

+++ A1 Telekom Austria +++ EWE +++ NetCologne +++ o2 +++ Swisscom +++ Tele Columbus +++ Telekom +++
++ United Internet +++ Unitymedia +++ Vodafone +++ A1 Telekom Austria +++ EWE +++ NetCologne +++ o2

Studiensteckbrief

Studie Sponsoring Telekommunikation 2017

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juli 2017



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Studie Sponsoring Telekommunikation 2017

Ausgewählte Ergebnisse:

- Der Sponsoringschwerpunkt von zehn Telekommunikationsanbietern liegt in der Förderung von Bildungsprojekten. An zweiter Stelle steht das Sportsponsoring noch vor Soziales und Kultur. Sponsoringprojekte im Themenbereich Umwelt sind eher selten.
- O2 und Vodafone weisen hohe Anteile an Bildungsprojekten in ihrem Sponsoring-Projektportfolio auf.
- Der Anteil internationaler Projekte liegt über alle zehn Telekommunikationsanbieter gesehen bei weniger als fünf Prozent.
- Rund die Hälfte der gesponserten Projekte findet im Durchschnitt der zehn analysierten Telekommunikationsanbieter jährlich statt.
- In den Social Media werden zur Kommunikation der Sponsoringaktivitäten gerne visuelle Elemente eingesetzt. Ein Großteil der Beiträge enthält Fotos oder Videos.
- Ein beträchtlicher Teil der Sponsoringprojekte wird auf der Website des Sponsoringnehmers nicht dargestellt.

Informationen zur Studie

Wichtigste USPs:

Analyse von 214 **Sponsoringprojekten**
von zehn Telekommunikationsanbietern

Sponsoringbereiche: Bildungsförderung, Kultursponsoring,
Sozialsponsoring, Sportsponsoring, Umweltsponsoring

Scope: Sponsoringprojekte ausgewählter
Telekommunikationsanbieter

alle Information auf **179 PowerPoint-Seiten**

als **PDF- und PPT-Datei** kurzfristig verfügbar

Die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

Nutzen: Basis für klare Positionierung, Benchmarking

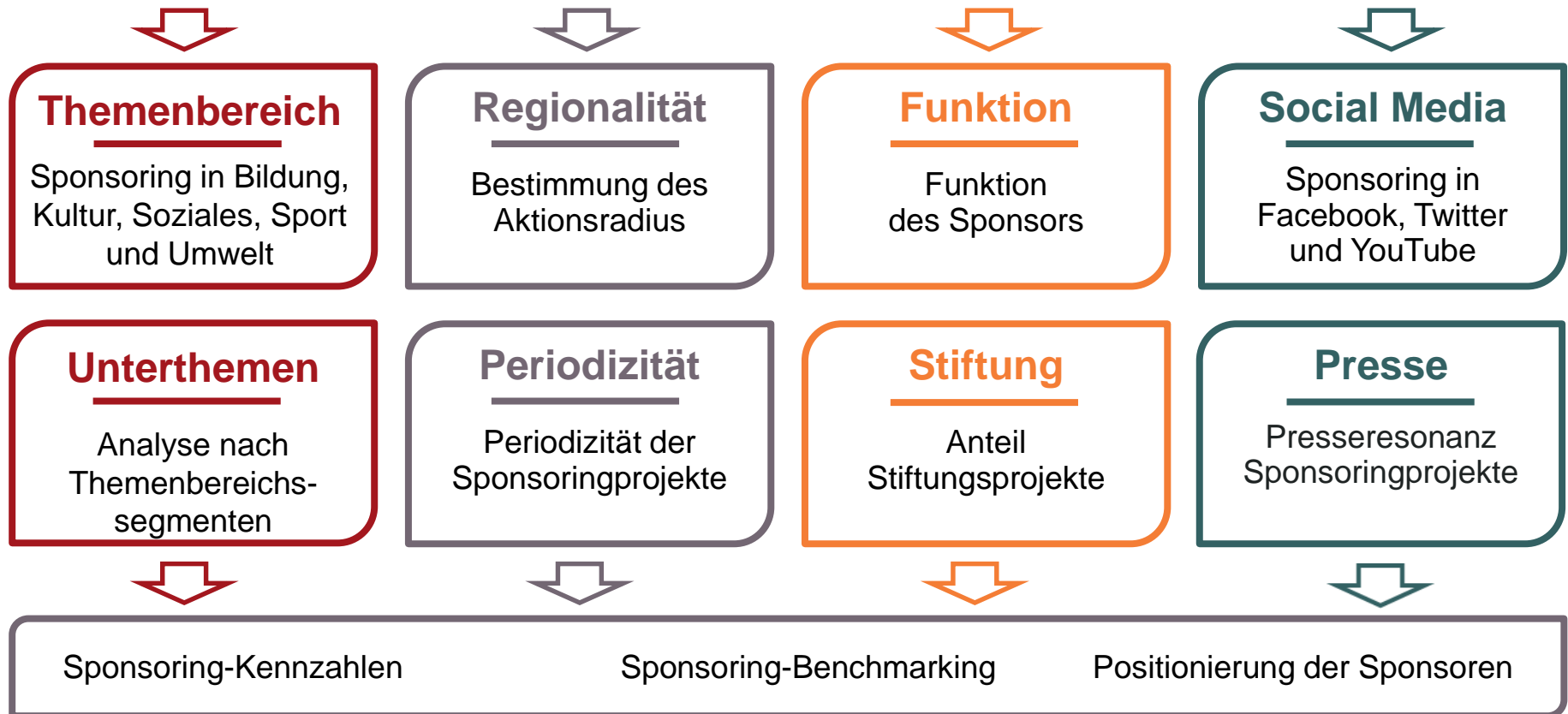
Untersuchte Telekommunikations- anbieter:

