

new business

Jahrbuch Sponsoring 2006

	Seite
• Editorial.....	3
Peter Strahlendorf	
FACTS + FIGURES	9
• Jahresrückblick 2005.....	10
Yvonne Wodzak, new business	
• Die Sponsoring-Stimmung in Deutschland ist positiv.....	17
Christine Angenendt, pilot group	
• Effizienz im Sponsoring.....	24
Joachim Bacher und Jens Krüger, TNS Sport	
• Sponsoringplanung mit der AWA.....	27
Petra Oppermann, Sportfive	
• Wer holt den Titel und wer steht im Abseits?.....	32
Bärbel Bolten, Ipsos	
• Plattform für Global Player.....	38
Jens Seeberger, IFM Medienanalysen	
• Fußball in Europa wächst stetig.....	43
Stefan Ludwig, Deloitte & Touche	
• Testlauf gelungen: Die WM-Ergebnisse können kommen.....	48
Matthias Kiefer, ARD-Werbung Sales & Services	
• Sponsoring-Controlling.....	52
Dr. phil. Guido Ellert, Audi Institut für Sportkommunikation	
• Sponsoring-Trends 2006.....	56
Johanna Bormann, Pleon	
FÜR SPONSORING	61
• Sponsoring würdigt Pioniere.....	62
Hall of Fame des Sponsoring	
• Fachverband für Sponsoring e.V. (FASPO).....	69
Bernhard Reichstein, Präsident FASPO	
Sponsoring und Agenturen.....	76
Sponsoringanbieter/-Vermarkter.....	77
Sponsoren.....	78
Sportsponsoring.....	79
Kultursponsoring.....	81
Public Sponsoring.....	82
Mediensponsoring.....	83
Stellenwert und Entwicklung der Sponsoringforschung.....	84
Sponsoring in der Schweiz und in Österreich.....	87
Internationale Perspektiven im Sponsoring.....	88

SPORTSPONSORING**89**

- Sportsponsoring - quo vadis?.....90
Peter Strahlendorf
- Vier Wochen Fußballzauber.....91
Holger Zindt, akzio!
- Reiz der Ringe.....97
Marcus Meyer und Nadine Odenwald, Deutsche Sportmarketing
- Die goldenen Momente im Wintersport.....104
Oliver Müller, msc international
- Sportwetten und Sponsoring - eine natürliche Partnerschaft?.....110
Boris Hedde, Sport + Markt
- Mit Kontinuität punkten.....116
Herbert Sollich, Brauerei C. & A. Veltins
- Die Allianz-Arena - mehr als ein Naming-Right.....122
Axel Klingel, Allianz und Marc Socher, Schmidt und Kaiser
- Effizientes Leichtathletik-Sponsoring mit Herz.....128
Oskar Gut, Erdgas Ostschweiz
- Die AOL-Arena - Ein Meilenstein im Sponsoring.....132
Marc-Nicolas Oerke, AOL Deutschland
- „The Best of Golf“.....136
Hanns Michael Hoelz, Deutsche Bank
- Eine Premium-Marke setzt volle Segel.....141
Till Bohlmann und Melf Sönnichsen, Hugo Boss

SPONSORING**145**

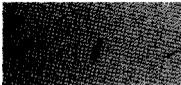
- Wachsende Managementakzeptanz im Kultursektor.....146
Peter Strahlendorf
- Das Siemens Arts Program.....147
Michael Roßnagl, Siemens Arts Program
- Österreichischer Kunstsponsorpreis
„Maecenas“.....152
Mag. Brigitte Kössner, Initiativen Wirtschaft für Kunst
- Per Handy zum kostenlosen Live-Konzert.....159
Peter Wach und Miriam Winkler, O2

	Seite
• Verantwortung für morgen.....	165
Peter Lissek, Telekom	
• Grenzüberschreitende Kulturförderung.....	172
Silke Schuster-Müller, DekaBank	
• Kunst und Mobilfunk verbinden Menschen.....	177
Susanne Speil, mobilkom austria	
• Integriertes Konzept für ein exzellentes Ereignis.....	181
Manuela Flaskamp, Flaskamp	
• Kunst am Werk: Die BAT CampusGalerie.....	186
Karin Schlömer, British American Tobacco	
• Filmsponsoring.....	191
Birgit Hass, Chocolate Blue	
 ISORING	 195
• Engagement für die Gesellschaft.....	196
Peter Strahlendorf	
• Vom Monolog zum Dialog.....	197
Dr. Dieter Mussler, Dr. Mussler & Partner	
• Erfolgreiches Wissenschaftssponsoring.....	202
Jean-Baptiste Feiten, Feiten & Cie.	
• 25 Jahre HanseMercur Preis für Kinderschutz.....	209
Interview mit Heinz-Gerhard Wilkens, HanseMercur	
• Safety First - Sicherheit geht vor.....	214
Bianca Macht, Millhaus	
• Für die Zukunft lernen.....	218
Christiane Lohrmann, Focus Magazin Verlag	
• Welt der Technik im Unterricht.....	221
Maria Schumm-Tschauder, Siemens	
 IENTURPORTRÄTS	 225
• akzio! gmbh.....	226
• auratisAG.....	227
• Chocolate Blue GmbH.....	228
• Dr. Mussler & Partner GmbH.....	229
• Feiten & Compagnie AG.....	230

• MPM Sponsoring Consulting GmbH.....	231
• msc international Sportgesellschaft mbH.....	232
• Pleon Event + Sponsoring GmbH.....	233
• Roth & Lorenz GmbH.....	234
• Schmidt & Kaiser Kommunikationsberatung GmbH.....	235
• Sportfive GmbH & Co. KG.....	236
• Sports First GmbH.....	237
• WWP Weirather-Wenzel & Partner GmbH.....	238

DIENSTLEISTERPORTRÄTS	239
-----------------------	-----

• Audi Institut für Sportkommunikation.....	240
• IFM Medienanalysen GmbH.....	241
• Ipsos GmbH.....	242
• pilot Checkpoint GmbH.....	243
• Sport + Markt GmbH.....	244
• TNS Sport.....	245

 \$PONSORING-INFO	247
---	-----

• Fachliteratur und Publikationen.....	248
• Studien.....	250
• Veranstaltungen und Seminare.....	251

REGISTER.....	253
---------------	-----

FACTS + FIGURES

- Jahresrückblick 2005.....10
Yvonne Wodzak, new business
- Die Sponsoring-Stimmung in Deutschland ist positiv.....17
Christine Angenendt, pilot group
- Effizienz im Sponsoring.....24
Joachim Bacher und Jens Krüger, TNS Sport
- Sponsoringplanung mit der AWA.....27
Petra Oppermann, Sportfive
- Wer holt den Titel und wer steht im Abseits?.....32
Bärbel Bolten, Ipsos
- Plattform für Global Player.....38
Jens Seeberger, IFM Medienanalysen
- Fußball in Europa wächst stetig.....43
Stefan Ludwig, Deloitte & Touche
- Testlauf gelungen: Die WM-Ergebnisse können kommen.....48
Matthias Kiefer, ARD-Werbung Sales & Services
- Sponsoring-Controlling.....52
Dr. phil. Guido Ellert, Audi Institut für Sportkommunikation
- Sponsoring-Trends 2006.....56
Johanna Bormann, Pleon