

Modul 14200 (PO 2018) /Modul 146/156 (PO 2011)
Projektmodul Wintersemester 2021/2022

Spitzensportler als Markenbotschafter

Spitzensportler als Markenbotschafter – ein Erfolgsmodell?

Professional sport athletes as brand ambassadors – a successful liason?

Betreuer

Kai Walter, Lehrbeauftragter

Beschreibung

Ausgangssituation und Zielsetzung

Spitzensportler gelten als Erfolgs-Menschen, Sympathieträger und haben (meist) eine große Fangemeinde. Als Vorbilder wirken sie für verschiedene Zielgruppen. Mehrere Generationen, Nationalitäten, Sportler und Nicht-Sportler, unterschiedliche gesellschaftliche Schichten werden angesprochen und im Idealfall reicht der „Einfluss“ weit über die Fan-Gemeinde hinaus. Der Transfer der (Werbe-)Botschaften auf die Zielgruppe und damit zum point-of-sale ist eine der Kernaufgaben seitens der Auftraggeber. Die Wahl der Botschafter und vor allem der genutzten Medien ist entscheidend vom Budget abhängig. Hier sind Summen bis in 7-stellige Euro-Bereiche Alltag. Die eigentliche Kaufentscheidung für die Käufer lässt sich mittelbar oder unmittelbar durch den Botschafter beeinflussen, so die gängige Meinung. Fußballstars, Formel 1 Piloten, Olympia Sieger scheinen naheliegend. Gibt es auch andere Sportler aus weniger populären Sportarten oder Nischensportarten? Welche Typen sind gefragt? Welche Sportarten? Wer eignet sich? Welche Attribute werden genutzt und wirken auf die Zielgruppen? Welche Medien werden genutzt? Wie wirken diese? Welche Risiken entstehen für Botschafter, Käufer und Industrie? Neben einer fundierten Markt- und Situationsanalyse anhand vor einigen Botschaftern und Beispielen sollen Chancen und Möglichkeiten abgewogen und eine Handlungsempfehlung abgegeben werden.

Ablauf

Das Projekt ist in mehrere Phasen aufgeteilt. Die erste Phase umfasst, nach dem Vorstellen des Themas, ein Brainstorming und die Projektplanung. Hierbei entwickelt das Projektteam, ausgehend von der oben dargestellten Zielsetzung, detaillierte Projektziele,

einen Terminplan, einen Projektstrukturplan und definiert die Verantwortlichkeiten im Projekt und die Einteilung in (Teil)-Teams. In der folgenden Phase der Projektdurchführung arbeiten die Teams am Projektplan. Mit Zwischenpräsentationen, Abstimmungen zwischen den Teil-Teams und des ganzen Projektteams im wöchentlichen Rhythmus wird der Projekt-Fortschritt erarbeitet. Die finale Phase ist die Vorbereitung der Abschlusspräsentation, welche zugleich den Projektbericht des Projekts darstellt. Die Projektergebnisse werden im Rahmen einer Präsentation im Unternehmen bzw. in Anwesenheit von Unternehmensvertretern und Gästen vorgestellt.

Lernziele

- Anwendung theoretischer Kenntnisse des Projektmanagements
- Arbeiten im Team
- Recherchemethoden
- Durchführen von Interviews mit Spitzensportlern und Marketingverantwortlichen
- Zielgruppenorientierte Gestaltung von Präsentationen und Präsentationstechniken
- Durchführung einer Projektpräsentation

Prüfungsleistungen

Die Note setzt sich jeweils zu 30 % aus Projektmanagement, zu 40 % aus dem Projektbericht und zu 30 % aus der Projektpräsentation (Abschlusspräsentation) zusammen.