- A1 Telekom Austria
- EWE
- NetCologne
- o2
- Swisscom
- Tele Columbus
- Telekom
- United Internet
- Unitymedia
- Vodafone



Informationen zur Studie

Detaillierte Analyse aller Sponsoringprojekte der zehn Telekommunikationsanbieter



Informationen zur Studie

Analysen:

- Branchenüberblick zu den Themenbereichen
- Anbieterkennzahlen zu Themenbereichen, Reichweite, Periodizität, Funktion des Sponsors, Stiftungsprojekten
- Projekte nach Themenbereichen und Kategorien
- Übersicht über sämtliche Sponsoringprojekte im Zwölf-Monats-Zeitraum
- Kommunikation der Projekte in Presse und Social Media
- Sponsoringausgaben auf Hochrechnungsbasis im Anbietervergleich
- Statistische Positionierungsanalyse der Anbieter.

Die Studie in Zahlen:

- 214 analysierte Sponsoringprojekte
- 5 Themenbereiche
- 24 Unterthemen
- 10 Telekommunikationsanbieter
- 3 analysierte Social Media Kanäle
- 142 Pressemitteilungen

Forschungsdesign:

Für die Studie wurden mittels Desk Research folgende Quellen ausgewertet: Anbieterwebsites, Tageszeitungen, Publikumszeitschriften und Fachzeitschriften, Social Media Kanäle, Suchmaschinenrecherche, Websites der Sponsoringnehmer. Die Analysen umfassen rund 210 Sponsoringprojekte von Januar 2016 bis Februar 2017. Erfasst wurden alle Sponsoringprojekte der Telekommunikationsanbieter, die in den genannten Quellen Sichtbarkeit zeigten. Die Studie ist im Juli 2017 erschienen.

