Seminarmodul PO 2018
Sommersemester 2024

Betreuer

Kai Walter, Lehrbeauftragter

Beschreibung

Sportmarketing und Eventmarketing – aktuelle und praxisbezogene Themen des Marketings

Marketing in sports and event marketing - current and practical topics in marketing

Die Themen werden zunächst vorgestellt und mit weiteren Ausführungen und Fragestellungen konkretisiert. Nach anschließender Diskussion wählt jeder Studierende ein Thema. In individuellen Sprechstunden können weiterführende Fragen gestellt werden. Zu jedem Thema gibt es min. 2 erste Literaturempfehlungen. Während des Semesters werden die Studierenden individuell betreut.

Die Seminararbeiten sollen einen Umfang von 20 Seiten haben und das Bewertungs-Schema (analog einer Bachelorarbeit) wird darlegt.

Die formalen Grundlagen orientieren sich an https://fbw.h-da.de/knoll/abschlussarbeiten

Grundsätzlich sind Rückfragen per E-Mail/Telefon/Online oder individuelle Besprechungen im laufenden Semester tagesaktuell möglich.

Die Themen ergeben sich aus aktuellen Fragestellungen bzw. Sachverhalten aus dem Marketing mit dem Schwerpunkt Sportmarketing und Eventmarketing.

Themen

1. **Innovatives Sportmarketing – Potentiale von Sportarten, Sportlern und Teams**

   Marketing mit Sport und Marketing durch Sport – was sind innovative Konzepte und Potentiale für Sportarten, Sportler oder auch Teams? Ist es sinnvoller einen Verband oder nur ein Team einer Sportart für das eigene Marketing zu nutzen? Oder einen individuellen Sportler? Welche Kooperationen sind erfolgreich?

2. **Merchandise-Produkte im Sport – Trikots, Schals, weitere Fan Artikel**

   In allen Sportarten gibt es Merchandise/Fan-Artikel – angefangen vom Trikot, Schal, Mütze, Aufkleber, Sticker bis zur Tasse und zum Traubenzucker mit Logo-Aufdruck. Mannschaften, Sportler, Sportarten, Vereine – was ist das Besondere am Fan-Artikel?

3. **Influencer Marketing im Sport –Chancen und Risiken**

   "Influencer" im Sport finden sich auf Social-Media-Kanälen in großer Anzahl. Wer ist ein Influencer? Mit welcher Botschaft? Auf Dauer erfolgreich? Wo liegen Chancen und Risiken im Marketing für die Stakeholder?

4. **Yoga – Lifestyle, Trend, Lebenseinstellung, Esoterik, Sport oder Fake?**

   Yoga („Einigung, Einheit und Harmonie") bietet meditative Techniken, deren Fokus auf geistiger Konzentration liegt und körperlichen Übungen, die Kraft und Beweglichkeit verbessern. Verschiedene Generationen, unterschiedliche gesellschaftliche Schichten und Milieus – Yoga hat eine ständige wachsende Fangemeinde und polarisiert zugleich.

5. **Erfolgreiches Eventmarketing zwischen Red Bull Flugtag und Coca-Cola Weihnachtstruck**

   Die originelle Event-Idee, Zielgruppen-basiertes Konzept, Social Media Marketing, emotionaler Content und weitere Faktoren – wie funktioniert Eventmarketing und was

macht den Erfolg aus? Sind nur große Kampagnen erfolgreich? Für wen eignet sich Eventmarketing?

6. Fitness durch Online-Programme mit Apps und Kursen - Anspruch und Wirklichkeit

Nicht erst seit der Corona-Zeit existiert eine große Anzahl von Fitness-Apps und Online-Trainingsprogrammen. Für wen eignen sich diese Programme? Sind diese Programme professionell? Bringen sie den erwarteten Erfolg? Eine Marktanalyse und Bewertung.

7. Nahrungsergänzungsmittel im Sport – hilfreich, notwendig oder Fake und Abzocke?

Der Markt an Nahrungsergänzungsmittel hat sich längst von einem Nischenmarkt zu einem breiten Marktsegment entwickelt. Welches Volumen nimmt dieses Segment ein? Braucht unser Körper dies? Im Alltag? Beim Sport? Werden Nahrungsergänzungsmittel im Leistungssport wirklich gebraucht?

8. Sportveranstaltungen – live und/oder online aus Sicht des Marketings

Sportereignisse – vom Fußballspiel im Stadion bis zur Olympiade in einem ganzen Land wecken bei Zuschauern Emotionen. Je nach Sportart werden diese Ereignisse online an ein Millionenpublikum übertragen. Lohnt sich der Besuch vor Ort? Spüren die Zuschauer auch online die Emotionen? Welche Werbeplattformen werden jeweils genutzt?

9. Fitnessstudios – eine Marktanalyse und Prognose

Einzelne Fitnessstudios oder ganze Fitnessstudio-Ketten – nach wie vor scheinen die Mitgliederzahlen zu wachsen. Ist der Markt gesättigt oder weiter im Wachstum? Welche Erfolgsfaktoren sind zu erkennen? Welche Zielgruppen werden angesprochen? Welche neuen und innovativen Konzepte sind erkennbar?

10. Sport- und Lifestyle-Kleidung - welche Marken sind erfolgreich?

Große Herstellerfirmen bieten nicht nur reine Sportkleidung – längst ist Grenze zur Freizeitkleidung fließend. Welche aktuellen Trends sind erkennbar? Spielt Nachhaltigkeit eine Rolle? Wie groß ist das Marktsegment?

11. Sneaker – Sportschuh? Freizeitschuh? Wertanlage?

Sneaker haben in unseren Alltag Einzug gehalten. Fast jeder Schuh-Hersteller hat diese Kategorie im Sortiment. Sneaker werden von allen Generationen getragen. Längst erfüllen Sneaker nicht mehr nur rein funktionale Notwendigkeiten. Große Produzenten wie Adidas oder Nike uvm. haben Prominente unter Vertrag und bringen hochpreisige Sneaker für mehrere hundert Euro auf den Markt. Auktionen treiben die Preise zudem in die Höhe. Mehr als ein Trend? Eine Wertanlage?

12. MTB, Rennrad, City Bike, E-Bike – alle aufs Rad?

Die Fahrrad-Branche verzeichnet seit Jahren hohe Zuwachsraten. Fast alle Altersklassen und Zielgruppen können bedient werden. MTB, City Bike, Lasten-Bike, E-Bike, Rennrad uvm. – alle Hersteller bedienen die ganze Bandbreite an Modellen und Preissegmente. Wie unterscheiden sich Fahrräder an sich und der verschiedenen Marken? Wie sieht das Marketing der einzelnen Hersteller aus?