

## Inhaltsverzeichnis

<b>Geleitwort .....</b>	<b>V</b>
<b>Vorwort .....</b>	<b>VII</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>XI</b>
<b>Tabellenverzeichnis.....</b>	<b>XIII</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>XIII</b>
<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
<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
<b>3 Herleitung eines Corporate Citizenship-Bewertungsmodells für 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</b>	<b>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</b>	<b>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>

Gesellschaftliches Engagement im Profifußball

Ein Bewertungsmodell für die 1. Bundesliga

Waldvogel, M.

2014, XIII, 99 S. 41 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-05235-5