

DEUTSCHES
INSTITUT FÜR
SPORT
MARKETING

Gerd Nufer

**Der Fall Uli Hoeneß –
Ergebnisse einer Online-Befragung**

NACHSPIELZEIT

die Schriftenreihe des Deutschen Instituts für Sportmarketing

*herausgegeben von
Gerd Nufer & André Bühler*

Nr. 2014 – 3

Autor



Prof. Dr. Gerd Nufer

Direktor Deutsches Institut für Sportmarketing

Alteburgstr. 150

72762 Reutlingen

Telefon: 07121 / 1363702

Telefax: 07121 / 271906011

E-Mail: gerd.nufer@sportmarketing-institut.de

Gerd Nufer ist Professor für Betriebswirtschaftslehre mit dem Schwerpunkt Marketing an der ESB Business School der Hochschule Reutlingen und Privatdozent für Sportökonomie und Sportmanagement an der Deutschen Sporthochschule Köln. Er leitet das Deutsche Institut für Sportmarketing zusammen mit Prof. Dr. André Bühler. Das DISM bietet auf wissenschaftlicher, unabhängiger und professioneller Basis Beratungs- und Weiterbildungsangebote für Sportvereine, Sportverbände, Sportsponsoren sowie sonstige Stakeholder des Sportbusiness zu allen Themenbereichen des Sportmarketing: www.sportmarketing-institut.de

Abstract

Im März 2014 fand der Steuerprozess gegen Uli Hoeneß statt, der mit einer Verurteilung des damaligen Präsidenten und Aufsichtsratsvorsitzenden des FC Bayern München endete.

Im Vorfeld des mit Spannung erwarteten Prozesses stellte das Deutsche Institut für Sportmarketing (DISM) in Kooperation mit Felddienstleister Norstat Germany 1.014 internetrepräsentativen Personen in Deutschland im Rahmen einer Online-Befragung verschiedene Fragen aus Sicht des Sportmarketing. Auf die zentralen Ergebnisse dieser Befragung wird im vorliegenden Beitrag eingegangen.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	I
1. Methodik	1
2. Ergebnisse der Befragung	1
2.1. Was wurde von Uli Hoeneß erwartet?.....	1
2.2. Was wurde von den Sponsoren des FC Bayern München erwartet?.....	2
3. Fazit	5
Literaturverzeichnis.....	6

1. Methodik

Am 10. März begann der Steuerprozess gegen Uli Hoeneß. Sollte der Bayern-Präsident rechtskräftig verurteilt werden, welche Konsequenzen müsste er ziehen? Wie sollen sich die offiziellen Sponsoren des FC Bayern München verhalten? Diese und weitere Fragen stellte das Deutsche Institut für Sportmarketing (DISM) in Kooperation mit Felddienstleister Norstat Germany im unmittelbaren Vorfeld des Prozesses 1.014 internetrepräsentativen Personen in Deutschland im Rahmen einer Online-Befragung. Im Folgenden werden die zentralen Ergebnisse dieser Befragung vorgestellt.

2. Ergebnisse der Befragung

2.1. Was wurde von Uli Hoeneß erwartet?

Auf die Frage, ob Uli Hoeneß im Falle einer Verurteilung seine **Funktion als Präsident des FC Bayern München e.V.** aufgeben sollte, antworteten 59,5% aller Befragten mit ja und 19,7% mit nein (Rest: „weiß nicht“). Im Lager der Bayern-Fans sah das Bild dagegen anders aus: hier genoss der Präsident einen deutlichen Rückhalt, nur 35,7% forderten einen Rücktritt, 55,7% waren für sein Verbleiben im Amt.

Ähnlich fielen auch die Antworten auf die Frage aus, ob Hoeneß im Falle einer Verurteilung seine **Funktion als Aufsichtsratsvorsitzender der FC Bayern München AG** aufgeben sollte. Insgesamt antworten hier 63,0% der Befragten mit ja und 17,4% mit nein. Mit 47,0% zu 43,5% fiel das Votum der Bayern-Fans hier nur knapp zu Gunsten des amtierenden Aufsichtsratschefs aus.

