

Sponsoring im deutschen Fußball

*Status, internationaler Vergleich und Perspektiven
einer bedeutenden Einnahmequelle im Profisport*

Oktober 2007

28 Seiten
17 Tabellen
5 Abbildungen

Schutzgebühr

Printversion 55 € zzgl. ges. MwSt
PDF-Version 50 € zzgl. ges. MwSt

PR Marketing Dr. P. Rohlmann
Büro für strategische Marketingberatung
Huntestr. 19, 48431 Rheine
Tel. 05971-17908
Fax 05971-17909
Email: info@pr-marketing.de

Inhaltsübersicht

1. Sponsoring als Finanzquelle im Sport

- 1.1. Sport als beliebteste Sponsoringart
- 1.2. Fußball als dominante Sportart
- 1.3. Rolle des Profifußballs im Sponsoring

2. Sponsoring in der Fußball-Bundesliga

- 2.1. Sponsoringvolumen im Profifußball
- 2.2. Klubrangliste im deutschen Fußballsponsoring
- 2.3. Rolle des Trikot- und Ausrüstersponsoring
- 2.4. sonstiges

3. Sponsoring in den europäischen Eliteligen

- 3.1. Vergleich der Kernmärkte
- 3.2. Beispiele ausländischer Fußballklubs
- 3.3. Personensponsoring im Fußball

4. Perspektiven im Sponsoring

- 4.1. Sponsoring - ein Nullsummenspiel mit TV?
- 4.2. Sponsoring - Wachstum ohne Grenzen?
- 4.3. Sponsoring – abhängig von Rahmenbedingungen?
- 4.4. Sponsoring - nur mit Markenstärke?

5. Zusammenfassung

Literaturverzeichnis