Preis der Studie: Die 179 Seiten umfassende Studie kostet **3.200 EUR** zuzüglich MwSt.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	5
➤ Forschungsdesign	10
➤ Branchenüberblick	15
▪ Themenbereiche	18
▪ Themenübergreifende Kennzahlen	23
➤ Anbieterkennzahlen	25
▪ Überblick	31
▪ Themenanteile im Sponsorenvergleich	34
▪ Periodizität	41
▪ Regionalität	42
▪ Funktion des Sponsors	43
▪ Stiftungsprojekte	44
➤ Sponsoringausgaben (Hochrechnung)	45
➤ Projektübersicht	53
▪ A1 Telekom Austria	56
▪ EWE	60

Inhaltsverzeichnis

▪ NetCologne	64
▪ o2	68
▪ Swisscom	71
▪ Tele Columbus	75
▪ Telekom	79
▪ United Internet	83
▪ Unitymedia	89
▪ Vodafone	93
➤ Sponsoringleistungen	99
▪ A1 Telekom Austria	103
▪ EWE	107
▪ NetCologne	112
▪ o2	116
▪ Swisscom	120
▪ Tele Columbus	125

Inhaltsverzeichnis

▪ Telekom	127
▪ United Internet	132
▪ Unitymedia	135
▪ Vodafone	138
➤ Kommunikation	143
▪ Übersicht	146
▪ Kommunikationseffizienz	147
▪ Social Media Postings	148
▪ Sichtbarkeit des Sponsors	150
▪ Timeline Social Media	151
▪ Pressemitteilungen	161
▪ Presseartikel	162
▪ Presseeffizienz	163
➤ Neue und wichtige Projekte	164
➤ Kommunikationspositionierung	170
➤ Kontakt	178



Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Branchenüberblick Themenbereiche

Sponsoringprojekte nach Themenbereichen Anzahl

Themenbereich	Anzahl
Bildung	55
Kultur	45

Branchenüberblick Themenbereiche

Sponsoring Projekte nach Themenbereich und Kategorie Anteilig am Gesamtvolumen

Themenbereich	Kategorie	Anteil
Bildung	Sport	8%
	SONST*	8%
	TEAM*	7%
	EIN*	6%
Kultur	MUS*	8%
	BK*	6%
	DK*	3%

Welchen Anteil halten die einzelnen Unterthemen?

Branchenübergreifende Kennzahlen

Reichweite und Periodizität nach Anteilen (Angaben in Prozent)

Reichweite	Anteil
international	33%
national	33%
regional	34%

Periodizität	Anteil
< 1 x p.a.*	20%
permanent*	20%
einmalig	20%
jährlich	20%

Welcher Themenbereich dominiert im Sponsoring?

* permanent: regelmäßige mehrmalige Forderung innerhalb eines Jahres; < 1 x p.a.*: mehrmalige Forderung innerhalb eines Jahres

research tools Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie Sponsoring Telekommunikation 2017

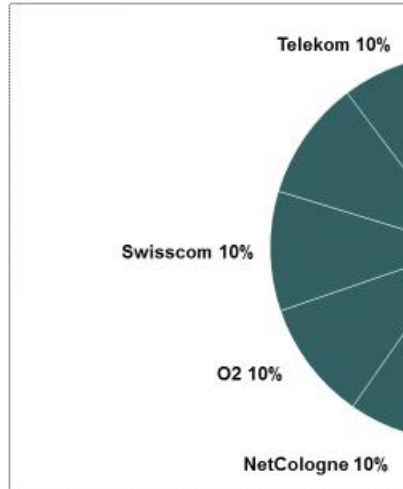
Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Anbieterkennzahlen