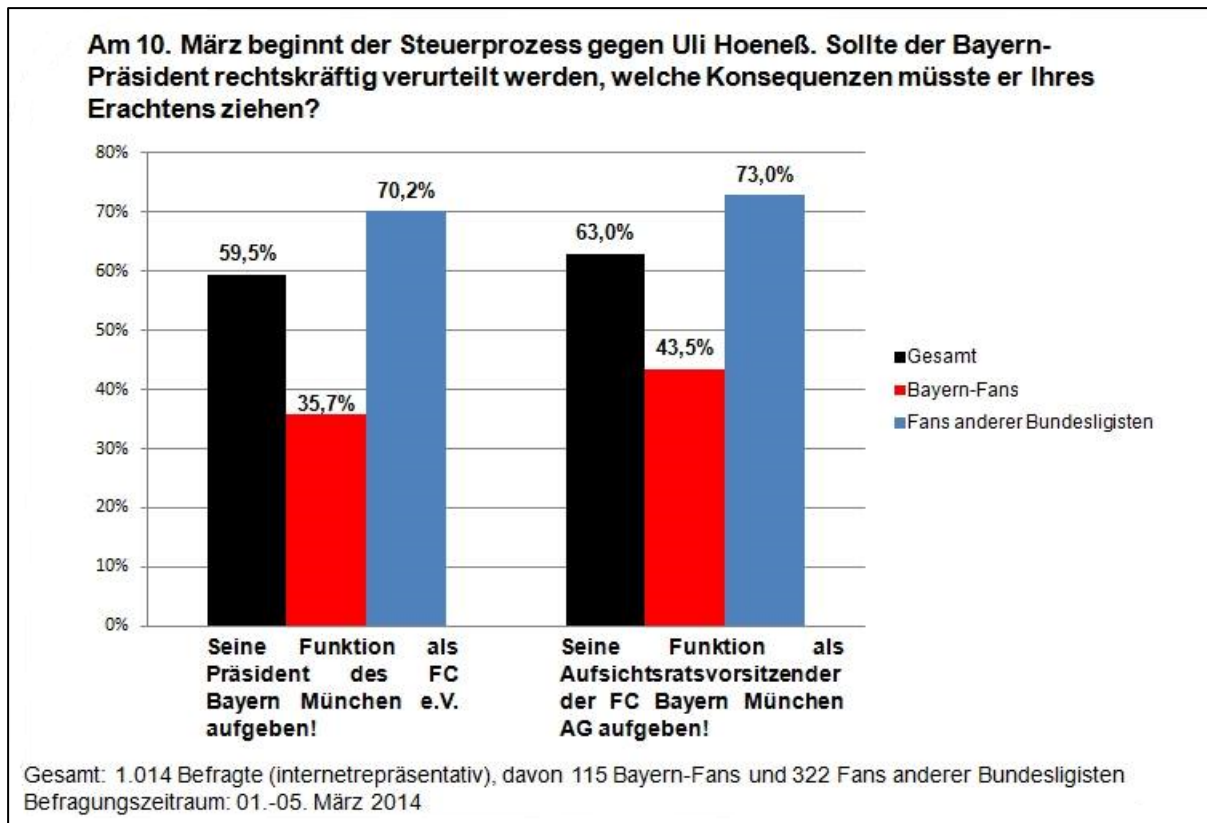


Abbildung 1: Im Prozessvorfeld von Uli Hoeneß erwartete, zu ziehende Konsequenzen im Falle einer Verurteilung

Das Alter und das Geschlecht der Befragten nahmen auf die Antworten zu diesen beiden Fragen kaum Einfluss. Auch Fußballfans und Nicht-Fußballfans unterschieden sich hier kaum voneinander (sieht man vom erwartungsgemäß höheren Anteil an "weiß nicht"-Antworten bei letzteren ab). Auffällig (aber wenig verwunderlich) war, dass v.a. die Fans der zum Befragungszeitpunkt schärfsten Rivalen des FC Bayern München in der Bundesliga – Borussia Dortmund und Bayer Leverkusen – am deutlichsten einen Rücktritt von Hoeneß forderten.

