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

Herausgeber: Eidgenössische Sportschule Magglingen

Band: 48 (1991)

Heft: 11

Artikel: Sportmodelle und die ökonomische Dimension des Sports

Autor: Pöttinger, Peter

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-992936

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: 02.07.2025

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

Sportmodelle und die ökonomische Dimension des Sports

Peter Pöttinger

Funktionen des Sports in der Gesellschaft

Die Sporttheorie schreibt übereinstimmend dem Sport biologische, pädagogische und soziale Leistungen zu. Entsprechend dem Standort in dem jeweiligen sportwissenschaftlichen Teilgebiet spalten sich diese gesellschaftlichen Megafunktionen weiter auf, so dass zum Beispiel in dem Standardwerk der Sportsoziologie von *Heinemann* 1983, S. 208, sozio-emotionale, sozial-integrative, politische, biologische und Sozialisationsfunktionen ebenso wie Wirkungen des Sports als Instrument sozialer Mobilität unterschieden werden.

Erst in den letzten Jahren dokumentiert die sportwissenschaftliche Literatur klarer die – zweifellos auch früher schon vorhandene – wirtschaftliche Funktion.

Anregung zum anstehenden Thema gab eine unzureichend gebliebene Suche nach Sportmodellen, welche die ökonomischen Wirkungen des Sports ansprechen könnten. Bevor bisher aufgestellte Sportmodelle hinsichtlich ihrer Relevanz für die wirtschaftliche Dimension des Sports zu untersuchen sind, erscheint der Modellbegriff erklärungsbedürftig.

Grundsätzliches zum Modellbegriff

Wegen der Inflation des Begriffs «Modell» in der Pädagogik und in vielen anderen Wissenschaften kann man nur selten sicher erkennen, was damit gemeint ist. So ergab eine Analyse deutschsprachiger und englischsprachiger pädagogischer Texte durch *Brezinka* 1989, S. 282, dass das wissenschaftliche Modewort «Modell» in mindestens 15 Bedeutungen verwendet wird. Der Katalog seiner Sinninhalte reicht vom Modell als Lehrmittel, als Gegenstand der Nachahmung über das Modell als Prototyp, als Plan und als Versuch bis hin zum Modell als Leitvorstellung, als Vorbild und als Theorie.

In der Wirtschaftssprache, insbesondere in Fertigungsbetrieben, versteht man unter Modell die Vorbildung oder Nachbildung eines Wirtschaftsgutes (*Gabler* 1984, Bd. 4, S. 355).

In den Wirtschaftswissenschaften bedeutet Modell eine vereinfachte gedankliche Hilfskonstruktion, die die wesentlichen Merkmale eines Ausschnittes der Wirklichkeit wiedergibt und zur Lösung quantitativer und qualitativer Probleme dient (*Gabler* 1984, Bd. 4, S. 356).

Idealmodelle sind zwar aus der Realität gewonnen, sie entsprechen ihr aber nicht, da sie nur eine oder einige wesentliche Seiten des Objekts pointierend herausheben.

Realmodelle dagegen analysieren und vereinfachen wirtschaftliche Interdependenzen, die unter bestimmten Voraussetzungen in der Wirklichkeit gelten.

Die Betriebswirtschaftslehre unterscheidet Beschreibungsmodelle und Entscheidungsmodelle. Ein Beschreibungsmodell dokumentiert und erläutert einen Verfahrensablauf im Betrieb, während das Entscheidungsmodell auf eine Entscheidung zur optimalen Verfahrensgestaltung hinweist (*Lechner/Egger/Schauer* 1983, S. 553).

Aus dieser Kurzbeschreibung des Modellbegriffs lässt sich eine Charakterisierung von in Sportpädagogik und Sportsoziologie aufgestellten Sportmodellen ableiten. Als Theorien im Sinne eines widerspruchsfreien Systems von Hypothesen heben sie jeweils einige wesentliche Aspekte des Phänomens Sport hervor. Inwiefern sie als idealtypische Beschreibungmodelle auch die wirtschaftliche Dimension des Sports erfassen, ist nun im Einzelfall zu untersuchen.

