

**Michael Beer**

# Rahmenbedingungen, Charakteristika und wirtschaftliche Gestaltungsmöglichkeiten des Sponsoring im Amateur- und im Profisport

Eine Analyse und kritische Gegenüberstellung anhand des Finswimming und der Fußball-Bundesliga

**Bachelorarbeit**

# BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei [www.GRIN.com](http://www.GRIN.com) hochladen  
und kostenlos publizieren



## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

## **Impressum:**

Copyright © 2011 GRIN Verlag  
ISBN: 9783656109549

## **Dieses Buch bei GRIN:**

<https://www.grin.com/document/187006>

**Michael Beer**

# **Rahmenbedingungen, Charakteristika und wirtschaftliche Gestaltungsmöglichkeiten des Sponsoring im Amateur- und im Profisport**

**Eine Analyse und kritische Gegenüberstellung anhand des Finswimming und der Fußball-Bundesliga**

## **GRIN - Your knowledge has value**

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite [www.grin.com](http://www.grin.com) ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

### **Besuchen Sie uns im Internet:**

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

[http://www.twitter.com/grin\\_com](http://www.twitter.com/grin_com)

Universität Leipzig  
Sportwissenschaftliche Fakultät  
Institut für Sportpsychologie und Sportpädagogik

Bachelorarbeit

**Rahmenbedingungen, Charakteristika und wirtschaftliche  
Gestaltungsmöglichkeiten des Sponsoring im  
Amateur- und im Profisport.**

**Eine Analyse und kritische Gegenüberstellung  
anhand des Finswimming und der Fußball-Bundesliga**

vorgelegt von:

**Michael Beer**

Tag der Einreichung: 3. Juni 2011

Leipzig 2011

## **Bibliografische Beschreibung und Referat**

Universität Leipzig, Sportwissenschaftliche Fakultät

Institut für Sportpsychologie und Sportpädagogik

Bachelorarbeit

---

Hauptsachtitel:

**Rahmenbedingungen, Charakteristika und wirtschaftliche Gestaltungsmöglichkeiten des Sponsoring im Amateur- und im Profisport. Eine Analyse und kritische Gegenüberstellung anhand des Finswimming und der Fußball-Bundesliga**

---

Verfasser:

Name: **Beer**

Vorname: **Michael**

---

Erscheinungsjahr: 2011                      Abbildungen: 17

Blattzahl: 75                                      Literaturangaben: 93

Anlagen: 6                                        Tabellen: 6

---

REFERAT: In dieser Abschlussarbeit wird zum Thema Sportsponsoring ein Vergleich zwischen dem Profisport und dem Amateursport hergestellt. Es wird eine Bestandsanalyse mit Hilfe aktueller Literatur zur deutschen Fußballbundesliga erhoben. Exemplarisch für den Amateursport wird am Beispiel der Sportart Finswimming die Situation für Randsportarten in Deutschland und deren Chancen und Reserven für Sponsoringengagements dargelegt. In einer empirischen Erhebung werden Expertenmeinungen zur Untersuchung hinzugezogen und aus den gewonnenen Informationen werden Handlungsempfehlungen für Amateur- und Randsportarten gegeben.

## Selbstständigkeitserklärung

Ich versichere, dass ich die vorliegende Arbeit ohne unzulässige Hilfe und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe.

Die aus fremden Quellen direkt (als Zitate) oder indirekt (dem Sinn nach) übernommenen Textstellen und Gedanken sind in der Arbeit als solche kenntlich gemacht worden.

Bei der Auswahl und Auswertung des Materials sowie bei der Herstellung des Manuskripts habe ich Unterstützungsleistungen von folgenden Personen erhalten:

Dr. paed. Jörg Melitzer

.....

31. Mai 2011,

## Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	III
Abkürzungsverzeichnis.....	VI
Abbildungsverzeichnis.....	VII
Tabellenverzeichnis.....	IX
<b>1 Einleitung.....</b>	<b>1</b>
1.1 Problemstellung .....	1
1.2 Die Zielstellung der Arbeit .....	2
1.3 Die Vorgehensweise .....	2
1.4 Fragestellungen und Hypothesen.....	3
<b>2 Grundlagen des Sponsoring .....</b>	<b>6</b>
2.1 Definition und Abgrenzung .....	6
2.2 Die Ziele des (Sport-)Sponsoring .....	7
2.2.1 Die Ziele aus der Sicht der Unternehmen.....	8
2.2.2 Die Ziele aus der Sicht der Gesponserten .....	9
2.3 Sportsponsoring als wirkungsvolles Instrument der Unternehmenskommunikation.....	10
2.4 Die Entwicklung des Sportsponsoring in Deutschland .....	11
2.5 Formen des Sportlersponsoring .....	12
<b>3 Die Rahmenbedingungen im Profisport am Beispiel der Fußballbundesliga ..</b>	<b>15</b>
3.1 Die Besonderheiten für ein Sponsorship in der Fußballbundesliga.....	16
3.2 Kooperationen als Besonderheit des Sponsoring im Fußball.....	18
3.2.1 Customer Relationship Management (CRM) .....	19
3.2.2 Strategische Allianzen.....	20
3.3 Der Einfluss der Medien auf Sponsorships in der Fußballbundesliga .....	21
3.4 Die Besonderheit der Stadionvermarktung .....	24
3.5 Die Stadionvermarktung in der Fußballbundesliga ..	26