2.2. Was wurde von den Sponsoren des FC Bayern München erwartet?

Die Sponsoren und Anteilseigner des FC Bayern München befanden sich im Zwiespalt. Offiziell wollte zum Zeitpunkt der Befragung niemand von Uli Hoeneß abrücken. Das Deutsche Institut für Sportmarketing und Norstat wollten von der Bevölkerung wissen, wie sich die offiziellen Sponsoren des FC Bayern (z.B. Adidas, Allianz, Audi, Deutsche Telekom) verhalten sollten, falls Uli Hoeneß rechtskräftig verurteilt wird. **Sollten die Sponsoren Uli Hoeneß**

auch dann weiterhin den Rücken stärken? Während dem insgesamt 22,8% zustimmten, war eine deutliche Mehrheit von 62,4% dagegen. Auch im Bundesland Bayern ergab sich nur ein leicht positiveres Bild für Hoeneß: 35,5% stimmten zu, 51,3% lehnten es ab. Erneut sahen das die Bayern-Fans jedoch völlig anders: sie waren zu 58,3% der Meinung, dass die Sponsoren Uni Hoeneß weiterhin unterstützen sollten, dagegen waren nur 35,7%.

Die letzte Frage lautete: **Sollte Uli Hoeneß rechtskräftig verurteilt werden, aber dennoch seine Funktionen beim FC Bayern beibehalten, wie sollten sich dann die offiziellen Sponsoren des FC Bayern verhalten?** Insgesamt betrachtet wünschte sich eine deutliche Mehrheit von 54,8%, dass die Sponsoren auch dann weiterhin als Sponsoren dem FC Bayern treu bleiben (Ablehnung: 29,4%). Unter Fußballfans betrug die Zustimmung 61,1% (Ablehnung: 29,1%), während sie unter Nicht-Fußballfans nur 44,8% betrug (Ablehnung: 29,3%). Im Bundesland Bayern fiel die Zustimmung mit 65,8% (Ablehnung: 20,4%) noch deutlicher aus. Von den Fans des FC Bayern wünschten sich sogar 83,5%, dass die Sponsoren ihr Engagement auch im Falle einer Verurteilung von Hoeneß weiterführen sollten (Ablehnung: 12,2%).

