

1. Record Nr.	UNINA9910785824403321
Autore	Heichele Julian
Titolo	Der Sportkonsument im Zusammenhang mit Sportgrossereignissen [[electronic resource]] : Verbraucherverhalten am Beispiel der UEFA Euro 2012 // Julian Heichele
Pubbl/distr/stampa	Hamburg, : Diplomatica Verlag, 2012
ISBN	3-8428-3208-7
Descrizione fisica	1 online resource (107 p.)
Disciplina	306.4 306.483
Soggetti	Sports - Economic aspects Consumer behavior
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Description based upon print version of record.
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Nota di contenuto	Der Sportkonsument im Zusammenhang mit Sportgroßereignissen: Verbraucherverhalten am Beispiel der UEFA EURO 2012; Inhaltsverzeichnis; Abbildungsverzeichnis; Abkürzungsverzeichnis; Einleitung; 1. Das Produkt Sport; 1.1 Definition und Eigenschaften; 1.2 Besonderheiten des Marktumfeldes; 1.2.1 Beispiel Zentralvermarktung der Fußball-Bundesliga; 1.2.2 Unterschiede zu anderen Wirtschaftsbranchen; 1.3 Management und Marketing im Sport; 1.3.1 Sportmarketing; 1.3.2 Der Sportmarketing-Mix; 2. Der Sportkonsument; 2.1 Verbraucherverhalten; 2.2 The Psychological Continuum Model 2.3 Die Einflussfaktoren des Verbrauchers2.3.1 Psychologische Faktoren; 2.3.2 Personliche Faktoren; 2.3.3 Umweltfaktoren; 2.4. Der Entscheidungsprozess des Verbrauchers; 2.4.1 Barrieren gegen die Konsumententscheidung; 2.4.2 Beispiel zum Entscheidungsprozess des Verbraucher; 3. Der Event - das Sportgroßereignis; 3.1. Eventmanagement; 3.1.1 Hintergrunde und Bedeutung von Events; 3.1.2 Definition und Charakterisierung von Events; 3.2 Eventmarketing; 3.2.1 Hauptaufgaben des Veranstaltungsmarketings; 3.2.2 Segmentierung nach sozioökonomischen Faktoren 3.2.3 Besonderheiten im Zusammenhang mit Sportevents3.3. Eventmarketing als Erlebnismarketing; 3.4. Public Viewing; 4.

Empirische Studien zum Thema Sportgroßereignisse; 4.1 FIFA Fußballweltmeisterschaft 2006 in Deutschland; 4.1.1 Neuerungen bei der FIFA Fußball WM 2006; 4.1.2 Kenntnisse und Ergebnisse aus der Studie; 4.2 UEFA EURO 2008 in Österreich und der Schweiz; 4.2.1 Überblick und Studiendesign; 4.2.2 Soziodemographische Merkmale; 4.2.3 Konsummuster der UEFA EURO 2008 Besucher; 5. Die UEFA EURO 2012; 5.1. Überblick und Regularien; 5.1.1 Spielorte der UEFA EURO 2012
5.1.2 Qualifikation und Teilnehmer5.1.3. Auslosung und Spielplan der Endrunde; 5.2 Stadien der UEFA EURO 2012; 5.3 Eintrittskarten für die UEFA EURO 2012; 5.3.1 Verteilung und Absatz der Tickets; 5.3.2 Ticketpreise für die UEFA EURO 2012; 5.4. Public Viewing bei der UEFA EURO 2012; 5.5. Konsummuster der UEFA EURO Besucher; 5.6. Regionale Public Viewings in Augsburg; 5.6.1 Public Viewing im Gestrandet; 5.6.2. Public Viewing im Alten Schlachthof Augsburg; 5.6.3. Public Viewing auf dem Augsburger Rathausplatz; Fazit; Anhang; Glossar; Literaturverzeichnis

Sommario/riassunto

Hauptbeschreibung Sportgroßereignisse wie die Olympischen Spiele, die FIFA Fußballweltmeisterschaft oder auch die UEFA Europameisterschaft stellen heutzutage das Highlight für Sportkonsumenten, die Sportindustrie und für das Gastgeberland dar. Die Organisationskomitees der jeweiligen Länder betreiben immensen Aufwand und investieren erhebliche Summen in die Bewerbung um die Austragung derartiger Mega-Events. Denn schließlich besteht die Möglichkeit sich der Weltöffentlichkeit zu präsentieren. In diesem Imagefaktor liegt wohl das größte Potential für die gastgebende Nation, vor allem
