

# Inhaltsverzeichnis

I. Begriffliche Abgrenzung des Sponsoring.....	7
1. Entwicklung des Sponsoring.....	7
2. Definition des Sponsoring.....	8
3. Aufwendungen für das Sponsoring.....	9
II. Möglichkeiten des Sportsponsoring .....	10
1. Möglichkeiten im Überblick.....	10
2. Formen des Sportsponsoring .....	11
3. Entwicklungstendenzen des Sportsponsoring.....	15
4. Kosten des Sportsponsoring .....	15
III. Sportsponsoring aus Sicht der Unternehmen.....	17
1. Vorbemerkungen.....	17
2. Chancen des Sportsponsoring .....	17
3. Sponsoringziele der Unternehmen.....	20
4. Entwicklung einer Sportsponsoringkonzeption.....	22
5. Sportsponsoring als Teil der Kommunikationspolitik von Unternehmen.....	25
IV. Sportsponsoring aus Sicht des Sportvereins .....	27
1. Sponsoring als Einnahmequelle.....	27
2. Besonderheiten des Sports.....	28
3. Marketingkonzept für Sportvereine.....	30
4. Sponsoringkonzept für Sportvereine.....	36
5. Leistungen für Sponsoren .....	41
6. Erstellung von Sponsoringpaketen.....	47
7. Ansprache von Sponsoren.....	48

V. Durchführung des Sponsoring.....	51
1. Personelle Durchführung.....	51
2. Organisatorische Durchführung.....	55
3. Typische Fehler bei der Durchführung.....	61
VI. Rechtliche Fragen des Sponsoring.....	63
1. Vertragliche Gestaltung der Sponsorships.....	63
2. Steuerliche Fragestellungen.....	67
Schlußbetrachtung.....	72
Literaturhinweise.....	73