

---

# **DIPLOMARBEIT**

---

Herr  
**Maximilian Rudolf Albecker**

**Sportsponsoring in der  
zweithöchsten österreichi-  
schen Fußballliga**

Mittweida, 2014



Fakultät Wirtschaftswissenschaften

---

# **DIPLOMARBEIT**

---

## **Sportsponsoring in der zweithöchsten österreichi- schen Fußballliga**

Autor:

**Herr**

**Maximilian Rudolf Albecker**

Studiengang:

**Wirtschaftsingenieurwesen**

Seminargruppe:

**KW09w2SA**

Erstprüfer:

**Prof. Dr. rer.pol. Klaus Vollert**

Zweitprüfer:

**Prof. Dr. rer.pol. Andreas Hollidt**

Einreichung:

**Mittweida, 22.11.2014**

Verteidigung/Bewertung:

**Mittweida, 2014**

Faculty of Economics

---

# DIPLOMA THESIS

---

## **Sport sponsorship in the second Austrian soccer league**

author:

**Mr.**

**Maximilian Rudolf Albecker**

course of studies:

**Economic for Engineers**

seminar group:

**KW09w2SA**

first examiner:

**Prof. Dr. rer.pol. Klaus Vollert**

second examiner:

**Prof. Dr. rer.pol. Andreas Hollidt**

submission:

**Mittweida, 22.11.2014**

defence/evaluation:

**Mittweida, 2014**

## **Bibliografische Beschreibung:**

Albecker, Maximilian:

Sportsponsoring in der zweithöchsten österreichischen Fußballliga – Eine empirische Untersuchung zur Professionalisierung der Sponsorenmappen. - 2014. - V, 114, V S.

Mittweida, Hochschule Mittweida, Fakultät Wirtschaftswissenschaften, Diplomarbeit, 2014

## **Referat:**

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit der Analyse der Sponsorenmappen von sponsorensuchenden Sportvereinen. Aus Unternehmenssicht stellt die Auswahl eines geeigneten Sponsoring-Partners ein komplexes Entscheidungsproblem dar. Vor diesem Hintergrund soll herausgefunden werden, welche Beurteilungskriterien im Selektionsprozess der Unternehmen von besonderer Bedeutung sind. Basierend auf diesen Erkenntnissen wird untersucht, welche entscheidungsrelevanten Informationen von den Sportvereinen tatsächlich in den Sponsorenmappen bereitgestellt werden. Mittels einer Korrelationsanalyse wird außerdem erforscht, ob der Erfüllungsgrad von einzelnen vereins-, marketing- sowie sponsoring-spezifischen Informationen abhängig ist.