

Inhalt

1.	Einleitung	1
1.1	Vorbemerkung.....	1
1.2	Problemstellung.....	2
1.3	Aufbau	4
1.4	Methode.....	5
2.	Ausdifferenzierung gesellschaftlicher Teilsysteme.....	9
2.1	Entwicklung der gesellschaftlichen Differenzierung	9
2.2	Ausdifferenzierung des Sportsystems	13
3.	Das gesellschaftliche Teilsystem Sport	17
3.1	Sport als autonomes Teilsystem.....	17
3.2	Spitzensport im Kontext angrenzender Teilsysteme.....	19
3.2.1	Spitzensport und Massenmedien	20
3.2.2	Spitzensport und Wirtschaft.....	24
3.2.3	Zwischenbilanz.....	28
4.	Der deutsche Profifußball.....	31
4.1	Profifußball – eine inhaltliche Eingrenzung des Begriffs.....	31
4.2	Fußballvereine als Fußball-Unternehmen.....	32
4.3	Ziele von Fußball-Unternehmen.....	35
4.4	Das stakeholder-Konzept.....	37
4.4.1	Nationale Fußballverbände	38
4.4.2	Massenmedien	39
4.4.3	Wirtschaft	41
4.4.4	Vermarktungsagenturen	43
5.	Kommerzialisierung des deutschen Profifußballs.....	47
5.1	Kommerzialisierung – eine inhaltliche Eingrenzung des Begriffs.....	47
5.2	Entwicklungszüge der Kommerzialisierung	48
5.3	Bundesliga aus ökonomischer Sicht.....	52

5.3.1 Entwicklung des Gesamterlöses	53
5.3.2 Erlöse aus Massenmedien und Wirtschaft	54
5.3.3 Zwischenbilanz.....	56
5.4 Folgen der Kommerzialisierung	57
6. Der deutsche Profifußball zwischen Autonomiegewinn und -verlust	63
6.1 Vorbemerkung.....	63
6.2 Gefährdungspotenziale der Autonomie.....	63
6.3 Sicherungspotenziale der Autonomie.....	68
6.4 Fazit	72
7. Ausblick.....	77
Abbildungsverzeichnis	81
Tabellenverzeichnis.....	81
Abkürzungsverzeichnis.....	82
Literaturverzeichnis	83
Anhang.....	89