

SportScope



Kantars globale SportScope Studie bietet ein tiefgehendes Verständnis des Sportmarktes, der Größe der Fangemeinde und des Fanverhaltens sowie die Fähigkeit zum Benchmarking gegenüber dem direkten Wettbewerb.

1

Die Daten liefern den notwendigen Einblick, um Auswirkungen von und Einfluss auf Sportmannschaften, Marken, Rechteinhaber und Wettbewerb zu verstehen.

2

Unsere Lösung misst den Medienkonsum von Sportfans und ermöglicht es, herauszufinden, wie verschiedene Fangruppen Sport konsumieren, mit Sport interagieren und sich mit ihm auseinandersetzen.

3

Die Studie untersucht zudem die Auswirkungen von Sport-Sponsoring auf Sportfans und Nicht-Sportfans, um einen Vergleich zu ermöglichen.

4

Zugriff auf den vollständigen Datensatz über 41 Märkte ist über SPSS, unsere kantareigene Software Choices oder in Form von Excel und Power Point Reportings möglich.

Für mehr Informationen bitte wenden Sie sich an: anfragen@kantarmedia.com
www.kantarmedia.com

Demographisches Profil

Liefert Aufhänger oder Themen für das Content Marketing sowie Daten, Inhalte und komplette Publikationen für das Storytelling.

Interesse am Sport

Wie verfolgen Fans verschiedene Sportarten? Gibt es Muster, die sich abzeichnen?

Interesse am Wettkampf

Wie kann der Wettkampf als Marketingplattform genutzt werden? Wie wirkt sich der Erfolg eines Clubs/Franchises auf das globale Wettbewerbsinteresse aus?

Fangemeinden verstehen

Identifikation der Möglichkeiten, die jedes Team / Franchise den Sponsoren bietet – wie ist die Fangemeinde aufgebaut und wie kann man sie erreichen? Wie wirkt sich eine erfolgreiche Leistung aus der Markenperspektive aus, und welche Möglichkeiten, mit einem breiteren Publikum in Kontakt zu treten, werden dadurch geschaffen?

Besuch von Sportevents

Wer nimmt an sportlichen Aktivitäten teil und besucht diese? Welche Möglichkeiten bestehen, um das Engagement dieser Gruppen zu maximieren.

Wettverhalten

Welche Gruppen von Sportfans schließen am ehesten Sportwetten ab und wie interagieren sie mit dem Sport?

Wahrnehmung von Sponsoring

Bekanntheitsgrad von Marken, die mit Sportwettbewerben assoziiert werden - welche Fangruppen sind sich dessen bewusst und wie sieht der Bekanntheitsgrad innerhalb dieser Gruppen aus? Wie gut eignen sich die Wettbewerbe als Marketing-Plattform? Kanalisieren Sponsoren ihre Kampagnenanstrengungen richtig?

Markenaffinität

Allgemeine Wahrnehmung von Marken im Sport - Welche Einstellung haben Sportfans zu diesen Marken und wie interagieren sie mit ihnen?

