dandelon.com
© 2008 AGI-Information Management Consultants
May be used for personal purposes only or by
libraries associated to dandelon.com network.

Gerhard Trosien (Hg.)

Die Sportbranche

Wachstum – Wettbewerb – Wirtschaftlichkeit

2., aktualisierte Auflage

Campus Verlag
Frankfurt/New York

Inhalt

Vorwort zur vorliegenden Ausgabe 9

Einführung
Zum Konzept und zur Konsequenz der Sportbranchenanalyse 11
Gerhard Trosien

Kapitel 1
Die Sportbewegung als Bestandteil des Dritten Sektors

Zur wirtschaftlichen Lage der Sportvereine in Deutschland 31
Eike Emrich/Werner Pitsch/Vassilios Papathanassiou

Zur Ökonomie der Sportverbände in Deutschland
Ausdifferenzierung als Strukturmerkmal direkter Marktbeteiligung ... 62
Gerhard Trosien

Organisation und Ökonomie des Pferdesports in Deutschland 84
Hanfried Haring

Golfanlagen in Deutschland zwischen Sport und Markt 101
Falk Billion

Kapitel 2
Sportförderung durch staatliche Institutionen

Kommunale Sportförderung in der Bundesrepublik Deutschland 129
Christian Hockenjos

Sportförderung in den Ländern 154
Franz-Josef Kemper

Sportförderung durch den Bund – ökonomisch betrachtet 165
Martin-Peter Büch

Kapitel 3
Sportbranchenanalytische Betrachtungen zum Glücksspiel- und Medienmarkt

Sportwetten und Lotterien in Deutschland 179
Rolf-Peter Leonhardt

Sport – Fernsehen – Ökonomie
Zur Medienpräsenz von Sportleistungen 209
Gerhard Trosien/Holger Preuß

Kapitel 4
Erwerbswirtschaftliche Sportangebote

Fitnesswirtschaft in Deutschland 236
Refit Kamberovic

Nationale Sportartikelindustrie im globalen Wettbewerb 255
Siegfried Höhne

Sportfachhandel im Wandel 268
Klaus Jost

Kapitel 5
Wirtschaftspolitische und -theoretische Beiträge

Argumente sportexterner Wirtschaftsunternehmen
für das Sportsponsoring 282
Michael Dinkel

Sportbranche, Markt und Wettbewerb
»Aufbruch zu neuen Ufern?« 293
Gerhard Trosien

Literaturverzeichnis 313

Autorenverzeichnis 325