



Strategie und Markenmanagement im Sport: Der strategische Planungsprozess des Sponsorings von Bruhn am Beispiel von Borussia Dortmund (German Edition)

Philipp Steinkamp

Download now

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Strategie und Markenmanagement im Sport: Der strategische Planungsprozess des Sponsorings von Bruhn am Beispiel von Borussia Dortmund (German Edition)

Philipp Steinkamp

Strategie und Markenmanagement im Sport: Der strategische Planungsprozess des Sponsorings von Bruhn am Beispiel von Borussia Dortmund (German Edition) Philipp Steinkamp

Studienarbeit aus dem Jahr 2014 im Fachbereich Sport - Sportökonomie, Sportmanagement, Note: 1,7, , Sprache: Deutsch, Abstract: „Fußball, die wohl schönste Nebensache der Welt“ ist in der heutigen Zeit mit Abstand die populärste Sportart in Deutschland. Über 6,8 Millionen Menschen, das heißt über 8 % der deutschen Bevölkerung, sind Mitglied in einem der über 25.000 Fußballvereine. Dieser Mitgliederrekord unterstreicht den enormen Stellenwert und die hohe Anziehungskraft des Fußballs in Deutschland. Auch die Anzahl der Frauenmannschaften ist von 5.782 im Jahr 2013 auf 5.855 Teams gestiegen. Der Zuschauerdurchschnitt stieg von der ersten Saison der 1.Fußball-Bundesliga (1963/64) bis heute um knapp über 125 % an. Dabei wurde zunächst im 19. Jahrhundert die Ausübung des Fußballspiels in den Sportvereinen verboten, weil sie als „Lümmelei“ oder „Englische Krankheit“ bezeichnet wurde. Sport zu treiben galt nämlich damals als ein Privileg der feinen Leute. Denn in den Turn- und Sportvereinen wurden in erster Linie Turnübungen in Gruppen ausgeübt, die Harmonie und Disziplin zum Ziel hatten und nicht den Wettkampfsport, wie Fußball einer ist. Diese Mannschaftssportart stand damals in einem Gegensatz zu den Idealen der Sportvereine und somit wurde ein Verbot einer Ausübung ausgesprochen.

Nun hat sich der Fußball in den letzten hundert Jahren zu einem Wirtschaftsfaktor entwickelt, der nicht nur in Deutschland, sondern weltweit Bestand hat. Durch diese riesige Entwicklung dieser Sportart hat sich ein Sportmarkt erschlossen, der das Interesse vieler Unternehmen geweckt hat, die im Sport einen geldgewinnenden Vorteil sehen. Zu diesen Unternehmen zählen Werbe- und Rechteagenturen, Rundfunkanstalten, sowie Unternehmen der Konsumgüterindustrie. Sie alle verbindet das Interesse am Prozess der Fußballvermarktung teilhaben und materielle sowie immaterielle Leistungen oder Informationen verkaufen (z.B. in Form von Fanartikeln) oder kommunizieren (z.B. in Form von Werbung) zu wollen. Vermarktungsmöglichkeiten ergeben sich hierbei entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Angefangen bei der Produktion der „Ware“ Fußball auf dem Spielfeld (z.B. durch Bewerbung des Stadiongelandes) bis zum „Konsum“ durch die Zielgruppe der Fußballinteressierten (z.B. durch den Kauf von Fanartikeln zur Identifizierung mit dem Lieblingsverein). Dabei gliedert sich, nach Bruhn, die Fußballvermarktung, aus Sicht der Fußballvereine, in die vier Phasen des strategischen Planungsprozesses des Sponsorings Analysephase, Planungsphase, Umsetzungsphase und Kontrollphase.

 [Download Strategie und Markenmanagement im Sport: Der strat ...pdf](#)

 [Read Online Strategie und Markenmanagement im Sport: Der str ...pdf](#)

Download and Read Free Online Strategie und Markenmanagement im Sport: Der strategische Planungsprozess des Sponsorings von Bruhn am Beispiel von Borussia Dortmund (German Edition) Philipp Steinkamp

From reader reviews:

Karen Perl:

Book will be written, printed, or descriptive for everything. You can know everything you want by a book. Book has a different type. As we know that book is important point to bring us around the world. Next to that you can your reading ability was fluently. A e-book Strategie und Markenmanagement im Sport: Der strategische Planungsprozess des Sponsorings von Bruhn am Beispiel von Borussia Dortmund (German Edition) will make you to be smarter. You can feel a lot more confidence if you can know about almost everything. But some of you think that will open or reading a new book make you bored. It is not necessarily make you fun. Why they can be thought like that? Have you looking for best book or appropriate book with you?