	Gesamt		Bundesland Bayern vs. Rest						Fans FC Bayern vs. Rest						Fussballfans vs. Nicht-Fussballfans					
	Gesamt		Bayern		Andere Bundesländer		Fans FC Bayern		Fans anderer Bundesligisten		Rest		Fussballfans		Nicht-Fussballfans		k.A.			
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent		
Am 10. März beginnt der Steuerprozess gegen Uli Hoeneß. Sollte der Bayern-Präsident rechtskräftig verurteilt werden, welche Konsequenzen müsste er Ihres Erachtens ziehen? <i>Seine Funktion als Präsident des FC Bayern München e.V. aufgeben!</i>	Ja	603	59,5%	73	48,0%	530	61,5%	41	35,7%	226	70,2%	336	58,2%	382	60,8%	201	57,8%	20	52,6%	
	Nein	200	19,7%	45	29,6%	155	18,0%	64	55,7%	53	16,5%	83	14,4%	152	24,2%	40	11,5%	8	21,1%	
	weiß nicht	211	20,8%	34	22,4%	177	20,5%	10	8,7%	43	13,4%	158	27,4%	94	15,0%	107	30,7%	10	26,3%	
	Gesamtsumme	1014	100,0%	152	100,0%	862	100,0%	115	100,0%	322	100,0%	577	100,0%	628	100,0%	348	100,0%	38	100,0%	
Am 10. März beginnt der Steuerprozess gegen Uli Hoeneß. Sollte der Bayern-Präsident rechtskräftig verurteilt werden, welche Konsequenzen müsste er Ihres Erachtens ziehen? <i>Seine Funktion als Aufsichtsratsvorsitzender der FC Bayern München AG aufgeben!</i>	Ja	639	63,0%	81	53,3%	558	64,7%	50	43,5%	235	73,0%	354	61,4%	409	65,1%	208	59,8%	22	57,9%	
	Nein	176	17,4%	38	25,0%	138	16,0%	54	47,0%	46	14,3%	76	13,2%	134	21,3%	34	9,8%	8	21,1%	
	weiß nicht	199	19,6%	33	21,7%	166	19,3%	11	9,6%	41	12,7%	147	25,5%	85	13,5%	106	30,5%	8	21,1%	
	Gesamtsumme	1014	100,0%	152	100,0%	862	100,0%	115	100,0%	322	100,0%	577	100,0%	628	100,0%	348	100,0%	38	100,0%	
Sollte Uli Hoeneß rechtskräftig verurteilt werden, wie sollten sich dann die offiziellen Sponsoren des FC Bayern (z.B. Adidas, Allianz, Audi, Deutsche Telekom) verhalten? <i>Die offiziellen Sponsoren sollten Uli Hoeneß weiterhin den Rücken stärken!</i>	stimme vollkommen zu	104	10,3%	27	17,8%	77	8,9%	41	35,7%	25	7,8%	38	6,6%	81	12,9%	20	5,7%	3	7,9%	
	stimme eher zu	127	12,5%	27	17,8%	100	11,6%	26	22,6%	39	12,1%	62	10,7%	94	15,0%	27	7,8%	6	15,8%	
	stimme eher nicht zu	241	23,8%	31	20,4%	210	24,4%	26	22,6%	90	28,0%	125	21,7%	162	25,8%	76	21,8%	3	7,9%	
	stimme überhaupt nicht zu	392	38,7%	47	30,9%	345	40,0%	15	13,0%	143	44,4%	234	40,6%	235	37,4%	141	40,5%	16	42,1%	
	weiß nicht	150	14,8%	20	13,2%	130	15,1%	7	6,1%	25	7,8%	118	20,5%	56	8,9%	84	24,1%	10	26,3%	
	Gesamtsumme	1014	100,0%	152	100,0%	862	100,0%	115	100,0%	322	100,0%	577	100,0%	628	100,0%	348	100,0%	38	100,0%	
Sollte Uli Hoeneß rechtskräftig verurteilt werden und seine Funktionen beim FC Bayern beibehalten, wie sollten sich dann die offiziellen Sponsoren des FC Bayern verhalten? <i>Die offiziellen Sponsoren sollten sich weiterhin als Sponsoren des FC Bayern engagieren!</i>	stimme vollkommen zu	254	25,0%	54	35,5%	200	23,2%	70	60,9%	73	22,7%	111	19,2%	128	31,2%	55	15,8%	3	7,9%	
	stimme eher zu	302	29,8%	46	30,3%	256	29,7%	26	22,6%	103	32,0%	173	30,0%	188	29,9%	101	29,0%	13	34,2%	
	stimme eher nicht zu	134	13,2%	12	7,9%	122	14,2%	8	7,0%	60	18,6%	66	11,4%	82	13,1%	48	13,8%	4	10,5%	
	stimme überhaupt nicht zu	164	16,2%	19	12,5%	145	16,8%	6	5,2%	59	18,3%	99	17,2%	101	16,1%	54	15,5%	9	23,7%	
	weiß nicht	160	15,8%	21	13,8%	139	16,1%	5	4,3%	27	8,4%	128	22,2%	61	9,7%	90	25,9%	9	23,7%	
	Gesamtsumme	1014	100,0%	152	100,0%	862	100,0%	115	100,0%	322	100,0%	577	100,0%	628	100,0%	348	100,0%	38	100,0%	
Sollte Uli Hoeneß rechtskräftig verurteilt werden, wie sollten sich dann die offiziellen Sponsoren des FC Bayern (z.B. Adidas, Allianz, Audi, Deutsche Telekom) verhalten? <i>Die offiziellen Sponsoren sollten Uli Hoeneß weiterhin den Rücken stärken!</i>	Zustimmung	231	22,8%	54	35,5%	177	20,5%	67	58,3%	64	19,9%	100	17,3%	175	27,9%	47	13,5%	9	23,7%	
	Ablehnung	633	62,4%	78	51,3%	555	64,4%	41	35,7%	233	72,4%	397	62,2%	397	63,2%	217	62,4%	19	50,0%	
	k.A.	150	14,8%	20	13,2%	130	15,1%	7	6,1%	25	7,8%	118	20,5%	56	8,9%	84	24,1%	10	26,3%	
	Gesamtsumme	1014	100,0%	152	100,0%	862	100,0%	115	100,0%	322	100,0%	577	100,0%	628	100,0%	348	100,0%	38	100,0%	
Sollte Uli Hoeneß rechtskräftig verurteilt werden und seine Funktionen beim FC Bayern beibehalten, wie sollten sich dann die offiziellen Sponsoren des FC Bayern verhalten? <i>Die offiziellen Sponsoren sollten sich weiterhin als Sponsoren des FC Bayern engagieren!</i>	Zustimmung	556	54,8%	100	65,8%	456	52,9%	96	83,5%	176	54,7%	284	49,2%	384	61,1%	156	44,8%	16	42,1%	
	Ablehnung	298	29,4%	31	20,4%	267	31,0%	14	12,2%	119	37,0%	165	28,6%	183	29,1%	102	29,3%	13	34,2%	
	k.A.	160	15,8%	21	13,8%	139	16,1%	5	4,3%	27	8,4%	128	22,2%	61	9,7%	90	25,9%	9	23,7%	
	Gesamtsumme	1014	100,0%	152	100,0%	862	100,0%	115	100,0%	322	100,0%	577	100,0%	628	100,0%	348	100,0%	38	100,0%	