Themenanteile im Sponsorenvergleich

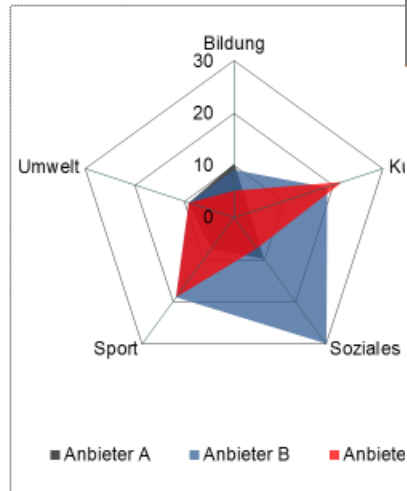
Themenanteile Bildung



Anbieterkennzahlen

Themenanteile im Sponsorenvergleich

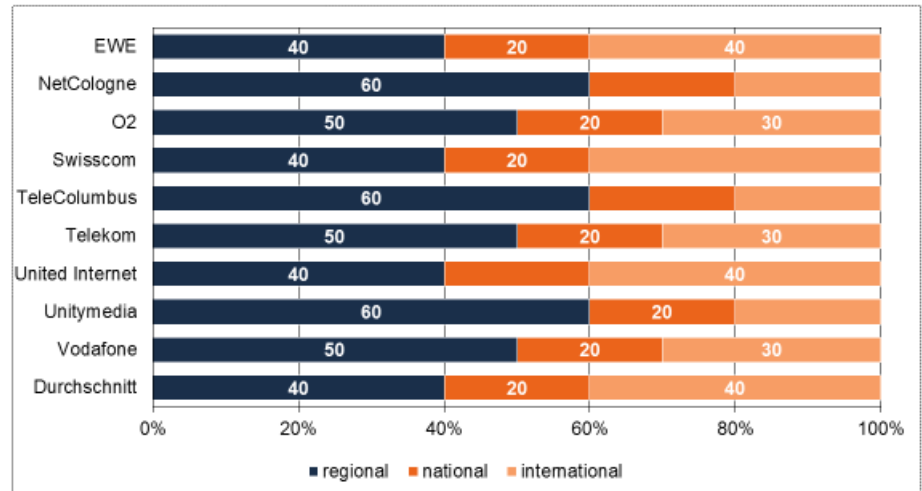
Anteile der Anbieter an den Themenbereichen (Angaben in %)



Anbieterkennzahlen

Regionalität

Verteilung der Sponsoringprojekte nach Regionalität



Welcher Anbieter setzt am stärksten auf internationale Projekte?

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Tel

research tools

Tel

Welche Anbieter halten im Bildungssponsoring hohe Anteile?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie Sponsoring
Telekommunikation 2017

42

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Projektübersicht Unternehmen A

Sponsoringprojekte nach Themenbereichen und Kategorien

Themenbereich	Kategorie	Sponsoring
Soziales	Sonstiges	Aktion Wunschdorf Gemeins. Oldersum, F. Lampferding Großholzha. Feuerwehr F. Großkaroline Mitglieder-F. Projekte, St. Moormeerla. Weihnachts
		Breitbrunner SCC
Sport	Einzeldisziplin	Berliner Volk Hertha BSC TSV Frieser
	Fußball	

Sponsoringleistungen Unternehmen B

Themenbereiche und Kategorien Unternehmen B

zur Legende [Sponsoringkategorien](#)

Sponsoringleistungen Unternehmen C

Sponsorenleistungen aller Projekte

Kategorie	Sponsoringprojekt	Ablauf/Leistung
HS*	Deutsche Sporthochschule Köln	Vergabe von Stipendien
SCH/VS*	Kölner Zoo	Durchführen eines Ausflugs zum Kölner Zoo, für Kinder einer KiTa
	NetCologne Netz	Unterstützen von Bildungseinrichtungen in Form von Versorgung mit neuen Medien
	Projektunterricht an Kölner Schulen	Abhalten von Projekttagen mit dem Thema Datenübertragung
BK*	17. Museumsnacht	Vernetzung der Museen mit kostenlosem WLAN für die Besucher
	Museumsnacht Köln	Unterstützen des Events und Vergabe von Proviantpaketen
	Stiftung Stadtgedächtnis	Spenden von 1 Euro je Besucherunterschrift
MUS*	Kölle Singt	Unterstützen der Veranstaltung

* HS: Hochschule; SCH/VS: Schule und Vorschule; BK: Bildende Kunst; MUS: Musik

Welche Detaillleistungen erbringen die Unternehmen?

Welche Sponsoringprojekte werden im Einzelnen gefördert?

