

Christian Werner und Florian Kainz (Hrsg.)

**Neue und innovative Einnahmequellen  
im Spitzensport**

Tagungsband zur 3. Expertentagung  
„Social Media Marketing im Spitzensport“



Herbert Utz Verlag · München

## Schriftenreihe des internationalen Hochschulverbunds IUNworld

herausgegeben von Prof. Dr. Dr. Christian Werner

Hochschule für angewandtes Management  
H:G Hochschule für Gesundheit & Sport, Technik & Kunst  
Privatuniversität Schloss Seeburg

Satz und Layout: IUNworld GmbH

Band 9

Coverabbildungen (Auswahl: Herausgeber): © Herausgeber



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, der Entnahme von Abbildungen, der Wiedergabe auf fotomechanischem oder ähnlichem Wege und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen bleiben – auch bei nur auszugsweiser Verwendung – vorbehalten.

Copyright © Herbert Utz Verlag GmbH · 2016

ISBN 978-3-8316-4594-7

Printed in EU  
Herbert Utz Verlag GmbH, München  
089-277791-00 · [www.utzverlag.de](http://www.utzverlag.de)

## Vorwort Prof. Dr. Florian Kainz

Kein anderes Phänomen hat sich in den letzten Jahren in einem solchen Maße auf die Gesellschaft ausgewirkt wie der digitale Wandel, was insbesondere die Marktetablierung unterschiedlicher sozialer Netzwerke, das Entstehen digitaler Marktplätze im Internet und die Verlagerung der überwiegenden Zahl an Kommunikationsprozessen in den Social-Media-Bereich zur Folge hatte.

Die Digitalisierung und Globalisierung der Gesellschaft hat das wirtschaftliche Handeln auf vielfältige Art und Weise verändert. Mobile Endgeräte, intelligente Computersysteme, Virtual Reality, KPI-basierte qualitative Analysen, digitale Communities, Wearables etc. verändern nicht nur das Privatleben und die Arbeitswelt in unserer Gesellschaft, sondern führen auch zu einer grundlegenden Revolution des Sporterlebnisses und damit auch des professionellen Sportmarketings.

Das Institut für Fußballmanagement veranstaltet in Kooperation mit der Hochschule für angewandtes Management einmal pro Jahr die Expertentagung „Social Media Marketing im Spitzensport“ für ausgewählte Unternehmen, Vereine, Verbände und Agenturen aus der Welt des Spitzensports und der Sportartikelindustrie den zentralen Treffpunkt der Branche. Im interaktiven Austausch werden dabei in Form von Fachvorträgen und Workshops aktuelle Trends und Entwicklung im Sportmanagement im Allgemeinen und Social Media Marketing im Konkreten diskutiert sowie gemeinsame Synergieeffekte identifiziert.

Die Expertentagung versucht bewusst unterschiedliche Perspektiven von Praktikern und Wissenschaftlern einzubeziehen, was sich letztlich auch in der Heterogenität der einzelnen Beiträge widerspiegelt. Der vorliegende Band fasst die Ergebnisse der Social-Media-Marketing-Expertentagung zum Thema „Neue und innovative Einnahmequellen im Spitzensport“ zusammen. Er umfasst die unterschiedlichen anwendungsorientierten Beiträge der Referenten sowie zentrale Ergebnisse aus den Diskussionsrunden und Workshops.