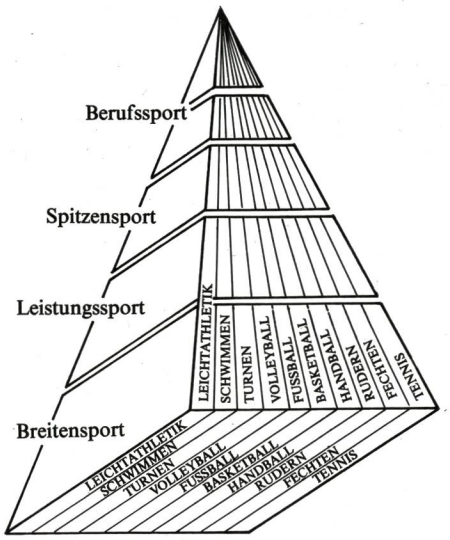


Abb. 1: Pyramidenmodell des Sports (Dieckert 1974, S. 75)

Pädagogisch und soziologisch orientierte Sportmodelle und die wirtschaftliche Funktion des Sports

Dem *Pyramidenmodell* (Abb. 1) liegt eine monistische Sportauffassung zugrunde. Freizeitsport und Breitensport bilden demnach die Basis einer Pyramide, aus der sich der Spitzensport aufbaut, der im Profitum gipfelt (*Dieckert* 1974, S. 75). Dieses durch *Dieckert* 1974 erstmalig hinsichtlich seiner Vorbildfunktion in Frage gestellte Sportmodell ist aus unserem heutigen Sportverständnis heraus als überholtes Organisationsmodell zu kennzeichnen. Daran die wirtschaftliche Funktion des Sports aufzuhängen, ist nicht ergiebig, da es vorrangig auf ein realitätsfernes, vertikal gegliedertes Leistungs-Selektions-Verfahren abstellt und die konstitutiven wirtschaftlichen Rahmenbedingungen nicht nur des Freizeit- und Breitensports sondern auch des Leistungs- und Berufssports vernachlässigt.

Das *Zwei-Welten-Modell* (*Grössing* 1982, S. 176) spricht deutlich die Abgrenzung zwischen Freizeit- und Breitensportwelt einerseits und Leistungs-/Spitzen-/Berufssportwelt andererseits an. Sein Bezugssystem ist wie beim Pyramidenmodell zielgruppen- und sportartbezogen. Die ökonomischen Aspekte der Handlungsfelder Breiten-, Leistungs- und Profisport bleiben – offensichtlich wegen seiner pädagogischen Ausrichtung – ebenfalls unerwähnt. (Abb. 2).

In der Sportsoziologie ist in den letzten Jahren ausführlich auf die mit dem Wandel zur postindustriellen Gesellschaft verbundene Ausdifferenzierung des modernen Sports hingewiesen worden. So ist nach *Rittner* 1984, S. 46, von unterschiedlichen Sportmodellen auszugehen.

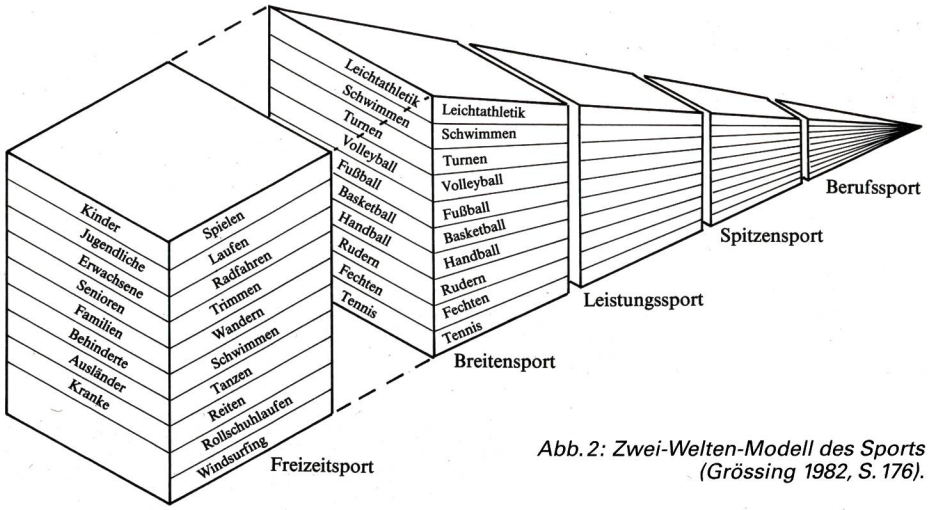


Abb. 2: Zwei-Welten-Modell des Sports (Grössing 1982, S. 176).

Die *vier Sportmodelle nach Heinemann 1983,* S. 32, spiegeln die Aufspaltung im Sportsystem deutlicher wider als die pädagogischen Sportauffassungen und sprechen im kommerziellen Modell teilweise die ökonomische Funktion des Sports an (Abb. 3).