Christopher Jorge:

The book untitled Strategie und Markenmanagement im Sport: Der strategische Planungsprozess des Sponsorings von Bruhn am Beispiel von Borussia Dortmund (German Edition) is the publication that recommended to you you just read. You can see the quality of the guide content that will be shown to anyone. The language that author use to explained their way of doing something is easily to understand. The writer was did a lot of investigation when write the book, so the information that they share to your account is absolutely accurate. You also might get the e-book of Strategie und Markenmanagement im Sport: Der strategische Planungsprozess des Sponsorings von Bruhn am Beispiel von Borussia Dortmund (German Edition) from the publisher to make you much more enjoy free time.

Alicia Romero:

Playing with family in a park, coming to see the ocean world or hanging out with friends is thing that usually you might have done when you have spare time, after that why you don't try issue that really opposite from that. A single activity that make you not sense tired but still relaxing, trilling like on roller coaster you have been ride on and with addition associated with. Even you love Strategie und Markenmanagement im Sport: Der strategische Planungsprozess des Sponsorings von Bruhn am Beispiel von Borussia Dortmund (German Edition), you are able to enjoy both. It is excellent combination right, you still desire to miss it? What kind of hang-out type is it? Oh seriously its mind hangout guys. What? Still don't understand it, oh come on its called reading friends.

Nicole Powell:

The book untitled Strategie und Markenmanagement im Sport: Der strategische Planungsprozess des Sponsorings von Bruhn am Beispiel von Borussia Dortmund (German Edition) contain a lot of information on the item. The writer explains the woman idea with easy way. The language is very clear and understandable all the people, so do certainly not worry, you can easy to read the item. The book was

authored by famous author. The author gives you in the new era of literary works. It is easy to read this book because you can read more your smart phone, or program, so you can read the book within anywhere and anytime. If you want to buy the e-book, you can available their official web-site and order it. Have a nice go through.

Download and Read Online Strategie und Markenmanagement im Sport: Der strategische Planungsprozess des Sponsorings von Bruhn am Beispiel von Borussia Dortmund (German Edition) Philipp Steinkamp #DASJE27TWYM

Read Strategie und Markenmanagement im Sport: Der strategische Planungsprozess des Sponsorings von Bruhn am Beispiel von Borussia Dortmund (German Edition) by Philipp Steinkamp for online ebook

Strategie und Markenmanagement im Sport: Der strategische Planungsprozess des Sponsorings von Bruhn am Beispiel von Borussia Dortmund (German Edition) by Philipp Steinkamp Free PDF d0wnl0ad, audio books, books to read, good books to read, cheap books, good books, online books, books online, book reviews epub, read books online, books to read online, online library, greatbooks to read, PDF best books to read, top books to read Strategie und Markenmanagement im Sport: Der strategische Planungsprozess des Sponsorings von Bruhn am Beispiel von Borussia Dortmund (German Edition) by Philipp Steinkamp books to read online.

Online Strategie und Markenmanagement im Sport: Der strategische Planungsprozess des Sponsorings von Bruhn am Beispiel von Borussia Dortmund (German Edition) by Philipp Steinkamp ebook PDF download

Strategie und Markenmanagement im Sport: Der strategische Planungsprozess des Sponsorings von Bruhn am Beispiel von Borussia Dortmund (German Edition) by Philipp Steinkamp Doc

Strategie und Markenmanagement im Sport: Der strategische Planungsprozess des Sponsorings von Bruhn am Beispiel von Borussia Dortmund (German Edition) by Philipp Steinkamp Mobipocket

Strategie und Markenmanagement im Sport: Der strategische Planungsprozess des Sponsorings von Bruhn am Beispiel von Borussia Dortmund (German Edition) by Philipp Steinkamp EPub