

-- --

## INHALTSVERZEICHNIS

<u>VORWORT</u> .....	3
<u>GLIEDERUNG</u>	
1. MARKETING IM SPORT - BEISPIEL FUßBALL..	9
1.1 DAS LIZENZMARKETING DER FUßBALL-BUNDESLIGA	
1.2 SPORTMARKETING ENTWÄCHST DEN KINDERSCHUHEN	
1.3 WAS HAT DER FUßBALL ZU VERMARKTEN?	
1.4 WAS IST FUßBALLMARKETING?	
1.5 MARKETING-MIX IM FUßBALL	
2. MÖGLICHKEITEN DES FUßBALLMARKETING.....	22
2.1 MARKTANALYSE IM FUßBALL	
2.2 STRATEGISCHE ANALYSE	
2.3 MARKETINGZIELE DER VEREINE	
2.4 MARKETINGSTRATEGIEN	
3. MÖGLICHKEITEN DER KOMMUNIKATIONS- POLITIK IM FUßBALL.....	33
3.1 CORPORATE IDENTITY	
3.2 PUBLIC RELATIONS	
3.3 FAN-SHOP	
3.4 MITGLIEDERWERBUNG	
3.5 VIP-BEREICH	
4. DARSTELLUNG DER MÖGLICHKEITEN DER ABSATZPOLITISCHEN INSTRUMENTE.....	40

# INHALTSVERZEICHNIS

## GLIEDERUNG

5. TYPISCHE AKTIONEN DER VEREINE.....	45
5.1 STADIONZEITUNG	
5.2 JAHRESHEFT	
5.3 P R	
5.4 WERBUNG	
5.5 BANDENWERBUNG	
6. ZUSAMMENFASSUNG UND ABSCHLIEßENDER VERGLEICH DER MARKETING-KONZEPTE.....	63
7. DIE BEDEUTUNG DES SPORTLICHEN ERFOLGS..	70
8. MUSTER EINES BEISPIELHAFTEN SPONSORANSCHREIBENS.....	72
9. GLIEDERUNG EINER BEISPIELHAFTEN MARKETING-KONZEPTION FÜR EINEN FUßBALLVEREIN.....	76