Definitorisch bedingt beschäftigt sich kommerzielles Handeln im Sport mit dem Verkauf sportlicher Leistungen. Das wirtschaftstheoretische Interesse an einem Bundesligaspiel oder an einem Grand-Slam-Finale erschöpft sich aber nicht an ihrer Leistungsverwertung auf den Märkten, sondern entzündet sich auch an der vorausgehenden Leistungserstellung durch die sinnvolle Kombination der Produktionsfaktoren. Betriebswirtschaftlich gesehen ist der Produktionsprozess eines solchen Dienstleistungsgutes auf seiten der Sportler abhängig von extremen Spitzenleistungen, von Aufwandsarten wie zeitlichem, materiellem asketischem, organisatorischem und Mobilitäts-Aufwand, von Risikoarten wie Erfolgsrisiko, Erwerbs- und Versorgungsrisiko und nicht zuletzt von gesundheitlichen Wagnissen (*Pöttinger* 1989, S. 361f).

Im kommerziellen Sportmodell bleiben diese produktionstheoretischen Probleme ausgeklammert. Ausserdem entspricht der Begriff «kommerzialisierter und professionalisierter Betrieb» (*Heinemann* 1983, S. 37) nicht der wirtschaftswissenschaftlichen Terminologie und beinhaltet eine Tautologie, da Betriebswirtschaften als soziale Gebilde ohnehin «zur Erstellung und Verwertung von Leistungen und zur Erzielung von Einkommen für ihre Mitglieder bestimmt sind» (*Heinen* 1985, S. 51).

Von den *fünf Sportmodellen nach Digel 1986,* S. 39, hebt das «Medien-Sport-Modell» auf die wirtschaftliche Funktion des Berufssports ab (Abb. 4). Auch hier bleiben wesentliche Voraussetzungen vermarktungsfähiger Dienstleistungsgüter im Sport – die sportlichen Spitzenleistungen und ihre Produktionsfaktoren – unerwähnt.

Ausserdem erfordert die wirtschaftliche Betrachtung eine inhaltliche Ergänzung des «Instrumentellen Sports» nach *Digel* und des «Funktionalistischen Sports» nach *Heinemann.* Beide Modelle verstehen den Sport instrumentell. *Kurz* 1986, S. 63, hebt als Kennzeichen der Instrumentalisierung im Sport den Nutzenaspekt hervor. Nach wirtschaftlicher Definition versteht man unter Nutzen das Mass an Bedürfnisbefriedigung, welches den Haushalten beziehungsweise Personen aus dem Güterkonsum in Form des subjektiven Gebrauchswerts entsteht (*Gabler* 1984, S. 498).

Somit kann der instrumentelle Sportbereich alle gesellschaftlichen Sportfunktionen einschliessen: sozial-emotionale, sozial-integrative, sozialisationsrelevante, politische, biologische und wirtschaftliche; sofern das sportliche Handeln diesen Zwecken dient. Und der Eindruck verstärkt sich, dass sich sportliche Aktivität immer mehr unter dem Aspekt der subjektiven Bedürfnisbefriedigung und damit unter Nützlichkeitserwägungen vielfältigster Art vollzieht.

Die pädagogischen und soziologischen Sportmodelle sprechen partiell die ökonomische Funktion des Sports an.

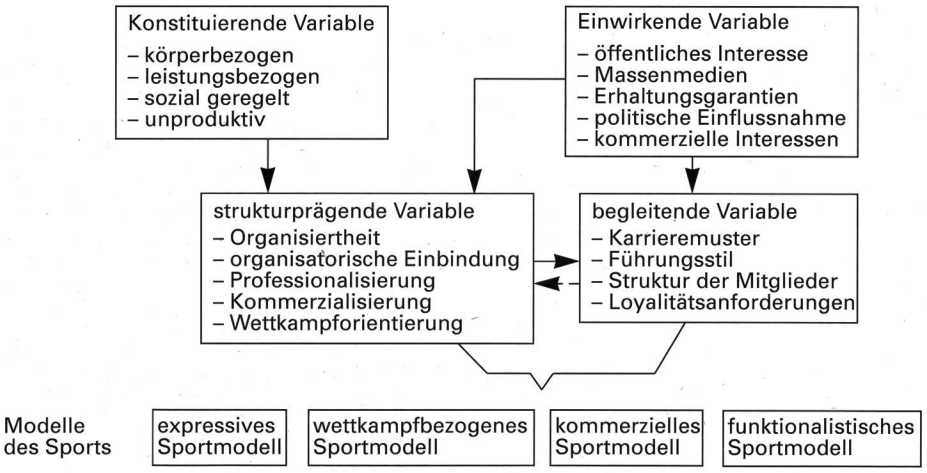


Abb. 3: Charakteristik des Sports (Heinemann 1983, S. 32).