		Alter										Geschlecht					
		18-21		22-29		30-39		40-49		50-54		55+		Männlich		Weiblich	
		Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
Am 10. März beginnt der Steuerprozess gegen Uli Hoeneß. Sollte der Bayern-Präsident rechtskräftig verurteilt werden, welche Konsequenzen müsste er Ihres Erachtens ziehen? <i>Seine Funktion als Präsident des FC Bayern München e.V. aufgeben!</i>	Ja	12	54,5%	44	54,3%	96	52,5%	147	64,8%	100	57,8%	199	63,2%	315	61,2%	288	57,7%
	Nein	7	31,8%	11	13,6%	44	24,0%	36	15,9%	34	19,7%	64	20,3%	128	24,9%	72	14,4%
	weiß nicht	3	13,6%	26	32,1%	43	23,5%	44	19,4%	39	22,5%	52	16,5%	72	14,0%	139	27,9%
	Gesamtsumme	22	100,0%	81	100,0%	183	100,0%	227	100,0%	173	100,0%	315	100,0%	515	100,0%	499	100,0%
Am 10. März beginnt der Steuerprozess gegen Uli Hoeneß. Sollte der Bayern-Präsident rechtskräftig verurteilt werden, welche Konsequenzen müsste er Ihres Erachtens ziehen? <i>Seine Funktion als Aufsichtsratsvorsitzender der FC Bayern München AG aufgeben!</i>	Ja	12	54,5%	44	54,3%	101	55,2%	156	68,7%	111	64,2%	210	66,7%	335	65,0%	304	60,9%
	Nein	6	27,3%	14	17,3%	41	22,4%	30	13,2%	26	15,0%	56	17,8%	111	21,6%	65	13,0%
	weiß nicht	4	18,2%	23	28,4%	41	22,4%	41	18,1%	36	20,8%	49	15,6%	69	13,4%	130	26,1%
	Gesamtsumme	22	100,0%	81	100,0%	183	100,0%	227	100,0%	173	100,0%	315	100,0%	515	100,0%	499	100,0%
Sollte Uli Hoeneß rechtskräftig verurteilt werden, wie sollten sich dann die offiziellen Sponsoren des FC Bayern (z.B. Adidas, Allianz, Audi, Deutsche Telekom) verhalten? <i>Die offiziellen Sponsoren sollten Uli Hoeneß weiterhin den Rücken stärken!</i>	stimme vollkommen zu	1	4,5%	11	13,6%	25	13,7%	14	6,2%	22	12,7%	28	8,9%	64	12,4%	40	8,0%
	stimme eher zu	5	22,7%	11	13,6%	22	12,0%	26	11,5%	22	12,7%	39	12,4%	70	13,6%	57	11,4%
	stimme eher nicht zu	11	50,0%	19	23,5%	44	24,0%	54	23,8%	33	19,1%	77	24,4%	117	22,7%	124	24,8%
	stimme überhaupt nicht zu	4	18,2%	25	30,9%	59	32,2%	94	41,4%	64	37,0%	144	45,7%	208	40,4%	184	36,9%
	weiß nicht	1	4,5%	15	18,5%	33	18,0%	39	17,2%	32	18,5%	27	8,6%	56	10,9%	94	18,8%
	Gesamtsumme	22	100,0%	81	100,0%	183	100,0%	227	100,0%	173	100,0%	315	100,0%	515	100,0%	499	100,0%
Sollte Uli Hoeneß rechtskräftig verurteilt werden und seine Funktionen beim FC Bayern beibehalten, wie sollten sich dann die offiziellen Sponsoren des FC Bayern verhalten? <i>Die offiziellen Sponsoren sollten sich weiterhin als Sponsoren des FC Bayern engagieren!</i>	stimme vollkommen zu	6	27,3%	22	27,2%	48	26,2%	51	22,5%	45	26,0%	78	24,8%	153	29,7%	101	20,2%
	stimme eher zu	11	50,0%	26	32,1%	57	31,1%	62	27,3%	54	31,2%	89	28,3%	144	28,0%	158	31,7%
	stimme eher nicht zu	2	9,1%	7	8,6%	24	13,1%	38	16,7%	18	10,4%	44	14,0%	63	12,2%	71	14,2%
	stimme überhaupt nicht zu	2	9,1%	7	8,6%	19	10,4%	37	16,3%	21	12,1%	78	24,8%	98	19,0%	66	13,2%
	weiß nicht	1	4,5%	19	23,5%	35	19,1%	39	17,2%	36	20,2%	26	8,3%	57	11,1%	103	20,6%
	Gesamtsumme	22	100,0%	81	100,0%	183	100,0%	227	100,0%	173	100,0%	315	100,0%	515	100,0%	499	100,0%
Sollte Uli Hoeneß rechtskräftig verurteilt werden, wie sollten sich dann die offiziellen Sponsoren des FC Bayern (z.B. Adidas, Allianz, Audi, Deutsche Telekom) verhalten? <i>Die offiziellen Sponsoren sollten Uli Hoeneß weiterhin den Rücken stärken!</i>	Zustimmung	6	27,3%	22	27,2%	47	25,7%	40	17,6%	44	25,4%	67	21,3%	134	26,0%	97	19,4%
	Ablehnung	15	68,2%	44	54,3%	103	56,3%	148	65,2%	97	56,1%	221	70,2%	325	63,1%	308	61,7%
	k.A.	1	4,5%	15	18,5%	33	18,0%	39	17,2%	32	18,5%	27	8,6%	56	10,9%	94	18,8%
	Gesamtsumme	22	100,0%	81	100,0%	183	100,0%	227	100,0%	173	100,0%	315	100,0%	515	100,0%	499	100,0%
Sollte Uli Hoeneß rechtskräftig verurteilt werden und seine Funktionen beim FC Bayern beibehalten, wie sollten sich dann die offiziellen Sponsoren des FC Bayern verhalten? <i>Die offiziellen Sponsoren sollten sich weiterhin als Sponsoren des FC Bayern engagieren!</i>	Zustimmung	17	77,3%	48	59,3%	105	57,4%	113	49,8%	99	57,2%	167	53,0%	297	57,7%	259	51,9%
	Ablehnung	4	18,2%	14	17,3%	43	23,5%	75	33,0%	39	22,5%	122	38,7%	161	31,3%	137	27,5%
	k.A.	1	4,5%	19	23,5%	35	19,1%	39	17,2%	35	20,2%	26	8,3%	57	11,1%	103	20,6%
	Gesamtsumme	22	100,0%	81	100,0%	183	100,0%	227	100,0%	173	100,0%	315	100,0%	515	100,0%	499	100,0%

