

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	7
Zur Einführung: „... und nun zum Sport!“ Gerhard Trosien.....	9
Amerikanische Sportindustrie auf dem Weg der Globalisierung Malcolm J. Mac Kenzie.....	35
Das IOC als Instanz globaler Sportvermarktung Evelyn Holderbach.....	47
Zum amerikanischen Einfluss auf Team-Sport-Ligen in Deutschland Michael Dinkel/Stephanie Kratz.....	59
GALAXY FRANKFURT in der World League of American Football - für Europa ein Gewinn Christoph Heyne.....	75
Das Franchisesystem und die Wirtschaftlichkeit der Deutschen Eishockey-Liga (DEL) am Beispiel „Die Adler“ Mannheim Eishockey GmbH Matthias Fries.....	81
Globale Ausbreitung des Snowboardings und Entwicklungen in Deutschland Gerhard Trosien/Dirk Stetter.....	89
Trendsport-Marketing am Beispiel von Inline Skating unter Berücksichtigung ökonomischer und organisatorischer Dimensionen Günther Lohre.....	103

<b>FITNESS: Zum Markt und zur Organisation eines Lebensstils</b>	
Hans-Werner Kündgen.....	109
<b>SPORT 2000 - Ziele und Aufgaben eines internationalen</b>	
Marketingverbundes	
Norbert Pfarr.....	117
<b>ADIDAS und PUMA - von local zu global players</b>	
Thomas Path/Ingo Priebus.....	127
<b>Vision, Projektion und Investition für ein Weltstadion/Skydome</b>	
Hans-Jürgen Williges.....	141
<b>Von idealtypischen Sportgemeinschaften über wirtschaftliche</b>	
Geschäftsbetriebe zu Sport-Akiengesellschaften?	
Gerhard Geckle.....	149
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>165</b>
<b>Autorenverzeichnis.....</b>	<b>173</b>