

- Editorial 3
Peter Strahlendorf

■ FACTS & FIGURES

- Sponsoring als Alleskönner
Ergebnisse der Studie Sponsor Visions 2012..... 10
Markus Lichti, REPUCOM
- Sport 4.0: Mobile und Internet werden für Sportrezeption
immer wichtiger
Digitale Transformation in der Nutzung von Sportmedien 18
Thomas Deissenberger, Constantin Sport Marketing
- Wirtschaftsfaktor Sport
Sportsponsoring als bedeutsamer Teil der Wertschöpfung 24
Frank Meyrahn und Iris an der Heiden, 2hm & Associates
- Markentransferpotenziale im Sponsoring
Sponsoren der Fußball-Bundesliga profitieren von der Stärke
der Vereinsmarken..... 30
Jan Dreisbach, Dr. Christof Backhaus, Prof. Dr. David Woisetschläger
und Marc Schnöring, Technische Universität Braunschweig
- Wie Städte und Regionen von der Fan-Leidenschaft profitieren
Die regionalwirtschaftliche Bedeutung von Fußballvereinen
und Groß-Events..... 36
Andreas Ullmann und Kai Lafrenz, REPUCOM
- Social Media Entwicklung im Sport
Theoretische Fundierung – strategische Implementierung – Monitoring..... 41
Prof. Dr. Dirk Jungels, Hochschule für angewandtes Management
- Neues Antikorruptionsrecht in Österreich..... 48
Mag. Brigitte Kössner-Skoff, Initiativen Wirtschaft für Kunst

■ SPORTSPONSORING

- Sportsponsoring – still going strong 52
Peter Strahlendorf
- Meilensteine im Sportbusiness
25 Jahre SPORTFIVE – 25 Jahre Sportrechtevermarktung 53
Philipp Hasenbein, SPORTFIVE
- Sportmediennutzung im digitalen Zeitalter
Repräsentativstudie zur Sportmediennutzung 2012 in Deutschland..... 58
Dr. Mark Ludwig, Deutschen Sporthochschule Köln



Das Schönste am Sport
ist die Erfrischung danach.

- Sponsoring-Kommunikation im Megabyte-Zeitalter
Potenziale und Wirkungsmuster von Social Media und Sportsponsoring 63
Hendrik Fischer, ADVANT PLANNING
- Absolut Treffsicher
Die E-Postbrief-Kampagne der Deutschen Post zur FIFA Frauen-WM 2011 67
Axel Wusthorn und Dirk Behrend, Deutsche Post AG
Internationaler Sponsoring Award 2012
- Mammut 150 Peak Project
Gipfelprojekt zum 150-jährigen Jubiläum des Outdoor-Ausrüsters 72
Harald Schreiber, Mammut
Internationaler Sponsoring Award 2013
- Audi und der FC Bayern Basketball – ein Team für den Erfolg
Strategische Aktivierung eines Regionalmarketing-Engagements 78
Audi AG
Internationaler Sponsoring Award 2013

KULTURSPONSORING

- Kultur ist in – Kultursponsoring auch! 84
Peter Strahlendorf
- Die Trends im Kultursponsoring-Markt aus Sicht
der Kulturanbieter 85
Eva Nieuweboer und Hans-Conrad Walter, causales
- Musiksponsoring – Wirkungskontrolle von
Sponsoring-Engagements
Kann ein langfristiges Sponsoring-Engagement auf einem Musikfestival
zur Wahrnehmungs- und Imagesteigerung der Marke beitragen? 90
Prof. Dr. Hermann-Josef Kiel und Irina Barth, Hochschule Heilbronn
- Deutscher Kulturförderpreis 2012
Kurze Vorstellung der Gewinnerprojekte 94
Annette Welling, Kulturkreis der deutschen Wirtschaft im BDI e.V.
- Deutscher Kulturförderpreis 2013
Kurze Vorstellung der Gewinnerprojekte 98
Annette Welling, Kulturkreis der deutschen Wirtschaft im BDI e.V.
- Österreichischer Kunstsponsoring-Preis „MAECENAS 2012“
Kurze Vorstellung der Gewinnerprojekte 101
Mag. Brigitte Kössner-Skoff, Initiativen Wirtschaft für Kunst
- 25 Jahre Österreichischer Kunstsponsoring-Preis „MAECENAS“
Kurze Vorstellung der Gewinnerprojekte 112
Mag. Brigitte Kössner-Skoff, Initiativen Wirtschaft für Kunst

- Die Selbstverständlichkeit der kulturellen Verantwortung
Corporate Cultural Responsibility bei der Bayer AG 121
Dr. Volker Mattern, Bayer Kultur
Internationaler Sponsoring Award 2012
- Nachwuchsförderung gehört bei uns zum guten Ton
50 Jahre Unterstützung von „Jugend musiziert“ durch
die Sparkassen-Finanzgruppe 125
Dr. Heike Kramer und Susanne Uhlen, Deutscher Sparkassen- und Giroverband
- Starke Klänge sind für Vodafone eine Erfolgsstory
Vodafone spricht über „The Voice of Germany“ erfolgreich
die jungen Zielgruppen an..... 131
Anne Stilling, Vodafone
Internationaler Sponsoring Award 2013

■ PUBLIC SPONSORING

- Public Sponsoring – der Schlüssel für mehr Akzeptanz 138
Peter Strahlendorf
- Wie die Berliner Bank den Dialog mit ihrer Stadt gestaltet
Die Berliner Bank löst eine Zukunftsdiskussion aus –
und erntet viel Sympathie 139
Michael Wirtz, Berliner Bank und Jean Baptiste Felten, Felten & Cie
Internationaler Sponsoring Award 2012
- Globales Engagement für den Umweltschutz
Mike Horn und Mercedes-Benz engagieren sich für
eine nachhaltige Zukunft 143
Cornelia Elke Bentel und Yasmine Sailer, Mercedes-Benz
Internationaler Sponsoring Award 2013
- Verbindung von sozialem Engagement und Sport
Würth-Gruppe Schweiz unterstützt die Special Olympics Switzerland 149
Andrea Frei, Würth International AG
Internationaler Sponsoring Award 2013

■ SPONSORING-INFO

- Sportvermarkter 154
- Adressen 155
- Fachliteratur und Publikationen 159
- Studien 166
- Termine 170
- Register 172