

Inhalt

Vorwort zur 2. Auflage	8
-------------------------------------	----------

Lektion 1

Was wird in diesem Lehrbuch geboten?	10
---	-----------

1.1 Einführung	10
1.2 Was forschen die Wissenschaften?	11
1.3 Aufgaben und Arbeitsbereiche in den Wirtschaftswissenschaften	14
1.4 Qualität vorliegender sportökonomischer Untersuchungen	18

Lektion 2

Womit setzt sich die Sportökonomie auseinander?	22
--	-----------

2.1 Einleitung: Sport in der modernen Gesellschaft.	22
2.2 Sportökonomie im Rahmen von Praxis und Theorie	24
2.3 Herausforderungen der Sportökonomie.	31

Lektion 3

Welche Erkenntnisse liefert eine Sportwirtschaftsgeschichte?	39
---	-----------

3.1 Historische Dimensionen	39
3.2 Sport und Akteure.	45

Lektion 4

Was ist über die Grundlagen der Sportproduktion bekannt?	59
---	-----------

4.1 Menschen produzieren Sport	59
4.2 Kosten und Nutzen von Sportkarrieren	60
4.3 Die Verwandlung von Sportleistungen in Sportprodukte	68
4.4 Sportpersonal ist und braucht Vertretung	71

Lektion 5

Sportveranstaltungswirtschaft – was ist darunter zu verstehen? 79

5.1	Typologie für Sportveranstaltungen	79
5.2	Kosten und Nutzen von Sportveranstaltungen	80
5.3	Sportveranstaltungen als Barometer.	85
5.4	Sportveranstaltungen als Standortfaktoren.	86

Lektion 6

Die Grundlagen der Sportdistribution – von welchen Voraussetzungen ist auszugehen? 95

6.1	Defizite in der Identifikation von Sportmarktstrukturen	95
6.2	Diskussion von Sportmarktstrukturen	96
6.3	Darstellung ausgewählter Sportmärkte.	97
6.4	Fitnessmarkt	113
6.5	Trendsport aus sportökonomischer Sicht	114
6.6	Sportmärkte für Sportartikel und Sportgeräte	115
6.7	Märkte für Sportstätten.	118
6.8	Konkurrenten auf Sportmärkten und ihre Kooperationen	123

Lektion 7

Was wissen wir über die Grundlagen des Sportkonsums der Gesellschaft? . . . 132

7.1	Sportkonsum – was ist das?	132
7.2	Sportkonsum – mikroökonomisch betrachtet.	132
7.3	Sportkonsum aktiver Sportlerinnen und Sportler	136

Lektion 8

Welche Ziele verfolgt die Konzeption der Sportbranche? 140

8.1	Strukturanalyse der Sportbranche.	140
8.2	Kosten und Nutzen von Sportfinanztransfers.	144
8.3	Resümee des Ertrags in konzeptioneller Hinsicht	161

Lektion 9	
Glück spielt überall mit – auch im Sport?	166
Lektion 10	
Vom Mediensport zur Sportmedienökonomie?	173
Lektion 11	
Welche Bedeutung hat das Sportsponsoring?	186
Lektion 12	
Von der Privatheit zur Privatisierung?	198
Lektion 13	
Wie verhalten sich Sport, Wirtschaft und Ethik zueinander?	207
Lektion 14	
Und international?	213
Lektion 15	
Zum Abschluss: Wie geht es weiter mit der Konzeption und Organisation der Sportökonomie?	225