

Inhaltsverzeichnis

1	Hinführung: Zur wirtschaftlichen Bedeutung des Sports	17
2	Zum Erkenntnisinteresse der Sportökonomie: Was ist Sportökonomie?	19
2.1	Begriffserklärung und Verortung	20
2.2	Zur Angemessenheit der Begriffsabgrenzung	25
2.3	Besonderheiten des Sports aus ökonomischer Perspektive	28
2.3.1	Präferenzbildung und Nachfrage	29
2.3.2	Besonderheiten der Produkte	30
2.3.3	Institutionelle Arrangements	32
2.3.4	Ergebnis: Besonderheiten des Sports	34
2.4	Ein knapper Überblick über die sportökonomische Forschung	34
2.4.1	Zur historischen Entwicklung der Sportökonomie	34
2.4.2	Zu den Forschungsschwerpunkten der Sportökonomie	35
2.4.3	Forschungsdefizite	37
2.5	Zur Wirtschaft des Sports	37
2.6	Anwendungsmöglichkeiten der Sportökonomie	40
	Weiterführende Literatur	41
	Repetitorium	42
3	Ausgewählte ökonomische Grundlagen	43
3.1	Markttheoretische Grundlagen	43
3.1.1	Die Nachfrage	44
3.1.2	Das Angebot	53
3.1.3	Die Kosten	54
3.1.4	Marktpreis und Wohlfahrtseffekte	55
3.1.5	Die Preisfunktionen	56
3.1.6	Staatliche Eingriffe in die Marktpreisbildung	57
3.1.7	Die Koordination bei unterschiedlichen Marktformen	58
3.1.8	Der Faktormarkt	66
3.1.9	Marktversagen	74
3.2	Institutionenökonomische Grundlagen	78
3.2.1	Ausstattungs- und Verhaltensspezifika der Akteure	79
3.2.2	Die Principal-Agent-Beziehung als Erklärungsmuster	80
3.2.3	Ausgewählte Problemtypen	82
3.2.4	Die Organisation als Institution: Theorie der Korporation	88

3.3	Ordnungsökonomische Grundlagen – Theorie staatlicher Intervention	90
	Weiterführende Literatur	92
	Repetitorium	93
4	Besonderheiten der Zuschauernachfrage bei sportlichen Wettkämpfen	96
4.1	Die Nachfrage nach Tickets	97
4.1.1	Präferenzen der Nachfrager	98
4.1.2	Ökonomische Determinanten	99
4.1.3	Qualität des Zuschauens	101
4.1.4	Qualität des sportlichen Wettbewerbs	101
4.2	Die Nachfrage nach Sportereignissen im TV	104
4.2.1	Präferenzen der Nachfrager	104
4.2.2	Ökonomische Determinanten	105
4.2.3	Qualität des sportlichen Wettbewerbs	105
	Weiterführende Literatur	110
	Repetitorium	114
5	Ökonomische Charakteristika sportlicher Wettkämpfe und deren Design bei Individualsportarten	115
5.1	Die Besonderheiten des sportlichen Wettkampfs aus ökonomischer Sicht	115
5.2	Design sportlicher Wettkämpfe bei Individualsportarten	117
5.2.1	Der symmetrische Winner-Takes-All-Wettbewerb	118
5.2.2	Der asymmetrische Wettbewerb mit mehreren Teilnehmern	120
5.2.3	Empirische Ergebnisse	122
	Weiterführende Literatur	124
	Repetitorium	125
6	Die Produktion sportlicher Leistung bei Teamsportarten	126
6.1	Potentialausschöpfung: Mangelnde Kooperation und Moral Hazard als zentrale Probleme des Teams	127
6.1.1	Mangelnde Bereitschaft zur Kooperation	128
6.1.2	Mangelnde Bereitschaft zur Leistung	129
6.1.3	Lösungsansätze für die Produktionsprobleme im Team	130