1 *Leistungssport*
- Wettkampf
- Spannung
- «Amateur»
- Vereinsmitgliedschaft

2 *«Mediensport»*
- Kommerz
- Medien
- Wettkampf
- Profi
- Arbeitsvertrag

3 *Freizeitsport*
- Spass
- Freude
- Mitmachen
- Selbstwert
- Offene Organisation

4 *Alternativsport*
- Subkultur
- Körperkultur
- Entspannung
- Offene Organisation

5 *Instrumenteller Sport*
- Soziale Dienstleistung
- Soziales Erziehungsinstrument
- Rehabilitationsinstrument

Abb. 4: Ausgewählte Merkmale der fünf Sportmodelle, die das Pyramidenmodell abgelöst haben (Digel 1986, S. 39).

Ökonomisch orientiertes Sportmodell

Ein wirtschaftlich orientiertes Sportmodell sollte einerseits abgrenzbare, reale Erscheinungsformen des Sports berücksichtigen und andererseits die Prinzipien und das Zielsystem wirtschaftlichen Handelns in den verschie-

Träger	Erscheinungsformen des Sports			
	privater Sport	Schulsport	Vereinssport	Gewerbesport
Merkmale der Organisationsstruktur	Eigeninitiative individuell mit Freunden mit Familie freiwillig	pädagogisch-didaktisch organisiert verpflichtend	selbstverwaltet an Mitgliedschaft gebunden freiwillig	Erwerbssport Sport als Ware Produktion und Absatz von Sportgütern
Grundsätze sportlichen Handelns	Spielprinzip relatives Leistungsprinzip	Spielprinzip relatives Leistungsprinzip	Spielprinzip relatives Leistungsprinzip absolutes Leistungsprinzip	Spielprinzip absolutes Leistungsprinzip
Grundsätze wirtschaftlichen Handelns	Wirtschaftlichkeitsprinzip	Wirtschaftlichkeitsprinzip	Wirtschaftlichkeitsprinzip Gemeinwirtschaftliches Prinzip Erwerbswirtschaftliches Prinzip Gemeinnützigkeitsprinzip	Wirtschaftlichkeitsprinzip Erwerbswirtschaftliches Prinzip
Zielsystem wirtschaftlichen Handelns	Ausgabenminimierung		Ausgabenminimierung quantifizierbare Ziele: Gewinn, Umsatz, Sicherheit, Produktivität, Kostenwirtschaftlichkeit nicht quantifizierbare Ziele: Prestige, Macht, Gruppenidentität, Solidarität	

Abb. 5: Ökonomisch orientiertes Sportmodell.

denen Sportbereichen nicht nur punktuell sondern möglichst umfassend eruieren. Somit hat ein ökonomisches Sportmodell auch zu antworten auf zentrale wirtschaftstheoretische Fragen wie «Was, wie, wofür und wo» wird im Sport produziert und vermarktet?

Abgrenzung und Merkmale der «Sportwelten»

Zur Klärung der Frage, *wo* wirtschaftliches Handeln im Sport erkennbar ist, werden zunächst in Anlehnung an *Dreyer* 1986, S. 14 und *Krüger* 1980, S. 8 die diversen Erscheinungsformen des Sports nach dem Kriterium der Trägerschaft für Sportinitiativen geordnet. Wer zeichnet verantwortlich für Sportaktivität? Sportliches Handeln ruht demnach auf 4 Säulen: (Abb. 5) dem Individuum, der Schule, dem Verein und dem Gewerbe.

Die auf Eigeninitiative beruhende, *private Sportwelt* pflegt die individuelle, freiwillige sportliche Aktivität einzeln, in der Familie oder im Freundeskreis.

Im *Schulsport* trägt das verpflichtende Unterrichtsfach Sport als eines der musischen Fächer zum Bildungsauftrag von überwiegend öffentlichen Erziehungs- und Ausbildungseinrichtungen bei. Die Schulsportwelt umfasst die Gesamtheit sportlicher Aktivitäten unter der Verantwortung der Schule.

Im selbst verwalteten *Vereinssport* beziehungsweise Verbandssport steht das an Mitgliedschaft gebundene, doch freiwillige Sporttreiben im Mittelpunkt. Dieser Sportbereich umfasst auch den häufig vereinsgebundenen Betriebssport. Die Bedeutung dieser Sportwelt wird durch die Mitgliederzahlen klar: Ende 1989 waren in rund 13 000 Vereinen 2,2 Millionen Mitglieder in der österreichischen Bundes-Sportorganisation registriert (*Holz-Weber* 1990, S. 38). Der Deutsche Sportbund betreut in zirka 67 000 Vereinen 21 032 444 Mitglieder (ohne ehemalige DDR-Sportorganisation!). (DTB Jahrbuch 1991.)

