



404037 Sportökonomik

VO2 - WS 2010/11
Blockveranstaltung
Mehrzwecksaal, USI/ISW

Inhaltsübersicht – Block II

- Gesellschaftstrends und „Sport“
- „Sportwirtschaftstrends“
- Nutzen einer Sportökonomik
- Definition „Sport“
- Das „Wirtschaftsgut Sport“
- Besonderheiten der Sportproduktion und Sportprodukte
- Sportgüter - Unterschiedliche ökonomische Impacts/Ergiebigkeiten
- Der Sportinstitutionenmix

Inhaltsübersicht – Block II

- Gesellschaftstrends und „Sport“
- „Sportwirtschaftstrends“
- Nutzen einer Sportökonomik
- Definition „Sport“
- Das „Wirtschaftsgut Sport“
- Besonderheiten der Sportproduktion und Sportprodukte
- Sportgüter - Unterschiedliche ökonomische Impacts/Ergiebigkeiten
- Der Sportinstitutionenmix

3

Gesellschaftstrends und „Sport“

- | | |
|---|--|
| ⌌ Arbeitszeit/Freizeitwandel | ⌌ Verstärkte N nach sportlicher Betätigung/
Stärke Konkurrenzierung durch
alternative Freizeitbeschäftigung |
| ⌌ Einkommen/Wohlstand | ⌌ Zunehmende Vermarktung des Sports/
Erhöhung der Sportausgaben |
| ⌌ Wertewandel | ⌌ Sport als individuelles Lusterlebnis/
Gesundheit/Geselligkeit/Neue
Sportangebote/Sportreisen |
| ⌌ Technischer Wandel | ⌌ Neue Sportgeräte/Neue Messverfahren/
Neue Medienübertragungen |
| ⌌ Bevölkerungswachstum und
Urbanisierung | ⌌ Nachwuchsprobleme im Sport/Sport und
Alterseinsamkeit/ Seniorensport/
Sportgerechtigkeit von Städten |
| ⌌ Sport und Wirtschaft | ⌌ Mehrzahl an kommerziellen Sportveranstaltungen und – Anbietern /Berufssport |
| ⌌ Sport und Politik | ⌌ Erhöhung sportpolitischer Interventionen
(EU, National, Regional, Kommunal) |
| ⌌ Sport und Medien | ⌌ Medialisierung des Sports in der Region |
| ⌌ Sport und Umwelt | ⌌ Kritik an umweltbelastenden Sportarten/
Sportveranstaltungsverlagerungen
aufgrund geänderter Wetterlagen/
Dürreerscheinungen/ Schneegrenzen |
- ⌌ Quelle: Freyer, Sport-Marketing 2003 (<http://www.wir-im-sport.de/vibiss/live>; Eigene Bearbeitung)

4

Inhaltsübersicht – Block II

- Gesellschaftstrends und „Sport“
- „Sportwirtschaftstrends“
- Nutzen einer Sportökonomik
- Definition „Sport“
- Das „Wirtschaftsgut Sport“
- Besonderheiten der Sportproduktion und Sportprodukte
- Sportgüter - Unterschiedliche ökonomische Impacts/Ergiebigkeiten
- Der Sportinstitutionenmix

5

Sportwirtschaftstrends

- Π Trends im Wirtschaften des Sports
 - Kommerzialisierung
 - Professionalisierung
 - Medialisierung
 - Internationalisierung
- Π Folgeprobleme
 - Individueller und institutioneller Autonomieverlust
 - Privilegierungen einzelner Sportarten (Balance)
 - Ethosverlust / Dopingproblematik
 - Ökologieproblem (Massensport, -tourismus)

6

Inhaltsübersicht – Block II

- Gesellschaftstrends und „Sport“
- „Sportwirtschaftstrends“
- Nutzen einer Sportökonomik
- Definition „Sport“
- Das „Wirtschaftsgut Sport“
- Besonderheiten der Sportproduktion und Sportprodukte
- Sportgüter - Unterschiedliche ökonomische Impacts/Ergiebigkeiten
- Der Sportinstitutionenmix

7

Nutzen einer Sportökonomik (1)

- ✓ Optimierung institutioneller Arrangements
Optimierung des Firmenmixes (z.B. Verteilung der Entscheidungskompetenzen, Regelung der Verfügungsrechte, Klärung von Vertragsstrukturen)
- ✓ Ressourcenmobilisierung
Kommunikation der vielfältigen positiven Effekte des Sports
- ✓ Sensibilisierung für Präferenzstrukturen
Ausweitung des absatz- und marktorientierten Verhaltens der Sportanbieter (durch die Konkurrenzunahme speziell für die Vereine) über die Ermittlung von Kundenpräferenzen