<b>4</b>	<b>Der Amateur- und Breitensport in Deutschland.....</b>	<b>27</b>
4.1	Definition und Abgrenzung des Amateursports in Deutschland .....	27
4.2	Die Rahmenbedingungen in Deutschland.....	28
4.2.1	Chancen für den Amateur- und Breitensport in Deutschland .....	29
4.2.2	Die Amateur- und Leistungssportförderung in Deutschland.....	30
4.2.3	Der Einfluss der Medien auf den Sport und dessen Entwicklung.....	31
4.2.4	Der Einfluss der Medien auf Amateur- und Randsportarten.....	32
4.2.4.1	Das Internetfernsehen: Die Chance für Randsportarten? .....	33
4.2.4.2	Kriterien für eine erfolgreiche TV-Vermarktung einer Sportart .....	34
4.3	Die Besonderheiten für ein Sponsoringengagement im Amateursport anhand ausgewählter Sportarten.....	35
4.3.1	Praxisbeispiel: Robert Gess (Judo) .....	35
4.3.2	Praxisbeispiel: Stefan Feck (Wasserspringen) .....	37
4.4	Die grundlegenden Charakteristika im Trainings- und Wettkampfsystem im Finswimming .....	38
4.4.1	Die materialtechnischen Geräte im Finswimming .....	39
4.4.2	Merkmale zur Bewegungsausführung .....	40
4.4.3	Das Wettkampfsystem im Finswimming .....	40
4.5	Die Mitgliederentwicklung im Finswimming .....	41
4.5.1	Nationale und internationale Erfolge im Finswimming .....	42
4.5.2	Chancen für Unternehmen, sich im Finswimming als Sponsoren zu engagieren am Beispiel des SC DHfK Leipzigs .....	42
4.6	Der Verband Deutscher Sporttaucher und seine Aufgaben .....	48
4.6.1	Der VDST und dessen Bedeutung für Sponsoringengagements im Finswimming.....	50
4.6.2	Die Förderung der deutschen Finswimmingathleten.....	52
<b>5</b>	<b>Das Untersuchungsdesign und die methodische Vorgehensweise .....</b>	<b>53</b>
5.1	Wissenschaftliche Erkenntnisse aus dem Finswimming .....	53
5.2	Die Erhebungsmethodik .....	53
5.2.1	Die Expertenbefragung .....	54
5.2.1.1	Forschungsleitende Fragen.....	55
5.2.1.2	Gütekriterien.....	56
5.2.1.2.1	Objektivität .....	57
5.2.1.2.2	Reliabilität .....	57

5.2.1.2.3	Validität .....	57
5.2.1.3	Der Untersuchungssteckbrief .....	57
5.2.1.4	Das Fragebogendesign .....	58
5.2.1.5	Die Auswahl der Experten .....	59

**6 Rahmenbedingungen des Sponsoring im Finswimming – Darstellung und Interpretation der Expertenbefragung ..... 60**

6.1	Finswimming in Deutschland aus der Sicht von Experten.....	60
6.1.1	Demografischer Fragenkomplex.....	60
6.1.2	Zur Situation der Finswimmingvereine in Deutschland .....	61
6.1.3	Erfahrungen mit dem Sponsoring im Finswimming.....	62
6.1.4	Vereinsarbeit und Professionalisierung im deutschen Finswimmingsport .....	65
6.2	Ergebniswertung .....	67
6.3	Methodenkritik.....	68
6.4	Diskussion der Ergebnisse und Schlussfolgerungen.....	69
6.4.1	Wissenschaftlicher Erkenntnisgewinn.....	69
6.4.2	Handlungsempfehlungen für die Praxis .....	72

**7 Fazit..... 74**

**Literaturverzeichnis**

**Anlagenverzeichnis**

## Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
Abs.	Absatz
AP	Apnoe
bspw.	beispielsweise
BMI	Bundesministerium des Inneren
bzw.	beziehungsweise
ca.	zirka
DFB	Deutscher Fußballbund
DFL	Deutsche Fußballliga
DOSB	Deutscher Olympischer Sportbund
DSH	Deutsche Sporthilfe
EM	Europameisterschaften
f.	folgende Seite
ff.	folgende Seiten
IAT	Institut für Angewandte Trainingswissenschaften
IOC	International Olympic Committee
IWGA	International World Games Association
km	Kilometer
m	Meter
S.	Seite
TR.	Technische Regel
u.a.	unter anderem
vgl.	vergleiche
VDST	Verband Deutscher Sporttaucher
WM	Weltmeisterschaften
z.B.	zum Beispiel