

Inhaltsverzeichnis

1	Der Branchen- und Unternehmenshintergrund	1
1.1	Die Sportartikelindustrie	1
1.2	Das Unternehmen Adidas	5
1.3	Das Unternehmen Reebok.....	9
2	Die Akquisition	12
2.1	Die Rahmendaten der Akquisition.....	12
2.2	Die Motive für die Akquisition	14
2.3	Die Bedenken hinsichtlich der Akquisition.....	16
3	Die Markenpositionierungen	20
3.1	Die Markenpositionierungen vor der Akquisition	20
3.2	Die Markenpositionierungen nach der Akquisition	23
3.3	Die strukturellen und kulturellen Auswirkungen der Markenpositionierungen	28
4	Ausblick	30
	Literaturverzeichnis	32