Prof. Dr. Florian Kainz

## INHALTSVERZEICHNIS

**Abbildungsverzeichnis**..... III

**Tabellenverzeichnis**..... V

*Sven Krüger*

### **IT-Transformation**

Digitalisierung und Vernetzung von industrieller Produktion und Fertigung..... 1

*Prof. Dr. Tobias Haupt, Maïke Frye*

### **Neue Märkte, Trends und Entwicklungen im Spitzensport**

Kapitalisierungsmöglichkeiten der Zukunft durch strategisches Social Media Marketing... 11

*Prof. Dr. Florian Kainz, Christoph Herberth*

### **Neue internationale Märkte im professionellen Sportmanagement**

Bedeutung & Rolle des strategischen Social Media Marketing im Rahmen von  
Internationalisierungsstrategien..... 24

*Florian Maier*

### **Die strategische Erschließung neuer Einnahmequellen im professionellen Fußball**

Eine vergleichende Erfolgsfaktorenanalyse zwischen der englischen Premier League und  
der deutschen Fußball-Bundesliga..... 41

*Katharina Schöttel*

### **Auswirkungen der Interaktionsinstrumente auf das Fanverhalten**

Beeinflussung des viralen Fanverhaltens durch Modifikation der Interaktionsinstrumente. 75

# Schriftenreihe des internationalen Hochschulverbunds IUNworld

herausgegeben von Prof. Dr. Dr. Christian Werner

Hochschule für angewandtes Management  
H:G Hochschule für Gesundheit & Sport, Technik & Kunst  
Privatuniversität Schloss Seeburg

Satz und Layout: IUNworld GmbH

- Band 9: Christian Werner, Florian Karl Kainz (Hrsg.): **Neue und innovative Einnahmequellen im Spitzensport**  
· Tagungsband zur 3. Expertentagung „Social Media Marketing im Spitzensport“  
2016 · 98 Seiten · ISBN 978-3-8316-4594-7
- Band 8: Christian Werner, Florian Karl Kainz (Hrsg.): **Monitoring und Controlling im Social Media Marketing**  
· Tagungsband zur 2. Expertentagung „Social Media Marketing im Spitzensport“  
2015 · 110 Seiten · ISBN 978-3-8316-4453-7
- Band 7: Katharina Michel, Christina Buschle, Florian Karl Kainz, Rudolf Tippelt, Christian Werner (Hrsg.):  
**Indikatorenentwicklung für ein kommunales Bildungsmanagement – Dokumentation eines regionalen Transferprojektes**  
2015 · 104 Seiten · ISBN 978-3-8316-4430-8
- Band 6: Tobias Haupt, Christian Werner, Florian Karl Kainz (Hrsg.), Oliver Kahn, Florian Karl Kainz (Vorwort):  
**Social Media Marketing und Kapitalisierungsmöglichkeiten im Spitzensport** · Eine empirische Erfolgsfaktorenanalyse im Rahmen der 1. Fußball-Bundesliga  
2014 · 456 Seiten · ISBN 978-3-8316-4398-1
- Band 5: Claudius Schikora (Hrsg.): **Grundlagen Onlinemarketing – SEO, SEA und Social Media**  
2014 · 238 Seiten · ISBN 978-3-8316-4385-1
- Band 4: Christian Werner, Martin Elbe (Hrsg.): **Handbuch Organisationsdiagnose**  
2013 · 324 Seiten · ISBN 978-3-8316-4184-0
- Band 3: Stefan Ebner: **Familienexterne Nachfolgeregelung** · Typenspezifische Handlungsempfehlungen für selbständige Unternehmer in Familienunternehmen  
2011 · 304 Seiten · ISBN 978-3-8316-4111-6
- Band 2: Andreas Beyer, Claudius Schikora, Alexander Dibelius (Vorwort): **Regulation light – Germany’s Entry Standard**  
2010 · 200 Seiten · ISBN 978-3-8316-0980-2
- Band 1: Erich R. Utz: **Modelling and Measurement Methods of Operational Risk in Banking**  
2008 · 292 Seiten · ISBN 978-3-8316-0796-9

Erhältlich im Buchhandel oder direkt beim Verlag:

Herbert Utz Verlag GmbH, München  
089-277791-00 · info@utzverlag.de

Gesamtverzeichnis mit mehr als 3000 lieferbaren Titeln: [www.utzverlag.de](http://www.utzverlag.de)