



Presse-Information

Sport, Kultur, Wellness – Weltmeisterschaften und Olympische Spiele – Doping und die Fußball Bundesliga

Die Ipsos Grundlagenstudie SPONSORING 2010

Hamburg/Mölln, 27. Juli 2009. Die von Ipsos jährlich durchgeführte Grundlagenstudie SPONSORING 2010 befindet sich in den Startlöchern für die aktuelle Ausgabe. Neben den Grundlagendaten, u.a. Interesse, Akzeptanz, Image und Awareness von Sponsorships in den Bereichen Sport, Kultur, Umwelt und Soziales stehen auch in diesem Jahr zahlreiche Marken im Blickpunkt einer Sponsoringanalyse: Welche Sponsorships werden wahrgenommen? Wie wirkt das Sponsoring auf das Image der Marke? Welche Trends zeichnen sich im Sponsoring ab und welche Marken können davon profitieren?

Neu in der 2010er Auflage ist die Einführung des Reportingtools „Easy-Reporter“, mit dem per Mausklick jederzeit die Erstellung individueller Analysen möglich ist sowie die graphische Aufbereitung im Fünf-Jahres-Trend. Bärbel Bolten, Leiterin der Sponsorship Research Abteilung dazu: „Wir können auf Backdata seit 1988 zurückblicken und somit jeden Trend nachverfolgen. In unserem diesjährigen Konzept gehen wir durch eine ganz individuelle Gestaltung noch stärker auf die Bedürfnisse unserer Kunden ein, um jedem Beteiligten im Sponsoringmarkt die Möglichkeit zu bieten, seine Fragen mit dieser Studie beantworten zu können.“ Denn wer die Grundlagenstudie SPONSORING 2010 bereits frühzeitig bezieht, erhält nicht nur einen Frühbucherrabatt, sondern kann sich aktiv an der Fragebogenkonzeption beteiligen.

Auch in diesem Jahr stehen wieder diverse Schwerpunkte im Fokus der Grundlagenstudie SPONSORING – bisher geplante Themen sind: Kultursponsoring, Eventsponsoring, Testimonials, Fußball-Bundesliga, Dopingbarometer, Wellness & Gesundheit. Sponsoren, Vereine, Vermarkter und Agenturen, die die Grundlagenstudie Sponsoring 2010 bis zum **04. September 2009** bestellen, haben die Möglichkeit, spezielle, individuelle Image- und Fittinganalysen und Exklusivfragen zu ihren Marken zu integrieren.
(<http://www.ipsos.de/info/Grundlagenstudie>)

Untersuchungssteckbrief SPONSORING 2010:

Studiendesign: Repräsentative face-to-face Befragung von 3.000 Bundesbürgern ab 14 Jahren, Feldzeit September/Oktober 2009

Ergebnisse: Tabellarischer Bericht (500 Seiten) inkl. Report (150 Seiten) mit grafischer und schriftlicher Analyse

Ansprechpartner Sponsoring Research:

Bärbel Bolten, Department Manager
Telefon: 04542 / 801-222
Email: baerbel.bolten@ipsos.com

Bastian Groteloh, Research Executive
04542 / 801-455
bastian.groteloh@ipsos.com



Presse-Information

Über Ipsos:

Die Ipsos GmbH ist ein unabhängiges und weltweit tätiges Marktforschungsunternehmen und ein führender Anbieter auf dem Gebiet der umfragegestützten Forschung und Beratung. Durch ausgefeilte Forschungsmethoden, engagierte Forscher und eine weltweit vernetzte Organisation untersuchen wir die Wirklichkeit von heute, um die Realität von morgen vorausszusehen. So bestimmen wir Marktpotentiale, zeigen Markttrends, testen Produkte und Werbung, erforschen die Wirkung von Medien und geben der öffentlichen Meinung eine Stimme. Mit präzisen Daten und konkretem Know-how bringen wir die Projekte unserer Kunden zum Erfolg. „Nobody’s unpredictable“ ist weltweit das Leitmotiv von Ipsos.

Kontakt Pressestelle:

Gudrun Witt
Ipsos GmbH
Heidenkampsweg 100
D-20097 Hamburg
Tel. 040-80096-179
Fax. 040-80096-100
www.ipsos.de