Abbildung 2: Die Ergebnisse der Befragung im Überblick

3. Fazit

Während seitens der Sponsoren und Anteilseigner des Fußball-Bundesligisten zum Zeitpunkt der Befragung offiziell niemand vom Club-Präsidenten und Aufsichtsratschef Uli Hoeneß abrückte, herrschte in der Bevölkerung eine andere Meinung.

Aus den Ergebnissen der Befragung wurde deutlich, dass die breite Öffentlichkeit im Prozessvorfeld mehrheitlich erwartete, dass Uli Hoeneß im Falle einer Verurteilung persönliche Konsequenzen ziehen und seine Ämter als Präsident und Aufsichtsratsvorsitzender aufgeben sollte. Genau das hat Uli Hoeneß kurze Zeit nach der Urteilsverkündung auch getan.

Eine weitere Rückenstärkung für Uli Hoeneß seitens der offiziellen Sponsoren wurde für den Fall einer Verurteilung überwiegend abgelehnt. Nichtsdestotrotz wünschten sich die Befragten mehrheitlich eine Weiterführung des Engagements der offiziellen Sponsoren beim FC Bayern. Auch diese Erwartung hat sich bis zum gegenwärtigen Zeitpunkt erfüllt.

Literaturverzeichnis

Bühler, André / Nufer, Gerd (2010): Relationship Marketing in Sports, London.

Bühler, André / Nufer, Gerd (Hrsg.) (2014): International Sports Marketing. Principles and Perspectives, Berlin.

Nufer, Gerd (2002): Wirkungen von Sportsponsoring. Empirische Analyse am Beispiel der Fußball-Weltmeisterschaft 1998 in Frankreich unter besonderer Berücksichtigung von Erinnerungswirkungen bei jugendlichen Rezipienten, Berlin.

