

Analysen im Eishockey

Printpräsenz von Klubs und Sponsoren

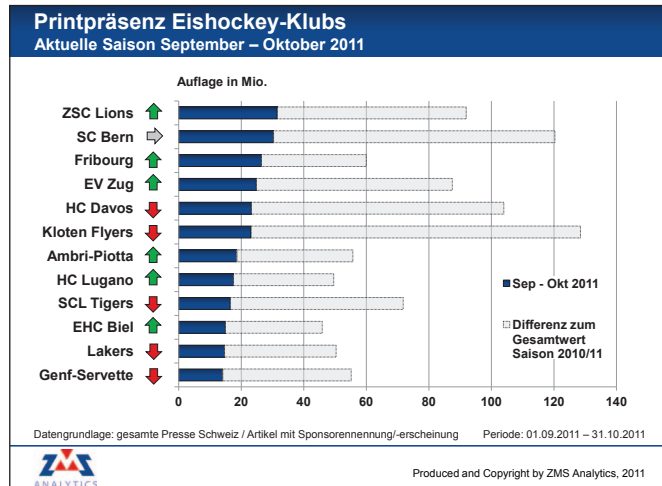
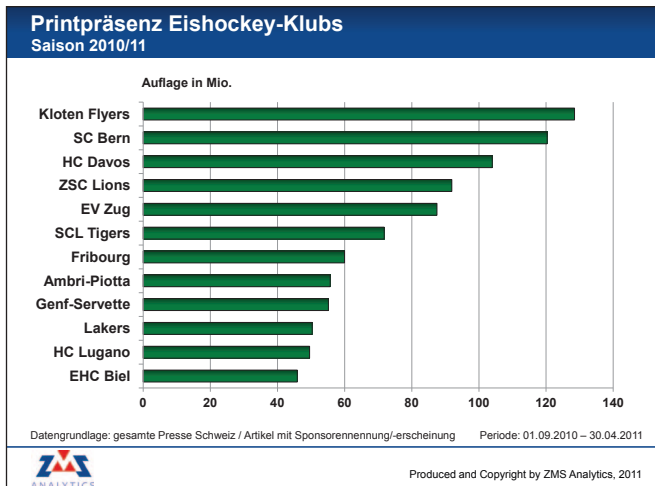
Gegenwärtig nimmt die Sportart Eishockey einen sehr hohen Stellenwert ein in der Sportberichterstattung der Printmedien. In der letzten Saison 2010/2011 generierten die Berichte zum Playoff-Finalisten Kloten Flyers die höchste Auflagensumme unter den einzelnen Klubs. Der Schweizermeister HC Davos reihte sich an dritter Position dieses Rankings ein. In der aktuellen Saison (September bis Oktober) konnten die ZCS Lions bis-

her die höchsten Präsenzwerte realisieren. Der HC Fribourg-Gottéron verbesserte sich in diesem Ranking ebenfalls um mehrere Plätze und erreichte in den ersten zwei Monaten bereits annähernd die Hälfte des letztjährigen Gesamtwertes.

Die detaillierte Untersuchung der Printartikel aus der vergangenen Saison zeigte, dass 94 Prozent aller Sponsoren-Erscheinungen der Spielerbekleidung zuzuordnen waren. Bei den

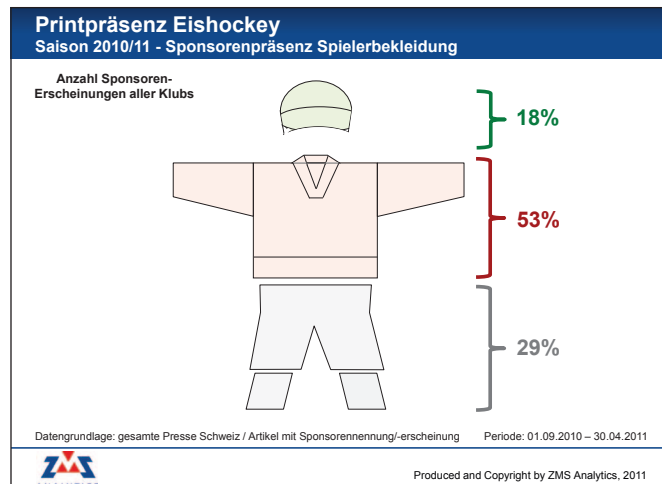
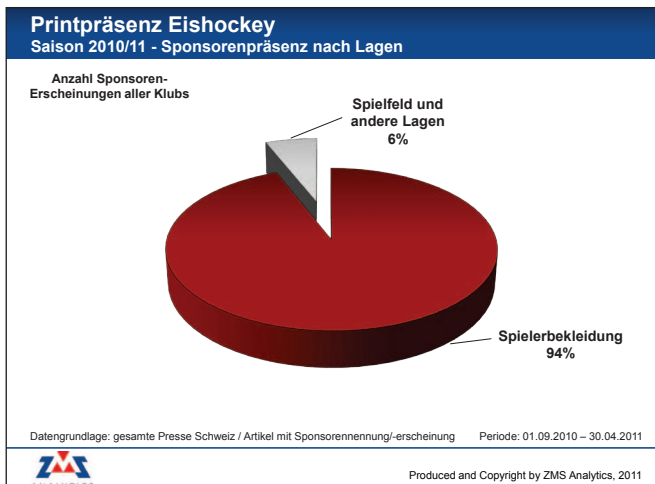
restlichen 6 Prozent der Erscheinungen handelte es sich um Schriftzüge auf anderen Lagen, wie beispielsweise auf dem Eis oder den Banden.

Aus der genaueren Analyse der Sponsorenpräsenz auf der Spielerbekleidung ging hervor, dass 53 Prozent aller Schriftzüge auf dem Trikot-Oberteil zu sehen waren. 29 Prozent der Sponsoren-Erscheinungen waren auf den Beinen und 18 Prozent auf dem Helm sichtbar. *Katrin Frei, ZMS*



Printpräsenz der einzelnen Klubs der National League A in der vergangenen Saison 2010/2011, gemessen an der Auflagensumme.

Printpräsenz der einzelnen Klubs der National League A in den ersten beiden Monaten der aktuellen Saison, gemessen an der Auflagensumme. Als Ergänzung die Gesamtwerte der Vorsaison und Angaben über die Verschiebung im Ranking.



Anteil der Sponsoren-Erscheinungen auf der Spielerbekleidung und anderen Lagen in der Saison 2010/2011.

Anteil der Sponsoren-Erscheinungen auf der Spielerbekleidung, unterteilt nach den Lagen Helm, Oberkörper und Beine in der Saison 2010/2011.