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

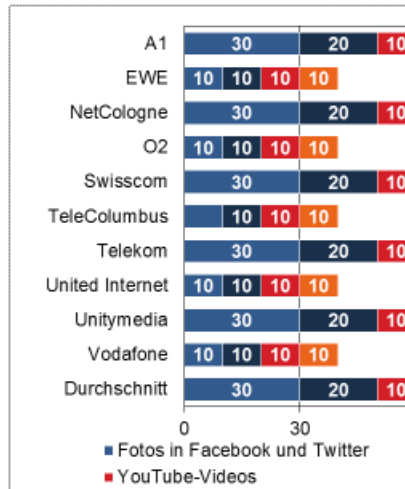
Studie Sponsoring Telekommunikation 2017

Beispielseiten (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kommunikation Social Media Postings

Social Media Postings nach visuellen Elementen (Angabe als Anzahl der Postings)

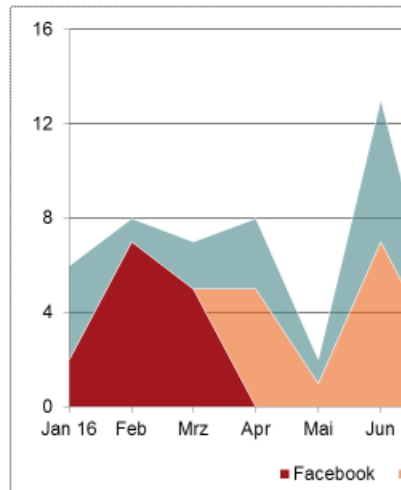


Quellen: Accounts der Anbieter auf Facebook, Twitter, YouTube



Kommunikation Timeline Social Media

Anzahl der Postings nach Monaten – Unternehmen D



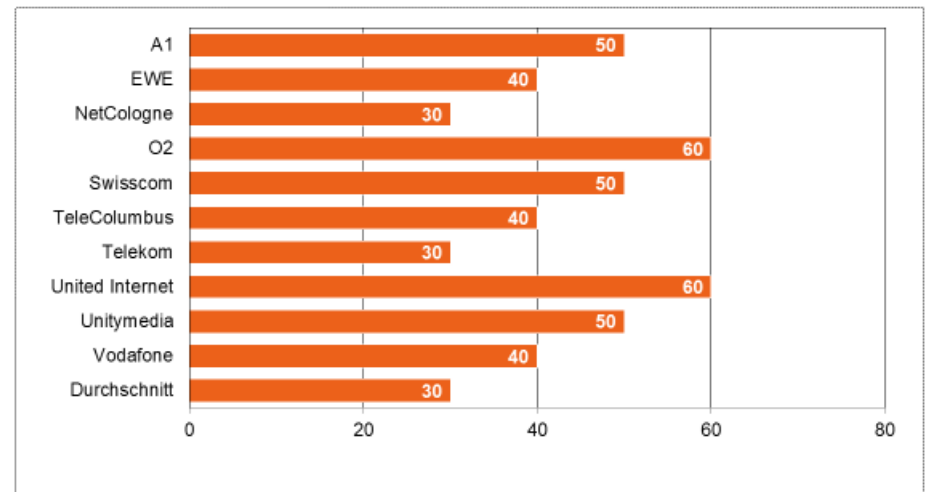
Quelle: Social Media-Seiten und Websites der Anbieter



Welche Sichtbarkeit erzielt das Sponsoring?

Kommunikation Sichtbarkeit des Sponsors

Sichtbarkeit des Sponsors auf der Website des Sponsoringnehmers (Angaben in %)



Studie Sponsoring
Telekommunikation 2017

Welche Social Media-Kanäle fokussieren die Anbieter?

Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer: research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 3.200 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Sponsoring Telekommunikation 2017.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Kontakt / Branchenerfahrung

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner



Geschäftsführer
Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM
Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384
E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt zur Branche Telekommunikation erschienen:

- Studie eVisibility Telekommunikation 2017
- Marketing-Mix-Analyse Prepaidtarife 2017
- Werbemarktanalyse Smartphones 2017
- Marketing-Mix-Analyse Smart Home 2016
- Studie eVisibility Telekommunikation 2016
- Vergleichsportal-Marketing Telekommunikation 2015

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Branche Telekommunikation erschienen seit 2014 zwölf Studien. Neben diesen syndicated studies führt research tools Auftragsstudien durch.