In der *Gewerbesportwelt* wird Sport ausgeübt beziehungsweise angeboten zur Sicherung der materiellen Existenzgrundlage. Unter Gewerbe versteht man jede berufsmässige Tätigkeit zum Zwecke des Erwerbs. Sportgüter werden als Sachgüter oder Dienstleistungen entweder von selbständigen oder von Betriebswirtschaften produziert und vermarktet.

Die Expansion der Gewerbesportwelt in den letzten Jahren ging in erheblichem Masse von den Medien aus, welche die Verteilungsfunktion für die immateriellen Sportgüter übernommen haben.

immaterielle Sportgüter Dienstleistungen – Rechte/Lizenzen	materielle Sportgüter Sachgüter, Waren
Wer finanziert? – nicht-reine öffentliche Güter (Klubgüter) – private Güter (Individual-/Marktgüter) – öffentliche Güter (Kollektivgüter) – meritorische Güter	– Sportanlagen – Sportgeräte – Sportkleidung
Wer zieht den Nutzen? – Konsumgüter – Potentialgüter – Kapitalgüter	

Abb. 6: Arten der Sportgüter (mod. nach Heinemann *1984, S. 31).*

Ein sportökonomisches Modell hat neben der sektoralen Betrachtung (*Freyer* 1990, S. 18) auch die Frage nach dem «ökonomischen Substrat» (*Heinemann* 1984, S. 29) zu stellen. Die Suche danach, *was* den Gegenstand wirtschaftlichen Handelns im Sport ausmacht, führt zur Einteilung der Sportgüter (Abb. 6).

Arten der Sportgüter

Die materiellen Sportgüter wie Sportanlagen, -geräte und -kleidung entfachen nicht so sehr das sportökonomische Interesse, da sie kaum Besonderheiten zu anderen Sachgütern aufweisen.

Der immaterielle Leistungscharakter aufgrund persönlicher Dienste, die durch Medien erweiterte Speicherfähigkeit und die Leistungsbereitschaft durch Training charakterisieren hingegen die Dienstleistungsgüter im Sport ebenso wie vielfältige Risiken, kurzfristige Produktionsfähigkeit und die Dominanz der Spitzenleistungen.

Die immateriellen Sportgüter umfassen auch Rechte und Lizenzen wie Lieferverträge, Verwertungsrechte, Poolmitgliedschaft und so weiter.

Nach dem Kriterium der *Finanzierung* sind durch Mitglieder-Ressourcen erstellte Klubgüter, über den Markt finanzierte Individualgüter, von Medien, Industrie, Handel, Reise- und Transportunternehmen ohne eigenen Finanzierungsbeitrag genutzte Kollektivgüter und durch Sportsubventionen öffentlicher Haushalte ermöglichte meritorische Güter zu unterscheiden. Die Bereitstellung öffentlicher Güter durch die Vereine induziert externe Produktionseffekte in Form von Ersparnissen sowohl für die genannten begünstigten Unternehmen als auch für den Staat.

So wurden nach der Finanz- und Strukturanalyse (FISAS) des Deutschen Sportbundes für das Jahr 1986 die öffentlichen Haushalte der BRD durch die bundesdeutschen Sportvereine um 186 600 000 unbezahlte Arbeitsstunden und um 385 000 000 unentgeltlich geleistete Fahrtkilometer mit Privatautos entlastet (*Kappler* 1988, S. 129). *Holzweber* 1990, S. 39 setzt die Leistungen ehrenamtlicher Sportfunktionäre in Österreich im Jahr 1989 bei 30 Millionen kostenlosen Arbeitsstunden zu einem Stundensatz von nur öS 100,– mit 3 Milliarden Schillinge an. Ohne Sportorganisationen müsste der Staat vielfältige Aufgaben selbst erfüllen: Gesundheitserziehung und -vorsorge; Freizeitgestaltung und Betreuung für Bürger, Senioren, Behinderte und Ausländer; Förderung des Nationalbewusstseins, des Leistungswillens und der Leistungsfähigkeit; Einüben demokratischer Entscheidungsprozesse (*Gieseler* 1988, S. 219).

Untersucht man die immateriellen Sportgüter nach dem mit ihnen verbundenen *Nutzen,* dann sind Konsum und Produktion abzugrenzen. Sport als Konsumgut gewährt unmittelbare Bedürfnisbefriedigung durch aktives sportliches Handeln für Sportler und mehr passive Sportbeobachtung für Zuschauer.

Potentialgüter im Sport vermitteln immateriellen Nutzen wie Macht, Ansehen, Prestige und Solidarität für Funktionäre und Politiker.

