

Stefan Still

Sponsoring und Event-Marketing bei
Randsportartenevents. Entwicklung des
Bundesliga-Heimspieltages im Münchener
Golf Club e.V.

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 © 2015 GRIN Verlag
ISBN: 9783668102743

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/311507>

Stefan Still

Sponsoring und Event-Marketing bei Randsportartenevents. Entwicklung des Bundesliga-Heimspieltages im Münchener Golf Club e.V.

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

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	III
Anhangsverzeichnis.....	IV
Abkürzungsverzeichnis.....	V
1 Einleitung.....	1
1.1 Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit.....	1
1.2 Aufbau der Arbeit.....	2
2 Methodik der Arbeit.....	4
2.1 Inhalt eines Experteninterviews.....	4
2.2 Auswahlkriterien der Experten.....	5
2.3 Vorbereitung der Datenerfassung.....	6
2.4 Durchführung von Experteninterviews.....	6
2.5 Auswertungsverfahren von Experteninterviews.....	7
3 Theoretische Grundlagen.....	8
3.1 Das Sponsoring.....	8
3.1.1 Definition und Entstehung des Sponsoring.....	9
3.1.2 Merkmale des Sponsoring.....	10
3.1.3 Ziele des Sponsoring.....	11
3.1.3.1 Ökonomische Ziele.....	12
3.1.3.2 Psychologische Ziele.....	12
3.2 Das Sportsponsoring.....	13
3.2.1 Bedeutung des Sportsponsoring.....	13
3.2.2 Besonderheiten und Motive des Sportsponsoring.....	14
3.2.3 Sponsoring von Sportveranstaltungen.....	15
3.3 Das Event-Marketing.....	16
3.3.1 Definition und Merkmale des Event-Marketing.....	16
3.3.2 Ziele des Event-Marketing.....	17
3.3.3 Die Akteure am Eventmarkt.....	18
3.3.4 Typologie der Formen des Event-Marketing.....	19
3.4 Definition Randsportart.....	20
3.5 Das Konzept.....	21

3.5.1 Inhalt und Ziel eines Konzeptes.....	21
3.5.2 Funktionen eines Konzeptes.....	22
4 Entwicklung des Sponsoring-/Vermarktungskonzeptes	23
4.1 Bundesliga-Heimspieltag im Münchener Golf Club e.V.....	24
4.2 Sponsoring.....	24
4.2.1 Angebot an die Sponsoren	24
4.2.2 Sponsorenakquise.....	28
4.3 Vermarktung.....	29
4.3.1 Zuschauerakquise.....	29
4.3.2 Rahmenprogramm.....	34
5 Handlungsempfehlungen.....	40
6 Schluss.....	41
7 Anhang.....	42
8 Literaturverzeichnis.....	63

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: „Funktionen eines Konzeptes“	22
Abbildung 2: „Sponsoringangebot – Seite 1“	25
Abbildung 3: „Sponsoringangebot – Seite 2“	26
Abbildung 4: „Zuschauer-Flyer“	30
Abbildung 5: „Newsletter“	31