

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	IV
Tabellenverzeichnis	IV
Abkürzungsverzeichnis	V
1. Einleitung	1
1.1. Problemstellung und Zielsetzung	1
1.2. Methodische Vorgangsweise und Aufbau der Arbeit	3
2. Kleine Sportvereine als Teil der österreichischen Gesellschaft.....	5
2.1. Besonderheiten von Sportvereinen	5
2.1.1. Stellenwert in der Gesellschaft	6
2.1.2. Bedeutung für die Gesundheit	8
2.1.3. Sportvereine als Teil der NPO-Landschaft	10
2.2. Kleine Vereine nach dem Vereinsgesetz 2002	10
2.2.1. Merkmale eines Vereines	11
2.2.2. Vereinslandschaft in Österreich	13
2.2.3. Abgrenzung nach § 21 und § 22 Vereinsgesetz	15
3. Grundlagen des Sportsponsoring.....	17
3.1. Entstehung, Definition und Abgrenzung des Sponsoring	17
3.1.1. Oberbegriff Fundraising	21
3.1.2. Mäzenatentum	22
3.1.3. Entwicklung des Sponsoring	22
3.1.4. Definition Sportsponsoring	24
3.2. Charakteristika des Sport-Sponsoring	25
3.2.1. Ziele des Sportsponsoring	26
3.2.2. Beteiligte beim Sportsponsoring	27
3.2.3. Leistung und Gegenleistung	28

3.3. Erstellung eines Sponsoring-Projektes.....	28
3.3.1. Situationsanalyse.....	29
3.3.2. Zielfestsetzung.....	29
3.3.3. Erstellung eines Konzepts.....	30
3.3.4. Durchführung.....	31
3.4. Sponsoringpakete.....	32
3.4.1. Sportart vs. Gesamtverein.....	32
3.4.2. Sponsoring-Objekt.....	33
3.4.3. Umfang des Sponsoring.....	34
3.4.4. Erstellung individueller Pakete.....	35
3.5. Gewinnung von Sponsoren.....	35
3.5.1. Bewertung von Sponsoren.....	36
3.5.2. Vorgehensweise.....	36
3.5.3. Bindung von Sponsoren.....	37
3.6. Sponsoringvertrag.....	38
3.6.1. Vertragsformen.....	39
3.6.2. Vertragsinhalte.....	39
3.6.3. Sonderregelungen.....	40
3.7. Rechtliche und steuerliche Aspekte des Sponsoring.....	41
4. Alternative Finanzierungsformen.....	44
4.1. Organisation eines Events zur Vereinsfinanzierung.....	45
4.1.1. Das Event.....	46
4.1.2. Vorteile eines Events.....	48
4.1.3. Inhalte eines Eventkonzepts.....	49
4.1.4. Praxisbeispiel 1. Brucker Fladenroulette.....	53
4.2. Kooperationen als Möglichkeit der Ressourcenoptimierung.....	56
4.2.1. Kooperationen zur effektiveren Ressourcennutzung.....	57
4.2.2. Kooperationen zur Ressourcengewinnung.....	58
4.3. Sonstige alternative Finanzierungsformen.....	59

5. Sportsponsoring und alternative Konzepte aus Sicht der Praxis	61
5.1. Zielsetzung der Interviews.....	61
5.2. Auswahl und Vorstellung der Gesprächspartner	61
5.3. Ergebnisse	63
5.3.1. Sportsponsoring in der Praxis	64
5.3.2. Empfehlungen aus Sicht der Praxis	68
5.3.3. Funktionäre als Stütze des Vereins.....	73
5.4. Schlussfolgerungen.....	75
6. Handlungsempfehlungen für das Sportsponsoringmanagement und die Generierung alternativer Konzepte	78
6.1. Empfehlungen bezüglich Sportsponsoring	78
6.2. Empfehlungen bezüglich alternativer Finanzierungsquellen	86
6.3. Sonstige Empfehlungen für kleine Sportvereine.....	88
7. Zusammenfassung	92
Literaturverzeichnis	97
Anhang.....	105