

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	4
Untersuchungsdesign	
1. Methodik und Stichprobe	8
2. Profil der Zielgruppen	10
Wertekreis - Theorie und Aufbau	12
Typologie der Sportartikelkäufer-Typ	15
Analyse im Markentrichter	26
Markentrichteranalyse (Sportlich-Aktive)	27
Markentrichteranalyse (Sportlich-Nicht-Aktive)	31
Markentrichteranalyse (ISPO Follower)	35
Marken-Profile von A bis Z	39