

Autonomieverlust im deutschen Profifußball?

Bearbeitet von
Wilko Modder

1. Auflage 2014. Taschenbuch. 124 S. Paperback

ISBN 978 3 8288 3332 6

Format (B x L): 14,8 x 21 cm

[Weitere Fachgebiete > Sport, Tourismus, Freizeit > Sport, Sportwissenschaft > Geschichte des Sports, Biographien](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beek-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Wilko Modder

Kicker, Kohle & Kommerz

Autonomieverlust im deutschen Profifußball?

Tectum Verlag

Wilko Modder

Kicker, Kohle & Kommerz.

Autonomieverlust im deutschen Profifußball?

© Tectum Verlag Marburg, 2014

ISBN: 978-3-8288-3332-6

Umschlagabbildung: istockphoto © peepo | wikicommons; Lionel

Allorge: Various Euro Banknotes

Druck und Bindung: CPI buchbücher.de, Birkach

Printed in Germany

Alle Rechte vorbehalten

Besuchen Sie uns im Internet

www.tectum-verlag.de



Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

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