

## ***Inhalt***

<b>Vorwort zur 2. Auflage .....</b>	<b>8</b>
-------------------------------------	----------

### **Lektion 1**

<b>Was wird in diesem Lehrbuch geboten? .....</b>	<b>10</b>
---	-----------

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**

<b>Womit setzt sich die Sportökonomie auseinander?.....</b>	<b>22</b>
---	-----------

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**

<b>Welche Erkenntnisse liefert eine Sportwirtschaftsgeschichte? .....</b>	<b>39</b>
---	-----------

3.1 Historische Dimensionen .....	39
3.2 Sport und Akteure.....	45

### **Lektion 4**

<b>Was ist über die Grundlagen der Sportproduktion bekannt? .....</b>	<b>59</b>
---	-----------

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 |

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