

## Inhaltsverzeichnis

|  |           |
|--|-----------|
| Geleitwort .....   | V         |
| Vorwort .....  | VII       |
| Abbildungsverzeichnis .....  | XI        |
| Tabellenverzeichnis.....   | XIII      |
| Abkürzungsverzeichnis .....  | XIII      |
| <br>   |           |
| <b>1 Profifußball – mehr als nur ein Sport? .....</b>  | <b>1</b>  |
| 1.1 Die zentrale Frage nach der gesellschaftlichen Verantwortung .....                           | 1         |
| 1.2 Aufbau der Arbeit und methodische Vorgehensweise.....  | 3         |
| <br>   |           |
| <b>2 Theoretische Grundlagen zu Corporate Citizenship.....</b>                                   | <b>7</b>  |
| 2.1 Corporate Citizenship .....  | 7         |
| 2.1.1 Begriffsdefinition .....   | 7         |
| 2.1.2 Abgrenzung zu verwandten Konzepten.....  | 9         |
| 2.2 Corporate Citizenship im Profifußball .....  | 11        |
| 2.2.1 Relevanzbewertung .....  | 11        |
| 2.2.2 Strategische Steuerung von Corporate Citizenship.....                                      | 13        |
| <br>   |           |
| <b>3 Herleitung eines Corporate Citizenship-Bewertungsmodells für<br/>den Profifußball .....</b> | <b>23</b> |
| 3.1 Erläuterung des Modell-Begriffs.....   | 23        |
| 3.2 Notwendigkeit der Bewertung des Corporate Citizenship .....                                  | 23        |
| 3.3 Konzeption des Corporate Citizenship-Bewertungsmodells.....                                  | 25        |
| 3.3.1 Zielsetzung und Vorgehen zur Modellerstellung.....   | 25        |
| 3.3.2 Herleitung der Bewertungskriterien.....  | 26        |
| 3.3.3 Erstellung des Kriterienkatalogs .....   | 33        |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.3.4 Entwicklung des Bewertungsverfahrens .....               | 36        |
| 3.3.5 Entwicklung des Berechnungssystems .....                 | 42        |
| 3.3.6 Darstellungsform der Ergebnisse.....                     | 47        |
| <b>4 Anwendung des Bewertungsmodells im Profifußball .....</b> | <b>51</b> |
| 4.1    1. Bundesliga als Anwendungsobjekt.....                 | 51        |
| 4.2    Vorgehen und Anwendungsbeispiel .....                   | 52        |
| 4.3    Ergebnisse der 1. Bundesliga.....                       | 57        |
| 4.3.1 Corporate Citizenship-Ranking .....                      | 57        |
| 4.3.2 Bewertungsprofile ausgewählter Bundesligaclubs .....     | 59        |
| 4.4    Ergebnisanalyse der 1. Bundesliga .....                 | 69        |
| 4.4.1 Corporate Citizenship-Kategorien.....                    | 70        |
| 4.4.2 Corporate Citizenship-Kriterien.....                     | 72        |
| 4.4.3 Zentrale Erkenntnisse aus den Analysen .....             | 79        |
| 4.5    Handlungsempfehlungen für die 1. Bundesliga .....       | 80        |
| 4.5.1 Organisation.....  | 81        |
| 4.5.2 Corporate Citizenship-Projekte .....                     | 82        |
| 4.5.3 Marke & Kommunikation.....                               | 84        |
| <b>5 Profifußball – weit mehr als nur ein Sport! .....</b>     | <b>89</b> |
| 5.1    Die 1. Bundesliga stellt sich seiner Verantwortung..... | 89        |
| 5.2    Kritische Würdigung der Ergebnisse .....                | 90        |
| 5.3    Ausblick.....   | 91        |
| <b>Anhang .....</b>  | <b>93</b> |
| <b>Literaturverzeichnis.....</b>                               | <b>95</b> |