Ausserdem verschafft Sport als Kapitalgut den professionalisierten Sportlern und deren Umfeld sowie den Unternehmen des Gewerbesports Einkommen durch den Verkauf von Werbe-, Übertragungs- und Konzessionsrechten.

Das vorliegende Sportmodell gibt auch Auskunft über die Art und Weise, *wie* sportwirtschaftliche Aktivität strukturiert ist.

Grundsätze sportlichen und wirtschaftlichen Handelns

Sportökonomische Zusammenhänge treten in den einzelnen Sportwelten nach der Zuordnung der Prinzipien sportlichen und wirtschaftlichen Handelns deutlicher hervor als in anderen Sportmodellen: Im sportlichen Handeln sind *Leistungsprinzip* und *Spielprinzip* immer miteinander verbunden, allerdings kann einmal die Leistung, ein anderes Mal das Spielelement überwiegen. Spielerische sportliche Aktivität wird als zweckfreies Tun verstanden, ist nicht notwendig und frei wählbar (*Hekker* 1982, S. 98).

Das relative Leistungsprinzip beinhaltet die Einschränkung des Leistungsstrebens aus gesundheitlichen, ethischen, sozialen oder pädagogischen Gründen. Mitunter wird im professionell geprägten Gewerbesport das hier allgemein zugrundeliegende absolute Leistungsprinzip mit dem Spielprinzip kombiniert, um den Show-Charakter und damit die Zuschauer-Attraktivität zu erhöhen.

Die nach dem absoluten Leistungsprinzip agierenden Vereins- und Gewerbesportler nehmen zwangsläufig Beeinträchtigungen ihrer Lebensbereiche Schule, Studium, Berufsausbildung, Berufstätigkeit, Familie und/oder Freizeit in Kauf.

Vor der Analyse der *Prinzipien wirtschaftlichen Handelns* in den einzelnen Sportwelten stellt sich die Frage, wie wirtschaftliches Handeln generell strukturiert ist. Es unterliegt wie jede zweckorientierte menschliche Handlung dem allgemeinen *Rationalprinzip,* das ein bestimmtes Ziel mit dem Einsatz möglichst geringer Mittel zu erreichen sucht. Auf die Wirtschaft übertragen lässt es sich als *ökonomisches Prinzip* (Grundsatz der Wirtschaftlichkeit) mengenmässig oder wertmässig formulieren (vgl. *Wöhe* 1984, S. 1 f).

Nach der wertmässigen Definition ist entweder mit einem gegebenen monetären Aufwand ein maximaler Erlösbetrag oder ein bestimmter Erlös mit minimalem Geldeinsatz zu erwirtschaften.

Entsprechend der quantitativen Definition wird entweder mit einem gegebenen Aufwand an Produktionsfaktoren der grösstmögliche Güterertrag angestrebt, was bedeutet, dass der Güterertrag maximiert wird (Maximalprinzip) oder ein gegebener Güterertrag ist mit geringstmöglichem Einsatz von Produktionsfaktoren zu erwirtschaften, das heisst der Mitteleinsatz soll minimiert werden (Minimal- oder Sparprinzip).

Die *konkreten Motive* wirtschaftlichen Handelns in den verschiedenen Sportwelten gehen allerdings aus den abstrakten, formalen wirtschaftlichen Grundsätzen noch nicht klar hervor. Deshalb sind nun die Beweggründe bei der Beachtung ökonomischer Prinzipien im Sport aufzuspüren. Damit ist das Zielsystem des Sportmarketings angesprochen: *Wofür* und warum sind Wirtschaftssubjekte auf den Sportmärkten aktiv?

Das Zielsystem sportwirtschaftlichen Handelns

In allen Sportbereichen wird grundsätzlich die *Ausgabenminimierung* der verfügbaren Ressourcen anvisiert. Zusätzlich umfasst das Zielsystem der wirtschaftlichen besonders interessanten Vereins- und Gewerbesportbereiche konkurrierende quantifizierbare und nicht quantifizierbare Ziele (*Heinen* 1985, S. 99; *Lechner/Egger/Schauer* 1983, S. 42). Neben der *Gewinnmaximierung,* welche jedoch häufig dem Selbstverständnis auch von Vereinen mit wirtschaftlichem Geschäftsbetrieb widerspricht, findet sich auch das *Umsatzstreben* in Form der Organisation von Grossveranstaltungen oder durch Erhöhung der Mitgliederzahlen. Das Unternehmensziel *Sicherheit* ist an dem Bemühen vieler leistungssportfördernder Vereine erkennbar, ihre Liquidität, das heisst ihre Zahlungsfähigkeit, aufrechtzuerhalten, ein vorrangiges Problem der Zweitligavereine in der sogenannten «Pleiteliga».

