

Andy Hartrumpf

Wettbewerb, Unternehmensstrategien und Markenentwicklung. Eine Analyse am Beispiel der Sportartikelbranche

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: 9783668264359

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/336590>

Andy Hartrumpf

Wettbewerb, Unternehmensstrategien und Markenentwicklung. Eine Analyse am Beispiel der Sportartikelbranche

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

FOM Hochschule für Ökonomie & Management

Studienzentrum Nürnberg

Bachelor Thesis

zur Erlangung des Grads eines
Bachelor of Arts (B.A.)

über das Thema

**Wettbewerb, Unternehmensstrategien und Markenentwicklung – Eine Analyse am
Beispiel der Sportartikelbranche**

von

Andy Hartrumpf

Abgabedatum: 30.01.2016

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	II
Abkürzungsverzeichnis	IV
Abbildungsverzeichnis	V
Tabellenverzeichnis.....	VI
1 Einführung	1
1.1 Problemstellung und Zielsetzung	1
1.2 Methodische Vorgehensweise der Arbeit.....	2
2 Theoretische Grundlagen	3
2.1 Wettbewerb	3
2.2 Unternehmensstrategie	4
2.3 Markenentwicklung.....	5
3 Branchen und Wettbewerbsanalyse	7
3.1 Überblick über die Sportartikelindustrie	7
3.2 Analyse der Makroumwelt	9
3.3 Branchenstrukturanalyse nach Porter.....	12
3.4 Führende Unternehmen im Sportartikelmarkt.....	16
3.4.1 Nike	16
3.4.2 Puma.....	17
3.4.3 Under Armour	18
4 Markenentwicklung	19
4.1 Definition und Funktion von Marken.....	19
4.2 Markenbildung und -treue	24
4.3 Marketingstrategien im Überblick.....	25
4.4 Markenanalyse von ausgewählten Unternehmen	27
4.5 Markenwertberechnung als Informationsinstrument.....	29
5 Unternehmensportrait adidas group	32
5.1 Unternehmensgeschichte	32

5.2 Produktportfolio der adidas group.....	34
6 Unternehmensstrategie sowie Problemfelder der adidas group	35
6.1 Konzernstrategie der adidas group	35
6.2 Problemfelder der adidas group	39
6.3 Strategischer Geschäftsplan 2020 “creating the new”	41
6.3.1 Schwerpunkt „open source”	42
6.3.2 Schwerpunkt „speed“	42
6.3.3 Schwerpunkt „cities“	43
6.4 Innovationsstrategie am Beispiel der Kernmarke adidas	44
7 Handlungsempfehlung	45
7.1 SWOT Analyse	45
7.2 Handlungsempfehlung am Beispiel der Kernmarke adidas	49
8 Zusammenfassung und Ausblick	50
9 Literaturverzeichnis	51