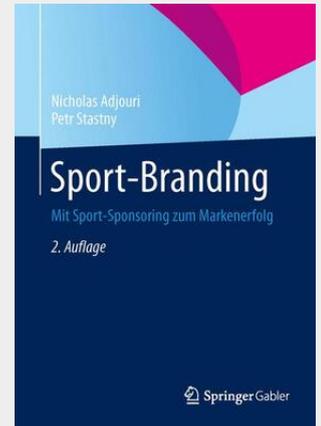


## Sport-Branding

Mit Sport-Sponsoring zum Markenerfolg

Wie hängen Sport-Sponsoring und erfolgreiches Marken-Management zusammen? Welche Ziele können mit Sport-Branding erreicht werden? Welche Sportart und welches Event passen zur Marke? Antworten auf diese und weitere Fragen bekommen Marken-Praktiker in diesem Buch – systematisch und grundlegend aufbereitet, mit zahlreichen Fallbeispielen, Analysen, konkreten Schritten und Strategien. „Als eine besonders reizvolle Lektüre erscheint dieses Buch für Praktiker aus Sport und Wirtschaft, die mit dem Thema Sport-Sponsoring zu tun haben. Ohne auf eine theoretische Fundierung zu verzichten, erklärt es auf pragmatische Weise den Sinn einer langfristigen, fairen und gefestigten Verbindung zwischen Sport und Wirtschaft und gibt nicht zuletzt durch die besonders anschaulichen Beispiele gute Ideen für die praktische Umsetzung.“ Transfer - Werbeforschung & Praxis „[...] das Buch [ist] mit seinen vielen Beispielen und den sehr fundierten Hintergründen und Analysen ein wertvoller Ratgeber für alle Unternehmen und Marketing-Experten, die ins Sport-Sponsoring zur Markenbildung einsteigen wollen.“ business-wissen.de

Wie hängen Sport-Sponsoring und erfolgreiches Marken-Management zusammen? Welche Ziele können mit Sport-Branding erreicht werden? Welche Sportart und welches Event passen zur Marke? Antworten auf diese und weitere Fragen bekommen Marken-Praktiker in diesem Buch – systematisch und grundlegend aufbereitet, mit zahlreichen Fallbeispielen, Analysen, konkreten Schritten und Strategien. „Als eine besonders reizvolle Lektüre erscheint dieses Buch für Praktiker aus Sport und Wirtschaft, die mit dem Thema Sport-Sponsoring zu tun haben. Ohne auf eine theoretische Fundierung zu verzichten, erklärt es auf pragmatische Weise den Sinn einer langfristigen, fairen und gefestigten Verbindung zwischen Sport und Wirtschaft und gibt nicht zuletzt durch die besonders anschaulichen Beispiele gute Ideen für die praktische Umsetzung.“ Transfer - Werbeforschung & Praxis „[...] das Buch [ist] mit seinen vielen Beispielen und den sehr fundierten Hintergründen und Analysen ein wertvoller Ratgeber für alle Unternehmen und Marketing-Experten, die ins Sport-Sponsoring zur Markenbildung einsteigen wollen.“ business-wissen.de Der Inhalt Sport-Sponsoring und Marken-Management: Definition, Ziele, Strategien, Ausprägungen.- Sport-Branding: Grundlagen, Kategorien, typische Fehler.- Fallbeispiele und Analysen aus der Praxis: Event, Team, Verband, Liga/Serie, Sportlerpersönlichkeit.- Leitfaden zur Entwicklung einer Sport-Brandingstrategie: Analyse, Strategie, Umsetzung. Die Autoren Prof. Dr. Nicholas Adjouri ist Professor am Fachbereich Wirtschaft der FH Stralsund und Gründer einer Agenturgruppe für Marken und Kommunikation sowie Initiator des Marken-Forschungsprojekts „Brand Ambassador“ an der Universität Göttingen. Petr Stastny ist Mitbegründer der Adjouri & Stastny Communication Management GmbH.



**59,99 €**  
56,07 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

**Artikelnummer:** 9783658062156  
**Medium:** Buch  
**ISBN:** 978-3-658-06215-6  
**Verlag:** Springer  
**Erscheinungstermin:** 30.01.2015  
**Sprache(n):** Deutsch  
**Auflage:** 2., durchgesehene Auflage 2015  
**Produktform:** Kartoniert  
**Gewicht:** 455 g  
**Seiten:** 253  
**Format (B x H):** 168 x 240 mm

