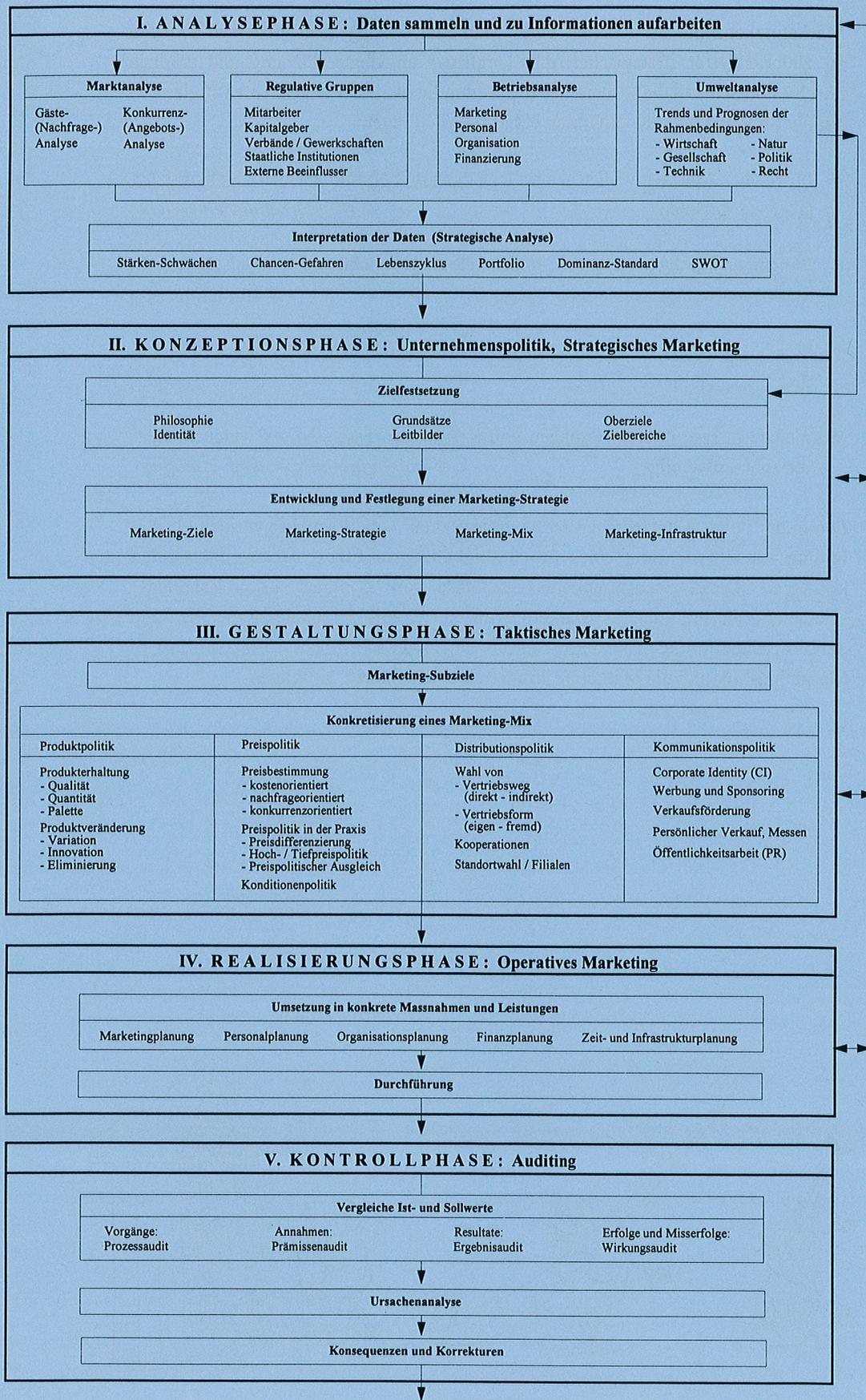


Abb. 1: Ablaufplan des Marketing-Managements



Quelle: Veränderte und ergänzte Darstellung von FREYER 1990: Handbuch des Sportmarketing, Schriftenreihe Marketing, R. Geml (Hrsg.), S. 56, Wiesbaden 1990