



Wahrnehmung von Sportsponsoren im TV: Eye-Tracking-Studie zur Messung und Bewertung von Aufmerksamkeits- und Erinnerungseffekten von Sponsorenbotschaften ... von Hertha BSC Berlin (German Edition)

Martin Meyer

Download now

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Wahrnehmung von Sportsponsoren im TV: Eye-Tracking-Studie zur Messung und Bewertung von Aufmerksamkeits- und Erinnerungseffekten von Sponsorenbotschaften ... von Hertha BSC Berlin (German Edition)

Martin Meyer

Wahrnehmung von Sportsponsoren im TV: Eye-Tracking-Studie zur Messung und Bewertung von Aufmerksamkeits- und Erinnerungseffekten von Sponsorenbotschaften ... von Hertha BSC Berlin (German Edition) Martin Meyer

Diplomarbeit aus dem Jahr 2011 im Fachbereich Sport - Sportökonomie, Sportmanagement, Note: 1,7, Deutsche Sporthochschule Köln (Institut für Sportökonomie und -management), Sprache: Deutsch, Abstract:

Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, herauszufinden, welche Faktoren die Wahrnehmung und Erinnerung von Sponsorenbotschaften bei TV-Zuschauern beeinflussen. Zu diesem Zweck werden im theoretischen Teil zunächst die Wirkung von Sponsoringmaßnahmen auf Konsumenten anhand verschiedener Modelle (SOR-Modell, Modell der Wirkungspfade) erläutert und die Wirkungszusammenhänge der beteiligten kognitiven, emotionalen und aktivierenden Prozesse herausgestellt. Darauf aufbauend wird ein Sponsoringwirkungsmodell entwickelt, das verschiedene Moderatoren (Pleasure, Arousal, Sportevent-Involvement,

Markenvertrautheit) enthält, mit denen Aufmerksamkeits- und Erinnerungseffekte von Sponsorenmaßnahmen erklärt werden sollen. Die Zusammenfassung des derzeitigen Forschungsstandes veranschaulicht, dass in der empirischen Wirkungsforschung bislang nur wenige wissenschaftliche Studien existieren, in der die Einflussfaktoren auf die Sponsoringwahrnehmung und -verarbeitung durch TV-Zuschauer untersucht werden.

Das entwickelte Sponsoringwirkungsmodell bildet die Grundlage für die empirische Untersuchung. Mit Hilfe der Eye-Tracking-Methode wird die Beobachtungsdauer von Sponsorenbotschaften innerhalb einer TV-Sportübertragung erfasst und anschließend die Erinnerungswirkung der sichtbaren Marken festgestellt. Die hieraus gewonnenen Daten sowie die per Fragebogen erfassten Moderatorvariablen werden im Rahmen der Auswertung ausführlichen statistischen Analysen unterzogen. Dabei werden mehrere unabhängige Variablen (Sportevent-Involvement, Markenvertrautheit, Pleasure, Arousal, Sichtbarkeit, Bildschirmanteil und Beobachtungsdauer) mit der Aufmerksamkeit sowie der Erinnerung in Zusammenhang gebracht.

Einleitung:

Sponsoring hat in den vergangenen Jahrzehnten eine rasante Entwicklung genommen und sich sowohl in der Gesellschaft als auch in der Kommunikationsstrategie vieler Unternehmen fest verankert. Insbesondere der Sport bietet Sponsoren aufgrund seines hohen gesellschaftlichen Stellenwertes eine attraktive Plattform, um über den

Gesponserten die kommunikationspolitischen Ziele nach außen zu tragen. Die Ansprache der Zielgruppen erfolgt meist in emotionalen und nicht-kommerziellen Situationen und sorgt für eine Kontaktqualität, die andere Werbeformen nicht bieten können. Durch die Präsenz im positiv besetzten Sportumfeld versuchen Sponsoren die Zuschauer einer Veranstaltung für ihre Marke zu sensibilisieren (Huber, Matthes,

Dreckmeier & Schunk, 2008).

 [**Download** Wahrnehmung von Sportsponsoren im TV: Eye-Tracking ...pdf](#)

 [**Read Online** Wahrnehmung von Sportsponsoren im TV: Eye-Tracki ...pdf](#)

Download and Read Free Online Wahrnehmung von Sportsponsoren im TV: Eye-Tracking-Studie zur Messung und Bewertung von Aufmerksamkeits- und Erinnerungseffekten von Sponsorenbotschaften ... von Hertha BSC Berlin (German Edition) Martin Meyer

From reader reviews:

Mary Rohan:

The book Wahrnehmung von Sportsponsoren im TV: Eye-Tracking-Studie zur Messung und Bewertung von Aufmerksamkeits- und Erinnerungseffekten von Sponsorenbotschaften ... von Hertha BSC Berlin (German Edition) has a lot of information on it. So when you check out this book you can get a lot of help. The book was compiled by the very famous author. The writer makes some research previous to write this book. This specific book very easy to read you can get the point easily after reading this book.

