

	Seite
– Editorial	3
Peter Strahlendorf	
FACTS & FIGURES	
– Sponsoring 2009/10 Das Sponsoring-Business hat die Finanzkrise deutlich besser überstanden als die übrige Werbewirtschaft.....	10
Anja Kruse-Anyaegbu, New Business Verlag	
– Sponsoring trotz der Krise: Investitionen bleiben konstant Ergebnisse der Studie SPONSOR VISIONS 2010	18
Christine Angenendt, pilot group	
– SPONSOR VISIONS REGIO 2010 Regional-Sponsoring im Fokus der Hamburger Unternehmen.....	22
Christine Angenendt, pilot group und Bärbel Bolten, Ipsos	
– Sponsoring in Europa Der Marketingmix in den Augen europäischer Kommunikationsentscheider	29
Katrin Schnabel, Sportfive	
– Mit Vuvuzelas und Krakenorakel Die deutsche Werbelandschaft im Licht der Fußball-WM 2010	35
Ludger Wibbelt, Nielsen Media Research	
– Die neuen Werbestars der Bundesliga Dank Bundesliga und Fußball WM sind deutsche Nationalspieler wieder im Werbetrend.....	39
Joachim Bacher, TNS Infratest	
– Dem Wintersport-Fan über die Schulter geschaut Untersuchung der TV-Betrachtung von Wintersport.....	43
Jens Falkenau, Sport+Markt	
– Wirkungskontrolle durch Social-Media-Analyse Alternativer Weg zur Kontrolle von Sponsoring-Engagements.....	47
Prof. Dr. Marcus Meyer und Prof. Dr. Hermann-Josef Kiel, Hochschule Heilbronn	
– Im Namen des Volkes Staatliche Verantwortung im Bereich Sportsponsoring.....	52
Carolin Spindler, Deutsche Telekom und Prof. Dr. jur. Martin Nolte, Universität Kiel	
– Neues Korruptionsstrafrecht in Österreich Veränderte Rechtslage von Hospitality seit dem 1. September 2009.....	57
Brigitte Kössner-Skoff, Initiativen Wirtschaft für Kunst	
– Mit und ohne Gegenleistung Rechtliche und steuerliche Grundlagen des Sponsorings.....	61
Dr. Christoph Mecking, STIFTUNG & SPONSORING	

FASPO

- Hall of Fame Sponsoring-
FASPO würdigt Sponsoring-Pioniere68
- Sponsoring gut behauptet
Politische Fragen im Fokus.....70
Bernd Reichstein und Petra Oppermann, FASPO

SPORTSPONSORING

- Sportsponsoring: die Krise ist vorbei80
Peter Strahlendorf
- Champions League schlägt erstmals Super Bowl
Globale TV-Reichweiten von Sportevents81
Henning Lüdemann und Kevin Alavy, Initiative
- Initiative Profisport Deutschland
Über den Zusammenschluss der vier
populärsten Profi-Ligen Deutschlands88
Christian Seifert und Jan Pommer, Initiative Profisport
- Erfolgsfaktoren des Trikotsponsorings
Fan-Kriterien für die Bewertung von Sportvereinen91
Prof. Dr. David Woisetschläger, TU Dortmund,
Dr. Manuel Michaelis und Dr. Christof Backhaus, acurelis consulting
- Bedeutung des Erlebnismagements für Stadien,
Arenen und Sportevents.....96
Jens Leonhäuser, Agentur Steilpass
- Sportlich Geld verdienen mit Hirsch und Rotem Bullen
PR füllt Sponsoring-Aktivitäten mit Inhalt
und macht sie verständlich102
Andreas Fischer-Appelt, fischerAppelt AG
- München 2018 – die Vision von Olympischen Winterspielen
Internationales Vermarktungs-Highlight
als Plattform für nationale Produkte106
Anna Lena Mühlhäuser und Simone Seefried, Bewerbungsgesellschaft München 2018
- From Sponsorship to Ownership – der Audi Cup 2009
Aufbau einer eigenen internationalen Kommunikationsplattform.....112
Ledavi  *Sieger Internationaler
Sponsoring Award 2010*
- Eine WM voller Energie
Vattenfall als Sponsor der Leichtathletik-WM 2009 in Berlin.....117
Christof Fiscoeder, Weber Shandwick und Anne-Katrin Wienick, Vattenfall Europe AG  *Sieger Internationaler
Sponsoring Award 2010*

