

Volkhard Michel

Sport im Internet. Möglichkeiten und Grenzen der einzelnen Werbeformen einschließlich Sponsoring

Diplomarbeit

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 © 2000 GRIN Verlag
ISBN: 9783668749115

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/182330>

Volkhard Michel

Sport im Internet. Möglichkeiten und Grenzen der einzelnen Werbeformen einschließlich Sponsoring

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

Sport im Internet – Möglichkeiten und Grenzen der einzelnen Werbeformen einschließlich Sponsoring

Hausarbeit für die staatliche Abschlussprüfung zum Kommunikationswirt an der Akademie für Marketing-Kommunikation, Frankfurt am Main

Eingereicht von Volkhard Michel

Lehrgang 83

Dezember 2000

Aufgabenstellung (Wortlaut):

Umfragen zufolge holen sich selbst Sportinteressierte nur selten Informationen über ihren Sport oder Sportarten aus dem Internet. Offenbar ist es den Werbern bislang lediglich in geringem Maße gelungen, Awareness durch ihre Werbung, insbesondere die verbreitete Bannerwerbung, zu generieren.