8.2.9	Regulierungen des Spielermarktes und das Coase Theorem	236
8.3	Auswirkungen einer Konkurrenzliga	238
8.4	Die ökonomischen Effekte von Spielergewerkschaften	239
8.5	Ausbildung und die Akkumulation von Humankapital	240
8.6	Die Entwicklung des Absatz- und des Spielerarbeitsmarktes in der Fußball-Bundesliga	244
	Weiterführende Literatur	255
	Repetitorium	259

9 Doping 260

9.1	Doping – Definition und ökonomisch relevante Eigenschaften	261
9.2	Die Entscheidung zu dopen im spieltheoretischen Kontext	266
9.2.1	Die Entscheidung der Strategiewahl im einfachen simultanen Wettkampf	266
9.2.2	Die Entscheidung bei wiederholten simultanen Wettkämpfen	272
9.2.3	Die Entscheidung bei Sportarten mit exakt meßbaren Ergebnissen und bei Team sportarten	275
9.3	Darstellung und Beurteilung der Anti-Doping-Maßnahmen	276
9.3.1	Anforderungen an Anti-Doping-Maßnahmen	276
9.3.2	Klassifikation der Anti-Doping-Maßnahmen	277
9.3.3	Die Anti-Doping-Maßnahmen im einzelnen	278
9.3.4	Träger der Anti-Doping-Maßnahmen	289
	Weiterführende Literatur	300
	Repetitorium	302

10 Sport und Staat 304

10.1	Normative Analyse: Soll der Staat in den Sport eingreifen?	304
10.1.1	Sport und Gesundheit	304
10.1.2	Sport und sozio-educatorische Effekte	305
10.1.3	Ökonomische Effekte des Sports	305
10.1.4	Sport und Prestigewert	308
10.1.5	Ergebnis	309
10.2	Formen staatlicher Intervention	309
10.3	Staatliche Sportpolitik am Beispiel der Bundesrepublik Deutschland	312
10.3.1	Grundzüge der Sportpolitik der Bundesrepublik Deutschland	312
10.3.2	Beurteilung der Sportpolitik der Bundesrepublik Deutschland	315
10.4	Positive Analyse: Warum interveniert der Staat in den Sport?	317
10.4.1	Wesentliche Akteure des politischen Prozesses	318

10.4.2	Charakteristika der staatlichen Politik in indirekten Demokratien	319
10.4.3	Theoretische Ansätze zur Erklärung der Sportpolitik	320
10.4.4	Tendenzen der Sportpolitik	326
10.5	Determinanten des sportlichen Erfolges auf nationaler Ebene im Kontext rationaler Sportpolitik	327
10.5.1	Faktoren des sportlichen Erfolgs im allgemeinen	327
10.5.2	Faktoren des sportlichen Erfolgs im Fußball auf internationaler Ebene	329
	Weiterführende Literatur	331
	Repetitorium	335

11 Sportwetten 336

11.1	Definition und Erscheinungsformen	336
11.2	Maßgebliche Problemkreise von Sportwetten	337
11.2.1	Zur Effizienz des Sportwettenmarktes	338
11.2.2	Wetten und die Manipulation sportlicher Wettbewerbe	339
	Weiterführende Literatur	344
	Repetitorium	346

12 Digitalisierung im Sport 348

12.1	Zur Definition des Begriffs	348
12.2	Verortung der Auswirkungen der Digitalisierung im Sport und gegenwärtige Forschungsschwerpunkte	348
12.3	Data Analytics und Sports Analytics	350
12.4	Einfluß der Digitalisierung auf die Arbeitsmärkte im Sport	351
12.5	Durchsetzung der Rechte am geistigen Eigentum	352
12.6	eSport	353
12.6.1	Grundlagen	353
12.6.2	Organisationsstrukturen und Akteure im Bereich des eSports	353
12.6.3	Die Frage der Anerkennung als Sport	355
	Weiterführende Literatur	356
	Repetitorium	358
	Literatur	359
	Stichwortverzeichnis	409