Quelle:
Brinkhoff, Hofele,
Stahl
VO WS
2003/2004
Univ. Stuttgart
(download)

8

Nutzen einer Sportökonomik (2)

- ✓ Sensibilisierung für nicht-intendierte Konsequenzen ökonomischer Entscheidungen

Schärfung des Blicks für nicht-intendierte Konsequenzen (z.B. Kommerzialisierung erzeugt Abhängigkeiten, Technologisierung verändert Struktur der Sportart)

- ✓ Berücksichtigung eines strukturellen Rationalitätsdefizit

Hilfe bei der Überwindung mangelnder „Bedarfvorhersehbarkeit“

- ✓ Abschätzung der Professionalisierungschancen

Begründung von Beschäftigungschancen und sportökonomischer Ausbildungsprofile

Quelle:
Brinkhoff,
Hofele, Stahl
VO WS
2003/2004
Univ. Stuttgart
(download)

9

Inhaltsübersicht – Block II

- Gesellschaftstrends und „Sport“
- „Sportwirtschaftstrends“
- Nutzen einer Sportökonomik
- Definition „Sport“
- Das „Wirtschaftsgut Sport“
- Besonderheiten der Sportproduktion und Sportprodukte
- Sportgüter - Unterschiedliche ökonomische Impacts/Ergiebigkeiten
- Der Sportinstitutionenmix

10

Definition „Sport“

- ⌌ Keine eindeutige wiss. Definition
- ⌌ Sportbegriff kann lediglich anhand konstitutiver Merkmale beschrieben werden:
 - motorische Aktivitäten
 - Leistungsprinzip
 - Spielerisches Handeln
 - Handlungskodex (Regeln)
 - Ethische Werte

11

Definition „Sport“

- ⌌ „Seit Beginn des 20. Jahrhunderts hat sich Sport zu einem umgangssprachlichen, weltweit gebrauchten Begriff entwickelt. Eine präzise oder gar eindeutige begriffliche Abgrenzung lässt sich deshalb nicht vornehmen. Was im allgemeinen unter Sport verstanden wird, ist weniger eine Frage wissenschaftlicher Dimensionsanalysen, sondern wird weit mehr vom Alltagstheoretischen Gebrauch sowie von den historisch gewachsenen und tradierten Einbindungen in soziale, ökonomische, politische und rechtliche Gegebenheiten bestimmt. Darüber hinaus verändert, erweitert und differenziert das faktische Geschehen des Sporttreibens selbst das Begriffsverständnis von Sport.“ (P. Röthig (Hrsg.): *Sportwissenschaftliches Lexikon*. Hofmann, Schorndorf 1992)

12

Definition „Sport“

- ⌌ Umgangssprachlich wird mit Sport häufig Wettkampf und Leistung assoziiert, was sich nicht nur in Begriffen wie Denksport, Gedächtnissport oder e-Sport manifestiert, sondern auch im Anspruch verschiedener Verbände reflektiert wird, vom IOC als Sportart anerkannt zu werden.
- ⌌ (Siehe <http://de.wikipedia.org/wiki/Sport> v. 10.2.07)
- ⌌ Für den Deutschen Olympische Sportbund (DOSB) steht beispielsweise die motorische Aktivität im Vordergrund. Denkspiele, die Dressur von Tieren, sowie Motorsport ohne Einbeziehung motorischer Aktivitäten entspricht daher nicht dem Sport-Verständnis des DOSB (Wissenschaftlicher Beirat des DSB: *Zur Definition des Sports*. Sportwissenschaft, 10 (4) 1980, S. 437-439). Dennoch hat der DOSB Schach als Sportart anerkannt; die BSO in Österreich ebenso (Österreichischer Schachbund (ÖSB)); das Internationale Olympisches Komitee (IOC) sogar Schach und Bridge.

13

Definition „Sport“

- ⌌ In Artikel 2 der Sportscharta des **Europarates** wird Sport definiert als
- ⌌ "alle Formen der physischen Betätigung die, durch gelegentliche oder organisierte Teilnahme, das Ziel verfolgen, physische Fitness und mentales Wohlbefinden auszudrücken oder zu verbessern, soziale Beziehungen zu bilden und Ergebnisse auf allen Konkurrenzebenen zu erreichen".