Wesley Jerkins:

Reading can called mind hangout, why? Because if you are reading a book especially book entitled Wahrnehmung von Sportsponsoren im TV: Eye-Tracking-Studie zur Messung und Bewertung von Aufmerksamkeits- und Erinnerungseffekten von Sponsorenbotschaften ... von Hertha BSC Berlin (German Edition) your brain will drift away trough every dimension, wandering in each and every aspect that maybe unfamiliar for but surely will end up your mind friends. Imaging every single word written in a guide then become one form conclusion and explanation this maybe you never get ahead of. The Wahrnehmung von Sportsponsoren im TV: Eye-Tracking-Studie zur Messung und Bewertung von Aufmerksamkeits- und Erinnerungseffekten von Sponsorenbotschaften ... von Hertha BSC Berlin (German Edition) giving you a different experience more than blown away your mind but also giving you useful data for your better life on this era. So now let us teach you the relaxing pattern this is your body and mind are going to be pleased when you are finished reading through it, like winning an activity. Do you want to try this extraordinary paying spare time activity?

Peggy Dunn:

In this period globalization it is important to someone to get information. The information will make professionals understand the condition of the world. The condition of the world makes the information better to share. You can find a lot of personal references to get information example: internet, classifieds, book, and soon. You will see that now, a lot of publisher in which print many kinds of book. The book that recommended for you is Wahrnehmung von Sportsponsoren im TV: Eye-Tracking-Studie zur Messung und Bewertung von Aufmerksamkeits- und Erinnerungseffekten von Sponsorenbotschaften ... von Hertha BSC Berlin (German Edition) this book consist a lot of the information with the condition of this world now. This particular book was represented just how can the world has grown up. The dialect styles that writer use for explain it is easy to understand. The writer made some analysis when he makes this book. This is why this book suited all of you.

Karin Decker:

Beside this kind of Wahrnehmung von Sportsponsoren im TV: Eye-Tracking-Studie zur Messung und

Bewertung von Aufmerksamkeits- und Erinnerungseffekten von Sponsorenbotschaften ... von Hertha BSC Berlin (German Edition) in your phone, it may give you a way to get nearer to the new knowledge or info. The information and the knowledge you can got here is fresh from your oven so don't always be worry if you feel like an old people live in narrow commune. It is good thing to have Wahrnehmung von Sportsponsoren im TV: Eye-Tracking-Studie zur Messung und Bewertung von Aufmerksamkeits- und Erinnerungseffekten von Sponsorenbotschaften ... von Hertha BSC Berlin (German Edition) because this book offers to you personally readable information. Do you at times have book but you seldom get what it's facts concerning. Oh come on, that would not happen if you have this inside your hand. The Enjoyable blend here cannot be questionable, such as treasuring beautiful island. Techniques you still want to miss that? Find this book and read it from currently!

**Download and Read Online Wahrnehmung von Sportsponsoren im TV: Eye-Tracking-Studie zur Messung und Bewertung von Aufmerksamkeits- und Erinnerungseffekten von Sponsorenbotschaften ... von Hertha BSC Berlin (German Edition)
Martin Meyer #G9QFHMB0P57**

Read Wahrnehmung von Sportsponsoren im TV: Eye-Tracking-Studie zur Messung und Bewertung von Aufmerksamkeits- und Erinnerungseffekten von Sponsorenbotschaften ... von Hertha BSC Berlin (German Edition) by Martin Meyer for online ebook

Wahrnehmung von Sportsponsoren im TV: Eye-Tracking-Studie zur Messung und Bewertung von Aufmerksamkeits- und Erinnerungseffekten von Sponsorenbotschaften ... von Hertha BSC Berlin (German Edition) by Martin Meyer Free PDF d0wnl0ad, audio books, books to read, good books to read, cheap books, good books, online books, books online, book reviews epub, read books online, books to read online, online library, greatbooks to read, PDF best books to read, top books to read Wahrnehmung von Sportsponsoren im TV: Eye-Tracking-Studie zur Messung und Bewertung von Aufmerksamkeits- und Erinnerungseffekten von Sponsorenbotschaften ... von Hertha BSC Berlin (German Edition) by Martin Meyer books to read online.

Online Wahrnehmung von Sportsponsoren im TV: Eye-Tracking-Studie zur Messung und Bewertung von Aufmerksamkeits- und Erinnerungseffekten von Sponsorenbotschaften ... von Hertha BSC Berlin (German Edition) by Martin Meyer ebook PDF download

Wahrnehmung von Sportsponsoren im TV: Eye-Tracking-Studie zur Messung und Bewertung von Aufmerksamkeits- und Erinnerungseffekten von Sponsorenbotschaften ... von Hertha BSC Berlin (German Edition) by Martin Meyer Doc

Wahrnehmung von Sportsponsoren im TV: Eye-Tracking-Studie zur Messung und Bewertung von Aufmerksamkeits- und Erinnerungseffekten von Sponsorenbotschaften ... von Hertha BSC Berlin (German Edition) by Martin Meyer MobiPocket

Wahrnehmung von Sportsponsoren im TV: Eye-Tracking-Studie zur Messung und Bewertung von Aufmerksamkeits- und Erinnerungseffekten von Sponsorenbotschaften ... von Hertha BSC Berlin (German Edition) by Martin Meyer EPub