

Bastian Koch

Eigenmarke Profisportler.
Social-Media-Marketing im Sport

Masterarbeit

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: 9783346626868

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/1188330>

Bastian Koch

Eigenmarke Profisportler. Social-Media-Marketing im Sport

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

Eigenmarke Profisportler – Eine Social Media Analyse

Abschlussarbeit zur Erlangung des akademischen Grades

Master of Arts (M.A.)

an der Munich Business School

vorgelegt von: Bastian Koch

Abgabetermin: 31. August 2015

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	4
Tabellenverzeichnis.....	5
Abkürzungsverzeichnis	6
1. Einleitung.....	8
1.1. Forschungsidee /-interesse.....	8
1.2. Wissenschaftliche Relevanz	9
1.3. Forschungsstand	11
1.4. Ziele der Masterarbeit.....	12
2. Die Philosophie einer Marke	13
2.1. Die Marke als Teil des Marketingmix.....	13
2.2. Der Markenaufbau.....	16
2.3. Besonderheiten von Marken im Sport.....	18
2.4. Eigen-/ Personenmarken.....	21
2.5. Markenbildung durch Social Media	24
2.6. Vermarktung von Profisportlern innerhalb von Social Media	28
3. Das Phänomen der Digitalisierung.....	31
3.1. Die Entwicklung der sozialen Medien	31
3.2. Das Social Media Universum – fragmentiert	34
3.3. Die Social Media Landschaft in Deutschland	36
3.3.1. Facebook	37
3.3.2. Instagram.....	38
3.4. Der Einfluss von Social Media auf (Eigen-) Marken.....	39
3.5. Zusammenfassung	42
4. Methode und Untersuchungsdesign	43
4.1. Forschungsleitende Fragen.....	43
4.2. Forschungsdesign	45

4.2.1.	Die Methode der Inhaltsanalyse	45
4.2.2.	Untersuchungsobjekte	45
4.2.3.	Erhebungszeitraum und Phasen	51
4.3.	Codebuch und Pretest	52
4.4.	Codierung	54
4.5.	Auswertung	55
4.6.	Zusammenfassung	55
5.	Darstellung und Interpretation der Ergebnisse.....	56
5.1.	Allgemein	56
5.2.	Zeitlicher Rahmen	58
5.3.	Reaktion.....	59
5.4.	Format	61
5.5.	Kommunikation innerhalb der Posts	64
5.6.	Zusammenfassung	78
6.	Beantwortung der forschungsleitenden Fragen.....	80
7.	Fazit	83
7.1.	Zusammenfassung	83
7.2.	Leitfaden.....	83
8.	Ausblick.....	87
9.	Quellenverzeichnis	88
10.	Anhang	99
10.1.	Codebuch	99
10.2.	Kommunikation	105
10.3.	Sonderanhang.....	106

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Drei Produktdimensionen	14
Abbildung 2: Erscheinungsformen von Marken im Sport	19
Abbildung 3: Anzahl der Internetnutzer weltweit.....	32
Abbildung 4: Das Social Media Universum - fragmentiert	34
Abbildung 5: Top 10 Social Networks in Deutschland	36
Abbildung 6: Wöchentlicher Werbewert in Facebook (Bastian Schweinsteiger)	42
Abbildung 7: Beispiel Codebuch	53
Abbildung 8: Verteilung der Veröffentlichungen innerhalb von Social Media.....	56
Abbildung 9: Verteilung der Veröffentlichungen auf Facebook und Instagram	57
Abbildung 10: Verteilung der Posts nach Wochentagen	58
Abbildung 11: Top 5 Arten der Veröffentlichung in Facebook.....	62
Abbildung 12: Top 4 Arten der Veröffentlichung in Instagram	63
Abbildung 13: FB-DA009 Abbildung 14: FB-DA023.....	64
Abbildung 15: Anzahl der Connected Posts	65
Abbildung 16: IG-BS009	66
Abbildung 17: FB-BS010	66
Abbildung 18: Sprachverteilung der Veröffentlichungen.....	67
Abbildung 19: IG-BS014	68
Abbildung 20: Möglichkeiten zur Nennung von Personen oder Institutionen	69
Abbildung 21: FB-MKI003	69
Abbildung 22: FB-BS002	70
Abbildung 23: FB-TP002.....	72
Abbildung 24: IG-TP017	73
Abbildung 25: FB-DA016	74
Abbildung 26: Art und Anzahl der Interaktion	75
Abbildung 27: FB-MK002.....	76
Abbildung 28: FB-DA005	77
Abbildung 29: Aufforderungen innerhalb von Veröffentlichungen	78

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht der Untersuchungsobjekte	52
Tabelle 2: Ergebnisse der Veröffentlichungen pro Wochentag	58
Tabelle 3: Durchschnittlicher Anteil der Reaktionen auf Facebook	60
Tabelle 4: Durchschnittlicher Anteil der Reaktionen auf Instagram	60
Tabelle 5: Häufigkeit der Veröffentlichungen	80
Tabelle 6: Reaktionen der Fans im Vergleich mit Werbebotschaften	82
Tabelle 7: Durchschnittliche Post-Reaktion.....	82

Abkürzungsverzeichnis

ARD	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland
BS	Bastian Schweinsteiger
BITKOM	Bundesverband der Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V
BMW	Bayerische Motoren Werke
BVB	Ballspielverein Borussia 09 e. V.
C1	Anzahl der Codierungen von Codierer 1
C2	Anzahl der Codierungen von Codierer 2
CR	Codierer-Reliabilität
DA	David Alaba
DE	Dennis Endras
DEL	Deutsche Eishockey Liga
DFL	Deutsche Fußball Liga
FB	Facebook
FC	Fußball Club
FN	Felix Neureuther
IG	Instagram
MK	Martin Kaymer
MKI	Maximilian / Max Kieffer
MVP	Most Valuable Player
PR	Public Relations
ROI	Return of Invest

SF	Severin Freund
TAZ	Tageszeitung
TP	Timo Pielmeier
TKP	Tausender Kontakt Preis
UGC	User Generated Content
Ü	Anzahl der übereinstimmenden Codierungen
WM	Weltmeisterschaft
ZDF	Zweites Deutsches Fernsehen