

1. Record Nr.	UNINA9910815866303321
Autore	Bachner Michael
Titolo	Sponsoring im internationalen Profi-Fussball : Mannschafts- oder Veranstaltungssponsoring am Beispiel der Automobilwirtschaft // Michael Bachner
Pubbl/distr/stampa	Hamburg : , : Diplomica Verlag, , 2013
ISBN	3-8428-3496-9
Descrizione fisica	1 online resource (105 p.)
Disciplina	796.33263
Soggetti	Sports
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	Sponsoring im internationalen Profi-Fußball; Vorwort; Inhaltsverzeichnis; Abkürzungsverzeichnis; Abbildungsverzeichnis; Tabellenverzeichnis; 1 Einleitung; 2 Grundlagen Sponsoring; 2.1 Definition und Begriff des Sponsorings; 2.2 Einordnung des Sponsorings in den Marketing Mix; 2.3 Erscheinungsformen des Sponsorings; 2.4 Strukturen des Sponsoring-Marktes; 2.5 Planungsprozess des Sponsorings; 3 Grundlagen Sportponsoring; 3.1 Definition und Begriff des Sportponsorings; 3.2 Erscheinungsformen des Sportponsorings; 3.2.1 Sponsoring von Fußballmannschaften 3.2.2 Sponsoring einer Fußballveranstaltung 3.3 Entwicklung einer Sportponsoringstrategie; 3.4 Sportponsoring und Markenführung; 3.5 Erfolgskontrolle im Sportponsoring; 4 Sponsoring-Möglichkeiten im internationalen Profi-Fußball; 4.1 FIFA Fußball Weltmeisterschaft; 4.2 FIFA Klub-Weltmeisterschaft; 4.3 UEFA Fußball Europameisterschaft; 4.4 UEFA Champions League; 4.5 UEFA Europa League; 4.6 Nationalmannschaften; 4.7 Vereinsmannschaften; 4.8 Bewertung der Sponsoring Möglichkeiten; 4.9 Vergleich Mannschafts- und Veranstaltungssponsoring; 5 Fallstudien zum Sponsoring der Automobilhersteller 5.1 Audi 5.2 Ford; 5.3 Hyundai/Kia; 5.4 Mercedes-Benz; 5.5 Seat; 5.6 Toyota; 5.7 Volkswagen; 5.8 Vergleich und Bewertung der Sponsoringstrategien; 5.8.1 Vergleich Sponsoring Audi und Mercedes-Benz; 5.8.2 Vergleich Sponsoring Toyota und VW; 5.8.3 Vergleich

Sponsoring Hyundai/Kia, Ford und Seat; 6 Schlussbetrachtung; Anhang; Anlagenverzeichnis; Anlage 1: Expertengesprach FC Bayern Munchen AG; Anlage 2: Expertengesprach Audi AG; Anlage 3: Expertengesprach Seat Deutschland GmbH; Anlage 4: Expertengesprach Volkswagen AG; Literaturverzeichnis

Sommario/riassunto

Die FIFA Fussball Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland wurde nach Angaben der FIFA weltweit in 214 Landern ubertragen. Insgesamt verfolgten dieses sportliche Großereignis über 26 Milliarden Zuschauer vor dem Fernseher. Diese unglaublich große Begeisterung und Faszination für den Fußball wird zunehmend von Automobilherstellern genutzt, um in einem positiven Umfeld bzw. auf der Plattform Fußball ihre Marke zu präsentieren. Sportsponsoring stellt dabei im Rahmen einer erlebnisorientierten Markenführung für einen Automobilhersteller ein sehr gutes Kommunikationsinstrument dar. Neben dem reinen fu