14

Definition „Sport“

Nach einer leistungs- und wertneutralen Definition besteht Sport „in der Schaffung von willkürlichen Hindernissen, Problemen oder Konflikten, die überwiegend mit körperlichen Mitteln gelöst werden, wobei sich die Beteiligten darüber verständigen, welche Lösungswege erlaubt oder nicht erlaubt sein sollen“ (Volkamer 1984, S. 196). Aus der Festlegung dieser Lösungswege in Form von Regeln und Bestimmungen lässt sich dann eine weitergehende Unterteilung des Sports in verschiedene Disziplinen vornehmen. Fußball, Schwimmen oder Inlineskating sind Ausprägungsformen von Sportarten, die je nach gewähltem Differenzierungskriterium (z.B. Anzahl der beteiligten Sportler oder verwendetes Sportgerät) in mehr oder weniger homogene Gruppen eingeteilt werden können. Eine weitere Differenzierungsmöglichkeit des Sports bezieht sich auf das Leistungsniveau und unterteilt ihn in Leistungs- und Freizeitsport.

15

Inhaltsübersicht – Block II

- Gesellschaftstrends und „Sport“
- „Sportwirtschaftstrends“
- Nutzen einer Sportökonomik
- Definition „Sport“
- Das „Wirtschaftsgut Sport“
- Besonderheiten der Sportproduktion und Sportprodukte
- Sportgüter - Unterschiedliche ökonomische Impacts/Ergiebigkeiten
- Der Sportinstitutionenmix

16

Das „Wirtschaftsgut Sport“

- Typisierung sportbezogener Produktgruppen
- „Sport“ als Bündel von Rechten
- Sport als personenbezogene Dienstleistung
- „Sportgüter und –dienste“ in ökon. Sicht

17

Typisierung sportbezogener Produktgruppen

1. Sportgelegenheiten



Sportstätten



Infrastruktur



Sportmilieus

Quelle:
Brinkhoff, Hofele, Stahl
VO WS 2003/2004
Univ. Stuttgart
(download)

18

Typisierung sportbezogener Produktgruppen

Sportausrüstungen

Sportgeräte



Sportkleidung



Sportzubehör



Sporternährung



Betriebsmittel

19

Typisierung sportbezogener Produktgruppen

Sportdienstleistungen

**We train-
your energy
Beratung**



Betreuung

**Veranstaltung
sportlicher
Leistungsvergleiche**



Training/ Übung



Förderung von Eliten

20

Typisierung sportbezogener Produktgruppen

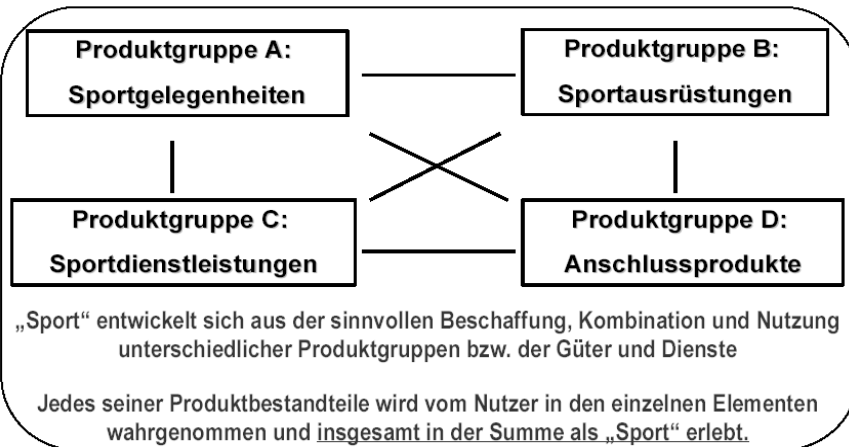
1. Anschlussprodukte



21

Typisierung sportbezogener Produktgruppen

1. Zusammenfassung



22

„Sport“ als Bündel von Rechten



Differenzierung der eben beschriebenen Produktgruppen über die Verfügungsrechte

Definition: Verfügungsrechte

Der Begriff „Verfügungsrechte (property rights)“ meint alle an Sachen gebundene, sozial anerkannte Handlungsrechte und –beschränkungen; sie legen die Nutzungs- und Verwendungsmöglichkeiten von Sachen sozial fest. Property rights entstehen durch Konvention, Tradition, gesetztes Recht oder durch Verträge.