Der Einsatz moderner Verwaltungs- und Managementtechniken in den Vereinen offenbart das Wirtschaftlichkeitsstreben in mengenmässiger (*Produktivität)* und wertmässiger *(Kostenwirtschaftlichkeit)* Ausprägung.

Nicht quantifizierbare Ziele wie Prestige, Macht, Gruppenidentität und Solidarität bestimmen das wirtschaftliche

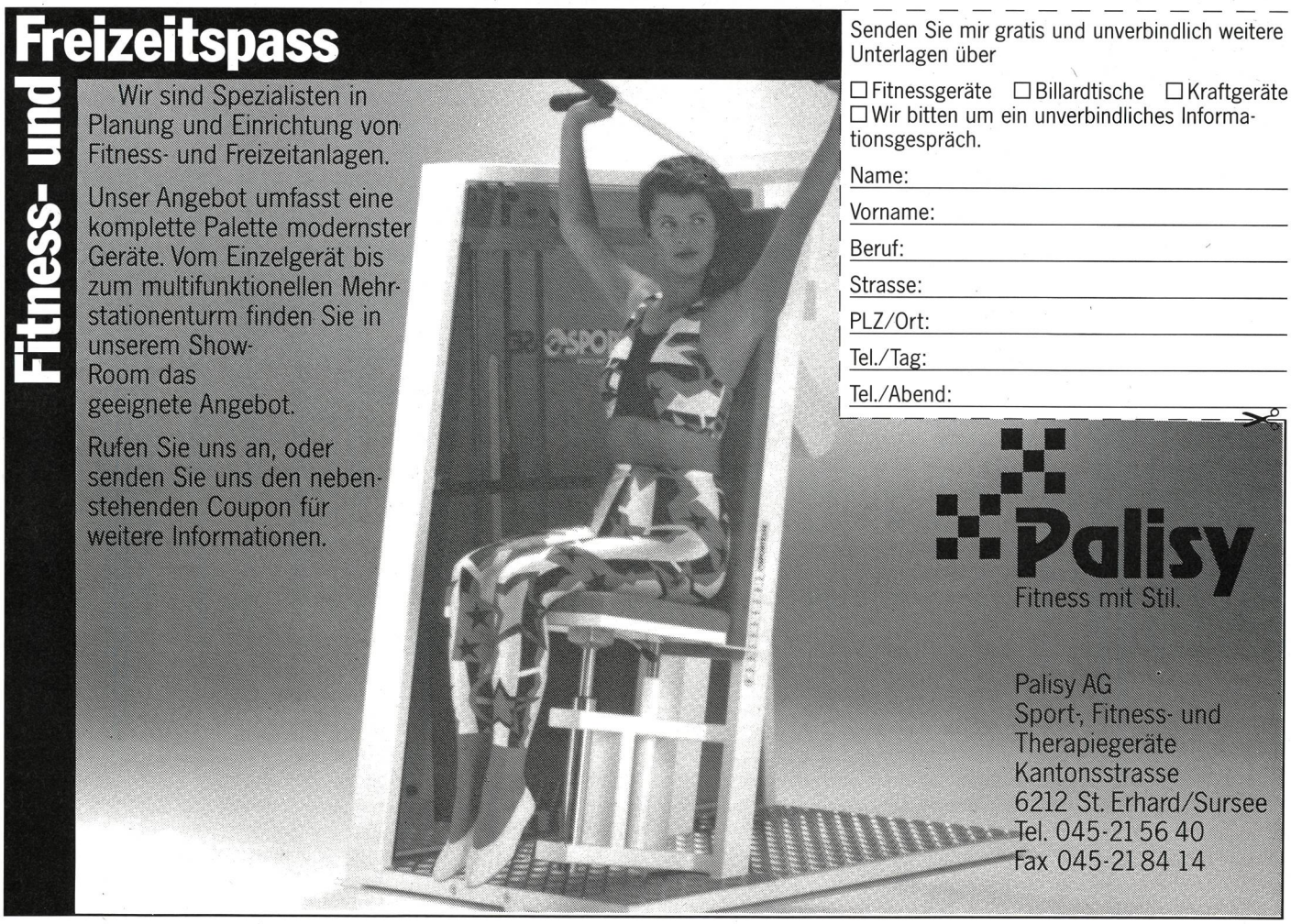
Handeln vieler Klubpräsidenten, Funktionäre, Mitglieder, Fans und Zuschauer. Die Sportler «ihrer» Ligamannschaft fungieren quasi als Statussymbole. Dieses Konglomerat von weder wertmässig noch mengenmässig erfassbaren Nutzenpräferenzen prägt das Zielsystem in der Szene des Vereins- und Gewerbesports mit.

