

Jasmin Wilke

Sportsponsoring. Prestigefrage oder
Erfolgsfaktor?

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 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 © 2016 GRIN Verlag
ISBN: 9783668543324

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/374712>

Sportsponsoring. Prestigefrage oder Erfolgsfaktor?

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 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

Abschlussarbeit zur Erlangung des Grades Bachelor of Arts
im Studiengang Sportmanagement
an der Karl-Scharfenberg-Fakultät der
Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften

Sportsponsoring - Prestigefrage oder Erfolgsfaktor?

Eingereicht von: Wilke, Jasmin

Eingereicht am: 01.09.2016

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	IV
Abkürzungsverzeichnis.....	V
Abstract.....	VI
 1 Hinführung zum Thema	1
 2 Theoretische Grundlagen.....	2
2.1 Definition Sponsoring und Begriffsabgrenzung	2
2.2 Einordnung in den Marketing-Mix.....	4
2.3 Definition Sportsponsoring	6
2.4 Ziele des Sportsponsoring	7
2.5 Akteure und Kommunikationsprozess im Sportsponsoring.....	9
2.5.1 Medien	9
2.5.2 Sponsoring-Agenturen	10
2.5.3 Öffentlichkeit.....	10
2.5.4 Kommunikationsprozess	11
 3 Sportsponsoring	12
3.1 Einsatzmöglichkeiten von Sportsponsoring	12
3.1.1 Sponsoring von Einzelsportlern.....	13
3.1.2 Sponsoring von Sportmannschaften	14
3.1.3 Sponsoring von Sportveranstaltungen.....	15
3.2 Sport als Gesponserter	16
3.3 Unternehmen als Sponsor	17
3.4 Umfang Sponsoring-Engagement	19
3.4.1 Full-Sponsoring	19
3.4.2 Haupt-Sponsoring	19
3.4.3 Co-Sponsoring	20
3.5 Zielgruppen Sportsponsoring	20
3.6 Rolle des Sportsponsoring in der Gesellschaft und in Unternehmen.....	21
3.7. Chancen und Risiken von Sportsponsoring	23
3.7.1 Chancen Sportsponsoring aus Sponsoren-Sicht.....	23
3.7.1.1 Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung	23