

Ambush Marketing: Cleveres Marketing?!? - Lina Heintschel Von Heinegg

[DOWNLOAD HERE](#)

Heutzutage verfolgen viele Menschen Sport im Fernsehen. Die Palette des Angebotes ist lang und nahezu jedes sportliche Großevent wird mittlerweile im TV übertragen. Da ist es nicht verwunderlich, dass sportliche Großereignisse aufgrund ihrer gesellschaftlichen Akzeptanz, der hohen Sympathiewerte und der großen Zuschauerzahlen mit steigender Häufigkeit als Werbepattformen genutzt werden. Eine der auffälligsten Entwicklungen der Kommunikationspolitik in den letzten beiden Jahrzehnten war das starke Wachstum des Sponsorings. Bruhn und Ahlers definieren Sponsoring als die Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle sämtlicher Aktivitäten, die mit der Bereitstellung von Geld, Sachmitteln oder Dienstleistungen durch Unternehmen und Institutionen zur Förderung von Personen und/oder Organisationen beziehungsweise Veranstaltungen in den Bereichen Sport, Kultur, Soziales, Umwelt und/oder den Medien verbunden sind, um damit gleichzeitig Ziele der Unternehmenskommunikation zu erreichen (2003). Seit 1984 haben sich die Investitionen in diesem Bereich in etwa verzehnfacht und circa 75 bis 80 % dieses Sponsoringvolumens fließen dabei in den Sport (Nufer, 2007). Somit sind Olympische Spiele sowie Welt- beziehungsweise Europameisterschaften in bekannten Sportarten nicht nur aus Sport-, sondern auch aus Marketingsicht Megaevents. Durch Sponsorengelder und die Lizenzierung von Kennzeichen die sich auf das Sportevent beziehen, sowie durch den Verkauf der Übertragungsrechte am Sportereignis erzielen die Veranstalter den wesentlichen Teil ihrer Einnahmen (Freyer, 2003). Gerade in internationalen Sportgroßveranstaltungen sehen viele Unternehmen die Möglichkeit ihre kommunikative Zielgruppenansprache in ein attraktives Umfeld einzubetten. Während Sponsoren und Lizenznehmer zum Teil hohe Geldbeträge an die Veranstalter entrichten, um dafür im Gegenzug bei der Ausbeutung des Marketingpotenzials des Sportereignisses bevorrechtigt zu sein, gibt es auch Unternehmen, die mit der Veranstaltung werben wollen, ohne dafür Gegenleistungen zu erbringen, ein solches Vorgehen wird mit dem Begriff 'Ambush Marketing' bezeichnet. Author: von Heinegg, Lina Heintschel Publisher: GRIN Verlag Illustration:

N Language: GER Title: Ambush Marketing - Cleveres Marketing?!?: Cleveres Marketing?!? Pages: 00021 (Encrypted PDF) On Sale: 2010-01-01 SKU-13/ISBN: 9783640585779 Category: Social Science : Media Studies

[DOWNLOAD HERE](#)

Similar manuals:

[CliffsTestPrep CSET: Social Science - , Shana Pate](#)

[Philosophy Of Social Science - Alexander Rosenberg](#)

[A Tale Of Two Cultures: Qualitative And Quantitative Research In The Social Sciences - , James Mahoney](#)

[Advances In Social Science Research Using R](#)

[Cambridge Handbook Of Social Sciences In Australia](#)

[Causality And Causal Modelling In The Social Sciences](#)

[Children, Social Science, And The Law](#)

[Collected Papers V. Phenomenology And The Social Sciences](#)

[Computational And Mathematical Modeling In The Social Sciences](#)

[Continental Philosophy Of Social Science](#)

[Economic Concepts For The Social Sciences](#)

[Indignity And Universality In Social Science](#)

[Making Social Science Matter](#)

[Measurement For The Social Sciences](#)

[No Social Science Without Critical Theory](#)

[Quantitative Tour Of The Social Sciences](#)

[Realist Philosophy Of Social Science](#)

[Social Science Libraries](#)

[Social Science Of Hayek's The Sensory Order](#)

[Undertaking Sensitive Research In The Health And Social Sciences](#)

[Social Science Research Methodology: Concepts, Methods And Computer Applications](#)

[Multiple Regression Analysis: Key To Social Science Research](#)

[Interdisciplinary Academic Essays - Humanities, Arts, Education, Social Sciences](#)

[Excel 2007 For Social Science Statistics](#)

[Excel 2010 For Social Science Statistics](#)

[Social Science And Political Practice In International Relations](#)

[Social Inequality, Analytical Egalitarianism And The March Towards Eugenic Explanations In The Social Sciences](#)

[Bayesian Analysis For The Social Sciences](#)

[Blackwell Guide To The Philosophy Of The Social Sciences](#)

[The Social Worker'S Guide To The Social Sciences: Key Concepts - , Martin Thomas](#)

[Nation, Culture, Text: Australian Cultural And Media Studies](#)

[De-Westernizing Media Studies](#)

[Marxism And Realism: A Materialistic Application Of Realism In The Social Sciences - Sean Creaven](#)

[Communication, Cultural And Media Studies: The Key Concepts - John Hartley](#)

[The Idea Of A Social Science And Its Relation To Philosophy - Peter Winch](#)

[Communication, Cultural And Media Studies: The Key Concepts - John Hartley](#)

[An Introduction To Qualitative Research Synthesis: Managing The Information Explosion In Social Science Research - , Maggi Savin-Baden](#)

[Media Studies: The Basics - Julian McDougall](#)

[Environmental Social Sciences](#)

[The Philosophy Of Social Science - Martin Hollis](#)

[Social Science Concepts - Gary Goertz](#)

[A Most Human Enterprise: Controversies In The Social Sciences - , John F. Galliher](#)

[A Most Human Enterprise: Controversies In The Social Sciences - , John F. Galliher](#)

[Teaching Research Methods In The Social Sciences](#)

[Searchers, Seers, And Shakers: Masters Of Social Science - James A. Schellenberg](#)

[Virtual Decisions: Digital Simulations For Teaching Reasoning In The Social Sciences And Humanities](#)

[Shaky Foundations: The Politics-Patronage-Social Science Nexus In Cold War America - Mark Solovey](#)

[Natural Experiments In The Social Sciences - Thad Dunning](#)

[Methodology Of Social Sciences: Max Weber](#)

[Self-Observation In The Social Sciences](#)