

13. Fanartikel-Barometer der Fußball-Bundesliga

*Der deutsche Fußballmerchandising-Markt 2010 -
Empirische Analysen und Prognosen zum aktuellen Fanartikelgeschäft
sowie zur Bedeutung der Ausrüster und des Trikotsabsatzes*

Ab Anfang Januar 2011 verfügbar

74 Seiten mit 24 Abbildungen und 30 Tabellen im Text zzgl. Befragungstabellarium

Schutzgebühr

Printversion 95,00 € zzgl. MwSt

PDF-Version 87,50 € zzgl. MwSt

PR Marketing
Dr. Peter Rohlmann
Huntestr. 19, 48431 Rheine
Tel. 05971-17908
Fax 05971-17909
Email: info@pr-marketing.de

© Dr. Peter Rohlmann 2010

Inhaltsverzeichnis

1. Zusammenfassung der Kernergebnisse
2. Merchandising - Fakten und Bedeutung
 - 2.1. Marktdaten zur Saison 2009/10
 - 2.2. Saisonvergleiche
 - 2.3. Prognose Saison 2010/11
 - 2.4. Stellenwert innerhalb der Klubs
3. Klubtrikots als Schlüssel für Merchandisingerfolg
 - 3.1. Absatzmengen und Vertrieb in der Bundesliga
 - 3.2. Wachsende Beliebtheit als Fanartikel
 - 3.3. Einflussfaktoren beim Trikotdesign
 - 3.4. Veränderungen im Geschäft mit den Fantrikots
 - 3.5. Trikotpreise und –kalkulation
 - 3.6. Einzelhandelsmarkt für Fußballtrikots
4. Fußballmerchandising und Ausrüsterfirmen
 - 4.1. Marktanteile in der Bundesliga
 - 4.2. Zusammenarbeit zwischen Klubs und Herstellern
 - 4.2.1. Auswahlkriterien der Klubs
 - 4.2.2. Wertigkeit von Ausrüstersponsorings
 - 4.2.3. Mögliche Konfliktpotentiale
 - 4.3. Ausrüsterwettbewerb im internationalen Kontext

5. Fußball-Replika-Markt aus Einzelhandelssicht

5.1. Sporteinzelhandel mit Fußballartikeln

5.2. Einzelhandelsvolumen von Fußballtrikots

5.3. Absatzrhythmus von Fußballtrikots

6. Befragungsdesign- und historie

7. Tabellenanhang

8. Übersicht über bisherige Studien