
3.3	Zusammenfassende Literaturübersicht und spezifische Modellentwicklung/-bildung	147
3.4	Modellbildung	158
3.4.1	Modellkonzeption	159
3.4.2	Untermodele zur Spezifizierung des Anwendungsfeldes	163
3.5	Zwischenfazit	169
4	Einflussfaktoren der Zuschauernachfrage in der 1. Frauenfußball-Bundesliga	173
4.1	Untersuchungsgegenstand	173
4.2	Forschungsmethodik	178
4.2.1	Aufbau und Ablauf der Datenerhebung und Datenaufbereitung	178
4.2.2	Auswahl der Variablen und empirische Modellbildung	178
4.2.3	Inferenzstatistische Auswertungsmethode	193
4.2.4	Methodenkritik	200
4.3	Darstellung und Interpretation der Ergebnisse	202
4.3.1	Deskriptive Befunde	203
4.3.2	Ergebnisse multivariater Analysen	218
4.4	Zwischenfazit	232
5	Zielgruppenanalyse zum Frauenfußball in Deutschland	235
5.1	Untersuchungsgegenstand	235
5.2	Forschungsmethodik	238
5.2.1	Untersuchungsdesign	238
5.2.2	Datenerhebung und Datenaufbereitung	243
5.2.3	Inferenzstatistische Auswertungsmethoden	246
5.2.4	Methodenkritik	250
5.3	Darstellung und Interpretation der Ergebnisse	252
5.3.1	Deskriptive Befunde	252
5.3.2	Ergebnisse der Explorativen Faktorenanalyse	263

5.3.3	Ergebnisse der Two-Step Clusteranalyse	270
5.4	Zwischenfazit	281
6	Schlussbetrachtung	285
6.1	Diskussion und strategische Handlungsempfehlungen.....	285
6.1.1	Ziele, Strategien (<i>Strategic Fit</i>) und Philosophien	287
6.1.2	Primär externe Erfolgsfaktoren	289
6.1.3	Primär interne Erfolgsfaktoren.....	302
6.1.4	Primär Querschnittserfolgsfaktoren	310
6.2	Kritische Würdigung und Ausblick.....	312
	Literaturverzeichnis	319
	Anhang A: Methodik Kapitel 3	363
	Anhang B: Verzeichnis der eingeflossenen, nicht zitierten Quellen	385
	Anhang C: Methodik Kapitel 5	389
	Anhang D: Fragebogen (2. empirische Studie)	391
	Anhang E: Deskriptive Analysen	397

Abkürzungsverzeichnis

ACB	Analysis-of-Competitive-Balance
AFL	Australian Football League
AG	Arbeitsgemeinschaft
ARD	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland
B2B	Business-to-Business
B2C	Business-to-Consumer
CB	Competitive Balance
DAX	Deutscher Aktienindex
DEL	Deutsche Eishockey Liga
DFB	Deutscher Fußball-Bund
DFL	DFL Deutsche Fußball Liga GmbH
DKB	Deutsche Kreditbank
DOSB	Deutscher Olympischer Sportbund (DOSB) e.V.
EM	Europameisterschaft
FIFA	Fédération Internationale de Football Association
hr	Hessischer Rundfunk
ITB	intention-to-buy
k.A	keine Angaben
K.o.	Knock out
MLB	Major League Baseball
MLS	Major League Soccer
NBA	National Basketball Association
NFL	National Football League
NHL	National Hockey League
O.S.	Olympische Spiele

Rbb	Rundfunk Berlin-Brandenburg
UOH	Uncertainty of Outcome-Hypothese
US	United States
VIF	Varianzinflationsfaktor
WM	Weltmeisterschaft
WUSA	Women's United Soccer Association

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Allgemeines (ökonomisches) Ligasport-Marktmodell.....	20
Abbildung 2:	Der Konsumprozess im Zeitablauf.....	33
Abbildung 3:	Wertschöpfungskreislauf im (Team-)Sport.....	35
Abbildung 4:	Übersicht der Fanggruppierungen.....	47
Abbildung 5:	Ausdifferenzierung der Fanszene.....	49
Abbildung 6:	Einordnung der verschiedenen Fanggruppen nach Gefahrenpotenzial.....	50
Abbildung 7:	Die Zuschauer motive des Sportkonsums.....	53
Abbildung 8:	Psychological Continuum Model.....	55
Abbildung 9:	Prozessphasen zur Entwicklung eines Marketingkonzepts.....	60
Abbildung 10:	Zuschauerschnitt der Frauenfußball-Bundesliga seit der Saison 1998/99.....	79
Abbildung 11:	Untersuchte Sportarten.....	103
Abbildung 12:	Verteilung der Untersuchungen nach Kontinenten.....	104
Abbildung 13:	Verteilung der Untersuchungen innerhalb Europas.....	104
Abbildung 14:	Stilisierter Zusammenhang zwischen sportlicher Unsicherheit und Stadionbesuch.....	117
Abbildung 15:	Demografisches Profil der Sportnachfrager.....	119
Abbildung 16:	Der „Honeymoon-Effekt“.....	140
Abbildung 17:	Einflussfaktoren der Zuschauernachfrage im Teamsport.....	162
Abbildung 18:	Einflussfaktoren der Zuschauernachfrage nach Ligasportbegegnungen in Schwellensportarten.....	168
Abbildung 19:	Clustersampling der Stichprobenerhebungen.....	244
Abbildung 20:	Struktur und Normalverteilung der Geburtsjahre (N=1.744) ..	253
Abbildung 21:	Monatliches Nettoeinkommen (N=1.509).....	254
Abbildung 22:	Allgemeines/generelles Interesse für Zuschauersport (passiver Sport) (N=1.841).....	255
Abbildung 23:	Zuschauerinteresse an Fußballspielen allgemein (Mehrfachantwort möglich, N=1.832).....	256