermittelt man diese Daten?

Wenn die Zuschauerstruktur einer Vereinsveranstaltung mit der Zielgruppe des Sponsors übereinstimmt, erhöht auch dies die Erfolgsaussichten bei der Sponsorenakquisition. Unternehmen sind daran interessiert, neue Zielgruppen im Sport oder über den Sport zu gewinnen. Stellen Sie also Sponsoren entsprechende Informationen zur Verfügung! Laut der Studie Sponsor-Trend 2018 von Nielsen Sports ist die Zielgruppenpassung neben der

emotionalen Strahlkraft des Gesponserten das wichtigste Entscheidungskriterium bei der Auswahl von Sponsorings.

5.) Welche Veranstaltungssponsoren haben Sie auf welchen Werbeträgern wahrgenommen? (a. vor der Veranstaltung und b. während der Veranstaltung?)

(Anmerkung: Die Frage könnte im Rahmen eines telefonischen Recalls gestellt werden)

5.1.) ohne Hilfestellung (der sogenannte ungestützte Recall)

5.2.) unter Vorlage einer Antwortliste (der sogenannte gestützte Recall)

a.) während der Veranstaltung

| | Bande | Anzeige | Plakat | Infost. | Durchs. | Geräte | Video | VA-App. | weiß nicht |
|-------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Adidas | <input type="checkbox"/> |
| BMW | <input type="checkbox"/> |
| Continental | <input type="checkbox"/> |
| Debeka | <input type="checkbox"/> |
| Evonik | <input type="checkbox"/> |
| Fraport | <input type="checkbox"/> |
| Henkel | <input type="checkbox"/> |
| etc. ... | <input type="checkbox"/> |

Was bezweckt man mit dieser Frage?

Die Antworten ermöglichen einen Vergleich der eingesetzten Werbeträger (Bande, Trikot, Display etc.) und anderer Kommunikationsmaßnahmen am Veranstaltungsort in Bezug auf die Wahrnehmungswahrscheinlichkeit des Logos bzw. des Schriftzuges. Außerdem erlauben sie eine Aussage darüber, welcher Mix an Maßnahmen am effektivsten ist/am stärksten von den Zuschauern wahrgenommen wird.

a.) im Vorfeld der Veranstaltung

| | Facebo. | Instagr. | App | Anzeige | Plakat | Presseb. | Newslet. | Homep. | weiß nicht |
|-------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Adidas | <input type="checkbox"/> |
| BMW | <input type="checkbox"/> |
| Continental | <input type="checkbox"/> |
| Debeka | <input type="checkbox"/> |
| Evonik | <input type="checkbox"/> |
| Fraport | <input type="checkbox"/> |
| GEW | <input type="checkbox"/> |
| Henkel | <input type="checkbox"/> |
| etc. ... | <input type="checkbox"/> |

Was bezweckt man mit dieser Frage?

Die Antworten ermöglichen eine Aussage darüber, über welche Kommunikationsmaßnahmen Sponsoren im Vorfeld der Veranstaltung wahrgenommen werden. Außerdem kann ermittelt werden, welcher Mix an Kommunikationsmaßnahmen am effektivsten ist/am stärksten von den Zuschauern im Vorfeld des Events wahrgenommen wird.
