

Berichte aus der Sportökonomie

**Sabine Dorlöchter, Peter Hammann,  
Arne Schumacher, Michael Welling**

(unter Mitarbeit von Ralf Metzenhin und Christian Gehle)

**Internetauftritte von Fußballbundesligisten  
im Rahmen der Vereins(marken)führung –**

Ergebnisse einer empirischen Analyse

Shaker Verlag  
Aachen 2002

**Die Deutsche Bibliothek - CIP-Einheitsaufnahme**

*Dorlöchter, Sabine; Hammann, Peter; Schumacher, Arne; Welling, Michael:*  
Internetauftritte von Fußballbundesligisten im Rahmen der  
Vereins(marken)führung – Ergebnisse einer empirischen Analyse /  
Sabine Dorlöchter, Peter Hammann, Arne Schumacher, Michael Welling.  
Aachen : Shaker, 2002  
(Berichte aus der Sportökonomie)  
ISBN 3-8322-0777-5

Copyright Shaker Verlag 2002

Alle Rechte, auch das des auszugsweisen Nachdruckes, der auszugsweisen  
oder vollständigen Wiedergabe, der Speicherung in Datenverarbeitungs-  
anlagen und der Übersetzung, vorbehalten.

Printed in Germany.

ISBN 3-8322-0777-5  
ISSN 1610-6113

Shaker Verlag GmbH • Postfach 101818 • 52018 Aachen  
Telefon: 02407/95 96-0 • Telefax: 02407/95 96-9  
Internet: [www.shaker.de](http://www.shaker.de) • eMail: [info@shaker.de](mailto:info@shaker.de)

Dem Internet, so wird durchweg konstatiert, kommt vor allem als Kommunikations- und Distributionsinstrument eine immer weiter wachsende Bedeutung im Wettbewerb zu. Inwieweit die Vereine der Fußballbundesliga die dadurch entstehenden Möglichkeiten im Rahmen der Vereinsführung nutzen, wurde von einem Projektteam des Lehrstuhls für angewandte Betriebswirtschaftslehre IV, insb. Marketing (Lehrstuhlinhaber Prof. Peter Hammann) der Ruhr-Universität Bochum im Sommersemester 2001 wissenschaftlich analysiert. Die Ergebnisse dokumentiert dieses Buch.

Eine Vereinsbefragung diente zunächst der Ermittlung unterschiedlicher Zielsetzungen und Zielgruppen, die mit dem Internetauftritt verfolgt bzw. angesprochen werden, um in einem nächsten Schritt die jeweiligen Homepages vor dem Hintergrund der zugrunde liegenden Vereinsintentionen zu analysieren. Die Ergebnisse der Befragung und der Bestandsaufnahme wurden dann zur Überprüfung aufgestellter Hypothesen herangezogen, wobei auf Verfahren der Dependenzanalyse (insb. Regressions- und Varianzanalyse) zurückgegriffen wurde.

Die Ergebnisse decken sowohl Übereinstimmungen als auch Abweichungen hinsichtlich der von den Vereinen anvisierten Ziele und deren tatsächlichen Umsetzungen auf. Zudem werden unterschiedliche Einflußfaktoren identifiziert, die auf die Gestaltung der Internetauftritte wirken. Diese Ergebnisse werden im Buch kommentiert und Verbesserungsmöglichkeiten skizziert. Daher richtet sich das Buch vornehmlich an diejenigen Praktikergruppen (Vereinsvertreter, Internetagenturen, Sponsorenmitarbeiter, Journalisten), die am Internetauftritt von Vereinen ein berufliches Interesse haben. Daneben wendet sich das Buch durch den wissenschaftlichen Ansatz aber auch an Studenten und Dozenten der Bereiche Wirtschafts- und Sportwissenschaften.