Verfügungsrechte bestehen aus:

- (2) Zugangs- und Nutzungsrechten
- (3) Rechten auf Erträge
- (4) Rechten auf Übertragung
- (5) Partizipationsrechten

23

„Sport“ als Bündel von Rechten



- ⌌ - Zugangs- und Nutzungsrechte
 - Unterschiedlicher ‚Ausschluss‘ bzw. ‚Rivalität‘ je nach Markt-, Club- bzw. Misch- bzw. (reinen) öffentlichen Gütern
- ⌌ - Ertragsrechte
 - Z. B. Eintritte, Einnahmen aus dem Verkauf von Übertragungsrechten
- ⌌ - Übertragungsrechte
 - Recht, ein Gut zu verkaufen, verschenken oder vererben
 - Recht, Teile davon zu übertragen
- ⌌ - Partizipationsrechte
 - Recht, über Produktion oder über Zugangsrechte (mit-) zuentscheiden

24

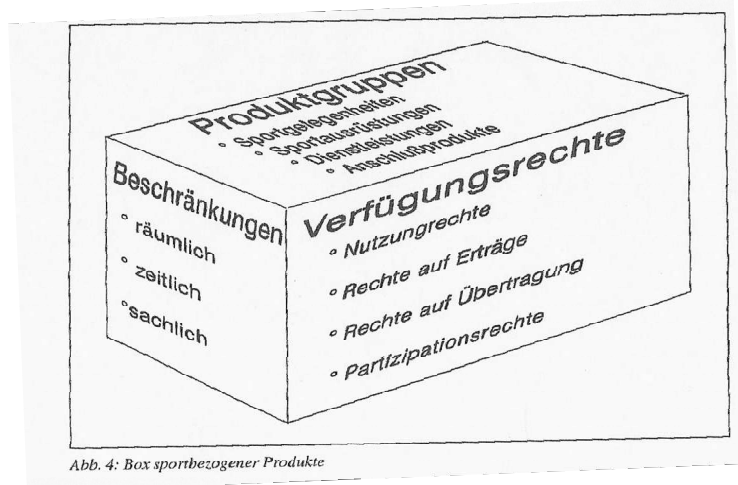
„Sport“ als Bündel von Rechten

⌋ Beschränkungen von Verfügungsrechten

- Räumlich (z.B. Schutzzonen)
- Zeitlich (z.B. Öffnungs-, Nutzungszeiten)
- Sachlich (z.B. Beschränkung auf bestimmte Sportarten, Nutzung nur aufgrund von Lizenzen)

25

Das „Wirtschaftsgut Sport“



26

Sport als personenbezogene Dienstleistung

- Der Konsument ist Mitproduzent → Produktion und Konsumption sind zeitlich und räumlich nicht trennbar
 - Sport als personenbezogene Dienstleistung ist nur zum Zeitpunkt ihrer tatsächlichen Inanspruchnahme ökonomisch verwertbar.
- hohe Bedarfsunsicherheit (z.B. bzgl. Umfang an Leistungen, Anzahl an Personal, Anzahl an zukünftigen Bedarfsfällen)
 - Sport als personenbezogene Dienstleistung ist trotz der Standardisierung von Methoden und Arbeitsweisen immer auch Arbeit an und mit Einzelfällen, die situations- und personenabhängige Anpassung erfordert.

27

Das „Wirtschaftsgut Sport“

- „Sportgüter und dienste“ in ökon. Sicht

Ziele	Konsumtive Ziele	Marktorientierte Ziele	Nicht-marktorientierte Ziele
Ausschluß (Finanzierung)			
Ausschluß über Preis (Marktgüter)	Aktives Sporttreiben • Gesundheit • Spaß • Geselligkeit • Prestige Zuschauersport • Spannung • Unterhaltung • Abwechslung	Werbung/ Sponsoring Produktion und Verkauf von Gütern und Diensten; Einkommenserwerb	Mäzenatentum
Ausschluß über Beitrag (Clubgüter)	Vereinssport; Vergnügungsparks.	Pauschalentgelt für Leistungspakete von gewerblichen Anbietern	Soziale Integration; Zusammenhörigkeitsgefühl; Möglichkeiten des Engagements
kein Ausschluß (öffentliche Güter)	nationales Prestige; lokale Identität; Optionsgut	Nebenerwerbszweige im Sport; Medien; Anschlußprodukte	Gesundheit; soziale Integration; Selbstdarstellung der Nation

Abb. 2: Klassifikation von Gütern und Diensten im Sport – gegliedert nach Art des Ausschlusses und Zielen

28

Inhaltsübersicht – Block II

- Gesellschaftstrends und „Sport“
- „Sportwirtschaftstrends“
- Nutzen einer Sportökonomik
- Definition „Sport“
- Das „Wirtschaftsgut Sport“
- Besonderheiten der Sportproduktion und Sportprodukte
- Sportgüter - Unterschiedliche ökonomische Impacts/Ergiebigkeiten
- Der Sportinstitutionenmix