	Seite	
– Sponsoring im paralympischen Sport Allianz fördert den Behindertensport Jordi Queralt, GMR Marketing	121	 <i>Sieger Internationaler Sponsoring Award 2010</i>
– „Sportler für Sportler“: Profifußball hilft Olympia-Sportlern Bundesliga-Stiftung und DFL unterstützen Top-Athleten anderer Sportarten..... Tom Bender, DFL	125	 <i>Auszeichnung Innovation Int. Sponsoring Award 2010</i>
KULTURSPONSORING		
– Akzeptanz von Kultur-Sponsoring steigt Peter Strahlendorf	130	
– Deutscher Kulturförderpreis 2009..... Anette Welling, BDI	131	
– Österreichischer Kunstsponsorings-Preis „Maecenas“ Brigitte Kössner-Skoff, Initiative Wirtschaft für Kunst	135	
– Provokation und Vergegenwärtigung – Geschichte der BRD in 60 Werken RWE gratuliert der BRD zum 60. Geburtstag Dr. phil. Stephan Muschick, RWE Stiftung	143	 <i>Sieger Internationaler Sponsoring Award 2010</i>
– „Ein Blick hinter die Kulissen ...“ Branchentreff der Film- und Fernsehschaffenden – die Eventreihe „Director’s Cut“ Andrea Berndanner, Sören Bauer Events	148	
PUBLIC SPONSORING		
– Public Sponsoring – ein Segment im Aufbruch Peter Strahlendorf	154	
– Corporate Responsibility – wirtschaftlich und gesellschaftlich sinnvoll Kann Corporate Responsibility einen Beitrag zur Wertschöpfung von Marken und Unternehmen leisten? Jean-Baptiste Felten, Felten & Cie.	155	
– Die Metropolregion Rhein-Neckar – eine sportliche Aufgabe SAP und BASF unterstützen als Sponsoren die Markenprofilierung einer Region Sven Mussler, Mussler Consulting und Timo Mussler, Mussler Communication	160	
– Die Axpo Fair Play Trophy: Damit Fußball ein Spiel bleibt Für mehr Fairness und Respekt in der Axpo Super League Niina Eschmann und Joachim Reuter, Axpo Holding AG	165	 <i>Sieger Internationaler Sponsoring Award 2010</i>

- Globale Verantwortung und lokales Engagement
TUI und Hannover 96 sammeln Becherpfand für ein
Entwicklungshilfeprojekt in Kenia169
Michael Lambertz, TUI Deutschland und Jens Lütthge, MEC Access
- Gesellschaftliche Verantwortung im Sport
und durch Sport übernehmen
Die Deutsche Telekom engagiert sich für den Breitensport175
Stephan Althoff, Deutsche Telekom und Ercan Aslan, DO IT!

AGENTURPORTRÄTS

- Agentur Steilpass182
- akzio! gmbh183
- DO IT! Gesellschaft für Field-Promotion,
Event Management und Sponsoring mbH.....184
- fischerAppelt AG.....185
- GMR Marketing GmbH.....186
- International Management Group GmbH187
- LEDAVI™ Network GmbH.....188
- MEC Access GmbH.....189
- Mussler Communication GmbH190
- PLEON Event + Sponsoring GmbH191
- Sören Bauer Events GmbH.....192
- SPORTFIVE GmbH & Co. KG.....193
- WWP Weirather-Wenzel & Partner194

DIENSTLEISTERPORTRÄTS

- Ipsos GmbH196
- pilot group197
- SPORT+MARKT AG198

SPONSORING-INFO

- Sportvermarkter200
- Adressen201
- Fachliteratur und Publikationen.....204
- Studien212
- Termine.....216
- Register.....220

FACTS & FIGURES

- **Sponsoring 2009/10**
Das Sponsoring-Business hat die Finanzkrise deutlich besser überstanden als die übrige Werbewirtschaft.....10
Anja Kruse-Anyaegbu, New Business Verlag
- **Sponsoring trotz der Krise: Investitionen bleiben konstant**
Ergebnisse der Studie SPONSOR VISIONS 201018
Christine Angenendt, pilot group
- **SPONSOR VISIONS REGIO 2010**
Regional-Sponsoring im Fokus der Hamburger Unternehmen.....22
Christine Angenendt, pilot group und Bärbel Bolten, Ipsos
- **Sponsoring in Europa**
Der Marketingmix in den Augen europäischer Kommunikationsentscheider29
Katrin Schnabel, Sportfive
- **Mit Vuvuzelas und Krakenorakel**
Die deutsche Werbelandschaft im Licht der Fußball-WM 201035
Ludger Wibbelt, Nielsen Media Research
- **Die neuen Werbestars der Bundesliga**
Dank Bundesliga und Fußball WM sind deutsche Nationalspieler wieder im Werbetrend.....39
Joachim Bacher, TNS Infratest
- **Dem Wintersport-Fan über die Schulter geschaut**
Untersuchung der TV-Betrachtung von Wintersport.....43
Jens Falkenau, Sport+Markt
- **Wirkungskontrolle durch Social-Media-Analyse**
Alternativer Weg zur Kontrolle von Sponsoring-Engagements.....47
Prof. Dr. Marcus Meyer und Prof. Dr. Hermann-Josef Kiel, Hochschule Heilbronn
- **Im Namen des Volkes**
Staatliche Verantwortung im Bereich Sportponsoring.....52
Carolin Spindler, Deutsche Telekom und Prof. Dr. jur. Martin Nolte, Universität Kiel
- **Neues Korruptionsstrafrecht in Österreich**
Veränderte Rechtslage von Hospitality seit dem 1. September 2009.....57
Brigitte Kössner-Skoff, Initiativen Wirtschaft für Kunst
- **Mit und ohne Gegenleistung**
Rechtliche und steuerliche Grundlagen des Sponsorings.....61
Dr. Christoph Mecking, STIFTUNG & SPONSORING