

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	XVII
-----------------------------	------

Abbildungsverzeichnis	XIX
-----------------------------	-----

Tabellenverzeichnis	XXI
---------------------------	-----

1 Einleitung	1
---------------------------	----------

1.1 Gegenstand der Untersuchung.....	1
--------------------------------------	---

1.2 Forschungsstand	6
---------------------------	---

1.3 Ziel und Fragestellung.....	13
---------------------------------	----

1.4 Gang der Untersuchung.....	15
--------------------------------	----

2 Zuschauernachfrage und Ligengovernance im Sport	19
--	-----------

2.1 Ligengovernance und -management im Teamsport.....	21
---	----

2.1.1 Merkmale und Besonderheiten von Teamsportwettbewerben und Sportligen.....	22
--	----

2.1.2 Professionalisierung im Sport	28
---	----

2.1.3 Charakteristika von Rand- und Schwellensportarten in ressourcenschwachen Umfeldern.....	31
--	----

2.2 Zuschauernachfrage im Ligensport	35
--	----

2.2.1 Haushaltstheorie und gütertheoretische Zuordnung	37
--	----

2.2.2 Besonderheiten des Gutes und der Nachfrage im Zuschauersport.....	39
--	----

2.2.3 Die Zuschauernachfrage im deutschen Teamsport.....	41
--	----

2.2.4 Typologien und Motive des Sportzuschauers	44
---	----

2.3 Die Teamsportart Frauenfußball.....	61
---	----

2.3.1 Frauenteamsport als Gegenstand sportökonomischer Forschung	62
---	----

2.3.2	Frauenfußball in Deutschland	69
2.4	Zwischenfazit	92
3	Modellentwicklung zur Zuschauernachfrage in Schwellensportarten	95
3.1	Forschungsmethodik	96
3.1.1	Literaturrecherche	96
3.1.2	Literaturanalyse	100
3.1.3	Methodenkritik.....	105
3.2	Determinanten der Zuschauernachfrage von Teamsportarten	106
3.2.1	Alternativangebote.....	106
3.2.2	Arbeitslosenrate	110
3.2.3	Ausrichtung eines Großevents	111
3.2.4	Bedeutung des Spiels	112
3.2.5	Demografische Merkmale der Nachfrager	119
3.2.6	Einkommen der Nachfrager	121
3.2.7	Ergänzende Serviceleistungen und Komplementärgüter.....	123
3.2.8	Größe des relevanten Marktes.....	124
3.2.9	Konsumgewohnheit	125
3.2.10	Konsumkapital	126
3.2.11	Netzwerkeffekte und Atmosphäre.....	127
3.2.12	(Opportunitäts-)Kosten	127
3.2.13	Popularität der Sportart	130
3.2.14	Qualität des Teams.....	132
3.2.15	Sicherheit	134
3.2.16	Spieler	135
3.2.17	Sportstätte	138
3.2.18	Streiks	141
3.2.19	Struktur(-veränderungen) einer Liga.....	142
3.2.20	(Erwarteter) Unterhaltungswert des Spiels.....	144
3.2.21	Wetter	145
3.2.22	Zeitpunkt des Spiels.....	146

3.3	Zusammenfassende Literaturübersicht und spezifische Modellentwicklung/-bildung	147
3.4	Modellbildung	158
3.4.1	Modellkonzeption	159
3.4.2	Untermodele zur Spezifizierung des Anwendungsfeldes	163
3.5	Zwischenfazit	169
4	Einflussfaktoren der Zuschauernachfrage in der	
1. Frauenfußball-Bundesliga	173	
4.1	Untersuchungsgegenstand	173
4.2	Forschungsmethodik	178
4.2.1	Aufbau und Ablauf der Datenerhebung und Datenaufbereitung	178
4.2.2	Auswahl der Variablen und empirische Modellbildung	178
4.2.3	Inferenzstatistische Auswertungsmethode	193
4.2.4	Methodenkritik	200
4.3	Darstellung und Interpretation der Ergebnisse	202
4.3.1	Deskriptive Befunde	203
4.3.2	Ergebnisse multivariater Analysen	218
4.4	Zwischenfazit	232
5	Zielgruppenanalyse zum Frauenfußball in Deutschland	235
5.1	Untersuchungsgegenstand	235
5.2	Forschungsmethodik	238
5.2.1	Untersuchungsdesign	238
5.2.2	Datenerhebung und Datenaufbereitung	243
5.2.3	Inferenzstatistische Auswertungsmethoden	246
5.2.4	Methodenkritik	250
5.3	Darstellung und Interpretation der Ergebnisse	252
5.3.1	Deskriptive Befunde	252
5.3.2	Ergebnisse der Explorativen Faktorenanalyse	263

5.3.3	Ergebnisse der Two-Step Clusteranalyse	270
5.4	Zwischenfazit	281
6	Schlussbetrachtung.....	285
6.1	Diskussion und strategische Handlungsempfehlungen.....	285
6.1.1	Ziele, Strategien (<i>Strategic Fit</i>) und Philosophien	287
6.1.2	Primär externe Erfolgsfaktoren	289
6.1.3	Primär interne Erfolgsfaktoren.....	302
6.1.4	Primär Querschnittserfolgsfaktoren	310
6.2	Kritische Würdigung und Ausblick.....	312
	Literaturverzeichnis	319
	Anhang A: Methodik Kapitel 3	363
	Anhang B: Verzeichnis der eingeflossenen, nicht zitierten Quellen	385
	Anhang C: Methodik Kapitel 5	389
	Anhang D: Fragebogen (2. empirische Studie).....	391
	Anhang E: Deskriptive Analysen	397