Zeitschrift: Magglingen : Monatszeitschrift der Eidgenössischen Sportschule Magglingen mit Jugend + Sport

Herausgeber: Eidgenössische Sportschule Magglingen

Band: 45 (1988)

Heft: 7

Rubrik: 27. Magglinger Symposium : Sport und Wirtschaft

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 04.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

27. Magglinger Symposium: Sport und Wirtschaft

Vom 11. bis 15. Mai fand an der ETS eines jener traditionellen Symposien statt, die immer in den Olympia-Jahren zusammen mit dem Bundesinstitut für Sportwissenschaft in Köln durchgeführt werden. Diesmal kam als dritter Partner der Schweiz. Landesverband für Sport hinzu. Sportführer, Wirtschaftsleute, Wissenschafter, Politiker und Medienvertreter diskutierten das für alle beteiligten Parteien bedeutsame Problem. Fachleute äusserten sich in Referaten zu den Teilbereichen. Eine Podiumsdiskussion brachte eine Reihe von Meinungen der illustren Gesprächsrunde an den Tag. Wir fassen aus unserer Sicht kurz zusammen. Eine genaue Analyse wird der später erscheinende Symposiumsbericht ermöglichen. (AI)

Erkenntnisse aus Sicht der ETS

Der Sport hat eine wirtschaftliche Bedeutung

- Trotzdem genaue Zahlen fehlen, steht fest, dass der Anteil an Beschäftigten im Sport recht bedeutend ist. Er steigt, wenn man den Tourismus, der gerade im Skisport vom Sport lebt, noch dazunimmt.
- Der Bereich Sportmarketing wird in der Schweiz auf rund 150 Millionen Franken geschätzt, eine ansehnliche Summe.
- Der Sportartikelhandel setzt pro Jahr den respektablen Betrag von rund 6 Milliarden um.
- Der Anteil der sporttreibenden Bevölkerung steigt und beträgt in der Schweiz gegenwärtig rund 3,5 Millionen Menschen.

Die Bedeutung wird eher noch zu- als abnehmen.

Sport ist nicht einfach ein Wirtschaftsartikel sondern ein Kulturgut

- Der Sport darf sich nicht einfach beliebig vermarkten lassen.
- Die Verantwortlichen im Sport müssen wissen, dass sich das Kulturgut Sport unter dem Einfluss der Wirtschaft verändert.

Skrupellose Agenten und Institutionen tragen diesem Umstand leider keine Rechnung.

Die Wirtschaft hat Interesse am Sport wenn

- viele Menschen ihn aktiv betreiben, viele Menschen ihn passiv konsumieren,
- Spannung und Unterhaltung geboten wird,
- er «sauber», «gut» und «glaubwürdig» bleibt.

Der letzte Punkt weist darauf hin, dass die Wirtschaft längerfristig kein Interesse an einem Sport haben kann, der durch Skandale oder durch Gesundheitsschädigung ins Zwielicht gerät.

Die behandelten Themenkreise

- Die wirtschaftliche Bedeutung des Sportes
- Sport in marktwirtschaftlichen Wirtschaftsordnungen: Was kann der Marktmechanismus im Sport leisten?
- Besonderheiten einer Ökonomie des Sportes
- Finanzierung von Grossveranstaltungen
- Die Rolle der Vermarktungsgesellschaften und der Agenturen
- Sponsorenschaft und Medien
- Ressourcenstruktur der Sportorganisationen
- Formen der Vermarktung
- Angebots- und Nachfragestrukturen

Im Vordergrund steht heute das Sport-Sponsoring

Sport-Sponsoring bedeutet in etwa, dass die Wirtschaft Gelder zur Verfügung stellt, aber eine Gegenleistung, zum Beispiel in Form von Werbemöglichkeit, erwartet.

Die gegenseitigen Anforderungen können kurz so formuliert werden:

Sport

Muss lernen, professioneller zu agieren.
Muss sich Kenntnisse der Wirtschaft aneignen.
Muss die sportlichen Bedingungen formulieren.

Wirtschaft

Darf sich nicht in technische, methodische und taktische Bereiche des Sportes einmischen.
Muss sich Kenntnisse des Sportes aneignen.
Muss bereit sein, eine gewisse Kontinuität zu gewährleisten.

Diese Partnerschaft lebt nur erfolgreich, wenn sie auf Zuverlässigkeit, Ehrlichkeit und Vertrauen basiert.

Zielankunft an der Tour-de-Suisse 1985 in Solothurn: Sieger der Franzose Jean-François Bernard.

Der Sport hat bedeutende Aufgaben vor sich:

- In Verbänden und Vereinen muss das wirtschaftliche «Know-how» verbessert werden.
- Der Sport muss sich über die Grenzen der Vermarktung Gedanken machen.
- Er muss sich mehr Wissen über Ziel und Wirkung des Sponsorings aneignen.
- Der Sport muss sein Gut, eben das Kulturgut Sport, in der ganzen Breite, in allen Ausprägungsformen sehen. Eine Beschränkung auf die für die Wirtschaft attraktiven Sportarten wäre fatal.

Die Sportverantwortlichen müssen soweit kommen, dass sie selber in der Lage sind, den Sport in diesem ganzen Beziehungsnetz zu steuern.

Und der Staat?

Als staatliche Organisation und angesichts der Aufwendungen des Staates für den Sport darf dieser wichtige Pfeiler im ganzen Gefüge nicht weggelassen werden.

- Der Staat könnte mithelfen, Sport und Wirtschaft statistisch besser zu erfassen. Fakten sind die beste Grundlage, um vernünftig steuern zu können.
- Der Staat kann dazu beitragen, die Ökonomie des Sportes zu analysieren und zu interpretieren.
- Die staatliche Finanzierung des Sportes muss laufend analysiert, interpretiert und verglichen werden.

Es ist offensichtlich, dass hier die Sportwissenschaft eine echte Herausforderung besitzt. ■