

ASSET ANALYSE

Evaluierung des umfassenden monetären Gegenwerts eines Sponsorships



ASSET ANALYSE

Zusammenführung der Ergebnisse

Asset	Werbewert in €
Mediale Präsenz	23.000.000
Bewegtbilder	17.000.000
Print-Präsenz	2.500.000
Online-Präsenz	3.000.000
Radio	500.000
Vor-Ort-Präsenz	750.000
Werbemittel TV-On	350.000
Werbemittel TV-Off	150.000
Hospitality	200.000
Merchandising	50.000
PR/Promotion	1.000.000
Mediale Aktivitäten Verein	600.000
Werbung an öffentlichen Plätzen	400.000

Asset	Werbewert in €
Σ materielle Rechte (nur Sponsoring)	23.750.000
immaterielle Rechte und Vorteile einer Sponsoring-Plattform (wie z.B. Status, Prestige etc.) können nicht quantitativ evaluiert werden. Auf Basis von Forschungsstudien, Erfahrungswerten und aktueller Marktpraxis wird dieser Wert ins Verhältnis 75:25 zum Gesamtwert gewertet.	
immaterielle Rechte	10.916.667
Sponsoringwert	34.666.667
Return on Investment (1:3)	11.555.556
PR/Promotion	1.000.000
Gesamtwert	12.555.556