

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

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