

MA Sponsoring

Zielgruppen	Nutzer im Werbemarkt (z. B. Agenturen, Werbeauftraggeber)	Studienteilnehmende im Medienmarkt (z. B. Medien- / Verlagshäuser)
Beschreibung	<p>Die <u>Sponsoringstudie</u> unterstützt Entscheidungsträger dabei, ihre Sponsoring- und Content-Marketing-Aktivitäten im Sport- und Kulturbereich zu evaluieren, zu planen, zu bewerten und zu realisieren. Eingebettet in die Markt- und Medienstudien der WEMF bildet die <u>MA Sponsoring</u> die Basis für breit abgestützte Sponsoring- wie auch Content-Marketing-Strategien und -konzepte. Sie verknüpft soziodemografische Daten sowie das Mediennutzungs-, Konsum- und Einkaufsverhalten von Konsumenten mit ihren Freizeitgewohnheiten und ihrem aktiven / passiven Sport- und Kulturkonsum. Damit liefert sie wertvolle Erkenntnisse für die strategische Markenführung. Abgebildet werden über 200 Sport- und Kulturplattformen..</p> <p>Erscheint 1x pro Jahr (Herbst)</p>	
Weitere Informationen erhalten Sie bei unserem Verkauf:	Jean-Baptiste Felten jbf@feltencie.com , 079 400 40 35	Carmela Wittmer Carmela.Wittmer@wemf.ch , 043 311 76 51
Studien- / Vermarktungspartner (exklusiv)	Felten & Cie AG, Pfäffikon www.feltencie.com	WEMF
Sprachen: d/f		✓
Währungssetzend		✓
Datenportal <u>NEXT>LEVEL</u> (Web):		
• Modul cRR oder Modul RUS		✓
• vollständiger Datensatz mit unlimitiertem Datenzugriff auf:		✓
• Sponsoringdaten		✓
• Soziodemografiedaten		✓
• Interessensdaten		✓
• Psychografiedaten		✓
• Konsum- und Mediennutzungsdaten		✓
Fixe Kosten (pro Jahr):		
• Toollizenz → <u>NEXT>LEVEL ANALYSIS</u>		✓
• Datenlizenz		✓
Gesamtkosten (pro Publikation)	gemäss Offerte	CHF 4 200.–
Zuschläge (pro Jahr) in CHF: spezifische Analysen durch <u>Felten & Cie AG</u>	ab 3 500.–	
Rabatt für SWA-Mitglieder: auf Einzelanalysen oder auf der Online-Nutzung der Sponsoring-Datensätze	10%	