Nufer, Gerd (2010): Ambush Marketing im Sport. Grundlagen – Strategien – Wirkungen, Berlin.

Nufer, Gerd (2012): Event-Marketing und -Management. Grundlagen – Planung – Wirkungen – Weiterentwicklungen, 4. Aufl., Wiesbaden.

Nufer, Gerd (2013): Ambush Marketing in Sports. Theory and Practice, London/New York.

Nufer, Gerd / Bühler, André (Hrsg.) (2012): Management im Sport. Betriebswirtschaftliche Grundlagen und Anwendungen der modernen Sportökonomie, 3. Aufl., Berlin.

Nufer, Gerd / Bühler, André (Hrsg.) (2013): Marketing im Sport. Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketing, 3. Aufl., Berlin.

Nufer, Gerd / Bühler, André / Irmer, Christoph (2014): Umfrage zum Bayern-Boss: Bei Verurteilung: Deutsche fordern Hoeneß-Rücktritt, in: Focus online, 11.03.2014, http://www.focus.de/sport/experten/nufer/zukunft-des-bayern-praesidenten-nur-fans-wollen-verurteilten-hoeness-noch-als-praesident_id_3677049.html.

Impressum

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SPORT MARKETING

**NACHSPIELZEIT –
die Schriftenreihe des Deutschen Instituts für Sportmarketing**

herausgegeben von
Gerd Nufer & André Bühler

Verlag:

Deutsches Institut für Sportmarketing
Alteburgstr. 150
72762 Reutlingen
Telefon: 07121 / 1363702
E-mail: publikationen@sportmarketing-institut.de

Website: www.sportmarketing-institut.de
Facebook: www.facebook.com/sportmarketinginstitut
Twitter: www.twitter.com/_sportmarketing
XING: www.xing.com/net/sportmarketing

Herausgeber:

Prof. Dr. Gerd Nufer
Hochschule Reutlingen
ESB Business School
Alteburgstr. 150
72762 Reutlingen
Telefon: 07121 / 271-6011
E-mail: gerd.nufer@sportmarketing-institut.de

Prof. Dr. André Bühler
Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen
Neckarsteige 6-10
72622 Nürtingen
Telefon: 07022 / 201329
E-mail: andre.buehler@sportmarketing-institut.de

NACHSPIELZEIT – die Schriftenreihe des Deutschen Instituts für Sportmarketing:

Die Schriftenreihe fasst Arbeiten zum Sportmarketing und Sportmanagement zusammen, um den Dialog zwischen Wissenschaft und Praxis zu intensivieren. Sie steht sowohl dem wissenschaftlichen Nachwuchs als auch etablierten Forschern und Praktikern offen, die innovative Beiträge zum Sportmarketing und Sportmanagement veröffentlichen möchten. Wenn Sie Interesse an der Veröffentlichung eines eigenen Beitrages haben, können Sie über die oben angegebene Adresse Kontakt mit uns aufnehmen.

ISSN (print): 2195-8793

ISSN (online): 2196-0372

Bisher in dieser Reihe erschienen

- 2013 – 1** *Gerd Nufer, Katrin Mangold & André Bühler:*
Die Olympischen Trittblettfahrer –
Ergebnisse einer empirischen Untersuchung zum Ambush Marketing
bei den Olympischen Sommerspielen 2012
- 2013 – 2** *André Bühler, Jens Uwe Balzer & Marco Thomas Leibbrand:*
Social Media im Profisport –
Ein empirischer Vergleich der Social-Media-Auftritte von professionellen und
semiprofessionellen Fußball-Vereinen während der Endphase der Saison
2012/2013
- 2013 – 3** *André Bühler, Thorsten Scheuermann & Gerd Nufer:*
Markentypen im deutschen Profisport –
Ergebnisse eines empirischen Forschungsprojekts zur Markenwahrnehmung
in den deutschen Teamsportligen
- 2014 – 1** *Gerd Nufer & Maximilian Vogt:*
Marketing mit Facebook
- 2014 – 2** *Gerd Nufer:*
Bruno Banani: Olympiaheld in Sotchi durch Ambush Marketing
- 2013 – 3** *Gerd Nufer:*
Der Fall Uli Hoeneß – Ergebnisse einer Online-Befragung

ISSN (print): 2195-8793
ISSN (online): 2196-0372