29

Besonderheiten der Sportproduktion

II Unsicherheit im Sport

- „... eine grundlegende ökonomische Tatsache, dass beim professionellen Sport [...] Zuschauereinnahmen entscheidend von der Unsicherheit des Wettbewerbsausgangs abhängen“ (EIH-/Quirck, 1971)
- Formen der Unsicherheit:
 - ⌋ Ausgang eines Spiels/Rennens
 - ⌋ Anzahl der Medaillen-/Gewinnkandidaten
 - ⌋ Derzeitige Position im „Rennen“ (Abstieg, ...)
 - ⌋ Vergangene Gewinne (Meisterschaft, Rennen)

30

Besonderheiten der Sportprodukte

- ⌌ - Konsequenz der Unsicherheit
 - ⌌ Geringe Planbarkeit/Vorhersehbarkeit/Konstanz – Spannung!
- ⌌ - Flüchtigkeit des ‚Live-Produkts‘
 - ⌌ Keine bzw. nur kurzfristige ‚Vorratsproduktion‘, kaum Nachfrage nach ‚alten‘ Spielen bzw. Ereignissen
 - ⌌ Jedoch bei
 - Rekonstruktion des Ereignisses
 - Produktion einer ‚neuen‘ Realität – z.B. Hintergrundberichte, Ergänzungskommentare durch Reporter
 - Selektive Konservierung der Rekonstruktion
 - Archivierte Highlights (z.B. frühere Olympiasieger) als Vorberichterstattung
- ⌌ - Sportliche Monopolstellung
 - ⌌ Problem: Langeweile, Unattraktivität (dagegen Notw.: Liga!)

31

Besonderheiten der Sportproduktion

- ⌌ Rahmenbedingungen des sportlichen Wettbewerbs
 - Im Wettbewerb müssen Leistungen vergleichbar sein
 - Sportliche Integrität und
 - Aussagekräftigkeit eines vergebenen Titels muss sichergestellt werden
 - Gewisse sportspezifische Regeln sind aufzustellen
 - Organisationen zur Begründung und Abwicklung des sportlichen Wettbewerbs sind einzurichten

32

Besonderheiten der Sportproduktion



II Institutionen im Sport

– Definitionen:

- └ umgangssprachlich
 - „Alles“, was auf Dauer angelegt ist
- └ in der wissenschaftlichen Diskussion
 - „Regeln“, die das/die Verhalten/Entscheidungen von Individuen beeinflussen, wie Gesetze, Kartellabsprachen, Verträge
 - „Korporative menschliche Zusammenschlüsse“ bzw. „Organisationen“, wie Vereine, Verbände, Kirchen, Unternehmen

33

Inhaltsübersicht – Block II



- Gesellschaftstrends und „Sport“
- „Sportwirtschaftstrends“
- Nutzen einer Sportökonomik
- Definition „Sport“
- Das „Wirtschaftsgut Sport“
- Besonderheiten der Sportproduktion und Sportprodukte
- Sportgüter - Unterschiedliche ökonomische Impacts/Ergiebigkeiten
- Der Sportinstitutionenmix

34

Sportgüter - Unterschiedliche ökonomische Impacts/Ergiebigkeiten



- Anlagenvoraussetzungen
- Ausrüstungsabhängigkeiten
- Ausbildungs- und Anleitungsintensität
- Milieuattraktivität
- Eigenproduktion
- Organisationserfordernisse
- Institutionelle Einbindung
- Koordinationserfordernisse

35

Inhaltsübersicht – Block II



- Gesellschaftstrends und „Sport“
- „Sportwirtschaftstrends“
- Nutzen einer Sportökonomik
- Definition „Sport“
- Das „Wirtschaftsgut Sport“
- Besonderheiten der Sportproduktion und Sportprodukte
- Sportgüter - Unterschiedliche ökonomische Impacts/Ergiebigkeiten
- Der Sportinstitutionenmix

36

Der Sportinstitutionenmix



- ⌌ Traditionell: weitgehend Vereine und Verbände
- ⌌ Aktuelle Entwicklung:
 - Verflechtung verschiedener institutioneller Arrangements zwischen
 - Markt, Staat, freiwilligen Vereinigungen (Vereinen und Verbänden) und informellen Strukturen auf der Ebene der
 - ⌌ Hoheitsaufgaben (z.B. Steuerrecht)
 - ⌌ Institutioneller Arrangements (z.B. ‚Gewerbeteil‘ und traditioneller Verein)
 - ⌌ Unternehmerischen Handeln (z.B. Ligen)

Quelle: Brinkhoff, Hofele,
Stahl
VO WS 2003/2004
Univ. Stuttgart
(download)