Ergebnis

Pädagogische und soziologische Sportmodelle erfassen die wirtschaftliche Dimension des Sports nur teilweise.

Das vorliegende ökonomisch orientierte Sportmodell zeigt die Verflechtungen zwischen sportlichem und wirtschaftlichem Handeln deutlicher als bisherige Modelle. Es weist die wirtschaftliche Funktion des Sports in allen Sportwelten nach, geht auf die Entstehung von Sportgütern ein und differenziert die abstrakten Grundsätze und realen Ziele sportwissenschaftlicher Aktivitäten.

Als sportökonomisches Beschreibungsmodell setzt es an zentralen wirtschaftstheoretischen Problemstellungen an. Die dabei erfolgte Inventur mikro- und makroökonomischer Aspekte bisheriger sportökonomischer Forschung sollte etwas zur weiteren Emanzipation dieses neuen Teilgebiets der Sporttheorie beitragen. Eine zunehmende Loslösung aus der genetisch bedingten sportsoziologischen Einbindung ist erkennbar und notwendig (vgl. *Naeve* 1988, S. 198; *Anders* 1986, S. 234; *Freyer* 1990, S. 2).

Literatur

Anders, G.: Tagungsbericht. In: Sportwissenschaft 16/1986, S. 230–234.
BLSV: Der Verein im BLSV. Organisationsmappe. München o.J.
Brezinka, W.: Aufklärung über Erziehungstheorien. München/Basel 1989.
Dieckert, J.: Freizeitsport. Düsseldorf 1974.
Digel, H.: Gesellschaftliche Entwicklung und der Auftrag des Sportvereins. In: Kultusminister Nordrhein/Westfalen: Sportentwicklung, S. 52–65. Köln 1984.
Digel, H.: Über den Wandel der Werte in Gesellschaft, Freizeit und Sport. In: DSB: Die Zukunft des Sports, S. 14–43. Schorndorf 1986.
Dreyer, A.: Werbung in und mit Sport. Göttingen 1986.
Freyer, W.: Sport-Ökonomie oder Ökonomie des Sports. Berlin/Bonn 1990.
Naeve, P.: Besprechung «Texte zur Ökonomie des Sports». In: Sportwissenschaft 18/1988, S. 197–201.
Gabler: Wirtschaftslexikon. Wiesbaden 1984.
Gieseler, K.: Lässt sich der Sport verkaufen? In: Menschen im Sport 2000, S. 217–228. Schorndorf 1988.
Grössing, S.: Sport und Freizeit. In: Röthig/Grössing: Sportliches Handeln, S. 147–184. Bad Homburg 1982.
Heinemann, K.: Einführung in die Soziologie des Sports. Schorndorf 1983.
Heinemann, K.: Texte zur Ökonomie des Sports. Schorndorf 1984.
Heinemann, K.: Betriebswirtschaftliche Grundlagen des Sportvereins. Schorndorf 1987.
Heinemann, K.: Elemente einer Ökonomie des Sports. In: Jahrbuch für Sozialwissenschaft, Bd. 38/1987, Heft 2, S. 232–257.
Heinen, E.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. Wiesbaden 1985.
Hecker, G.: Sportliche Leistung – sportliches Spiel. In: Röthig/Grössing: Sportliches Handeln, S. 89–115. Bad Homburg 1982.
Holzweber, F.: Sport in Freizeit und Wirtschaft. VSSÖ Nr. 31/90. Vad Vöslau.
Lechner/Egger/Schauer: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Wien 1983.
Kappler, E.: Ressourcenstruktur der Sportorganisationen. In: Eidgenössische Turn- und Sportschule (ETS): Sport und Wirtschaft, S. 125–160. Magglingen 1988.
Krüger, A.: Sport und Gesellschaft. Hannover 1980.
Kurz, D.: Vom Sinn des Sports. In: DSB: Die Zukunft des Sports, S. 44–68. Schorndorf 1986.
Pöttinger, P.: Die Sportökonomie und das ökonomisch orientierte Sportmodell. In: Leibesübungen/Leibeserziehung. Wien 4/1986, S. 98–102.
Pöttinger, P.: Wirtschaftliche und soziale Grundlagen der Professionalisierung im Sport. Habil. Salzburg. Wiesbaden 1989.
Rittner, V.: Gesamtgesellschaftliche Entwicklungen und ihre Auswirkungen auf den Sport. In: Kultusminister Nordrhein/Westfalen: Sportentwicklung, S. 44–51. Köln 1984.
Wöhe, G.: Einführung in die Allg. Betriebswirtschaftslehre. München 1984. ■