



Bundesinstitut
für Sportwissenschaft

Die gesellschaftliche Relevanz des Spitzensports in Deutschland



Deutsche
Sporthochschule Köln
German Sport University Cologne
Institut für Sportökonomie
und Sportmanagement



Deutsche
Sporthilfe

Christoph Breuer
Kirstin Hallmann

Wir helfen dem Sport...

Bundesinstitut für Sportwissenschaft

Die Deutsche Bibliothek - CIP-Einheitsaufnahme

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

1. Auflage 2011
Sportverlag Strauß, Inh. Rudolf Strauß
Olympiaweg 1, 50933 Köln

© Bundesinstitut für Sportwissenschaft, Bonn

Druck: Hausdruckerei des Statistischen Bundesamtes, Zweigstelle Bonn

ISBN 978-3-86884-467-2

Printed in Germany

**Die gesellschaftliche Relevanz des Spitzensports
in Deutschland**

Christoph Breuer und Kirstin Hallmann

Bundesinstitut für Sportwissenschaft

Die Deutsche Bibliothek - CIP-Einheitsaufnahme

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

1. Auflage 2011
Sportverlag Strauß, Inh. Rudolf Strauß
Olympiaweg 1, 50933 Köln

© Bundesinstitut für Sportwissenschaft, Bonn

Druck: Hausdruckerei des Statistischen Bundesamtes, Zweigstelle Bonn

ISBN 978-3-86884-467-2

Printed in Germany

Vorwort

Die Zukunft des Sports in unserer Gesellschaft hängt eng mit der Zukunft des Spitzensports und dessen Förderung zusammen. Wir selbst sind natürlich davon überzeugt, dass es sich lohnt und wichtig ist, Sportförderung zu betreiben und Athleten zu unterstützen. Gerade deshalb ist es für uns aber auch wichtig zu wissen, wie die deutsche Bevölkerung dazu steht.

Die hier vorgelegte wissenschaftliche Studie zur „Gesellschaftlichen Bedeutung des Spitzensports in Deutschland“, welche die Stiftung Deutsche Sporthilfe und die Deutsche Sporthochschule Köln gemeinsam durchgeführt und Anfang Oktober 2011 in Anwesenheit von Bundesinnenminister Dr. Hans-Peter Friedrich und DOSB-Präsident Dr. Thomas Bach in Berlin öffentlich vorgestellt haben, bestätigt: Zwei von drei Deutschen sind glücklich, wenn Deutsche sportliche Erfolge erzielen, 93 Prozent der jungen Deutschen halten unsere Spitzensportler für Vorbilder in Punkto Leistungswillen, und selbst die, die nicht an Spitzensport interessiert sind, sehen mit weit über 80 Prozent Spitzensportler als Vorbilder für die Gesellschaft an.

Wir danken Professor Dr. Christoph Breuer und seinem Team sehr für die vertrauensvolle und professionelle Zusammenarbeit. Sein Institut für Sportökonomie und Sportmanagement hatte im Auftrag unserer Stiftung vor zwei Jahren bereits eine Studie durchgeführt: Die damals vorgenommene „Sportökonomische Analyse von Spitzensportlern in Deutschland“ wird vor dem Hintergrund der jetzigen Image-Analyse des deutschen Sports noch einmal in ein besonderes Licht gerückt. Denn wenn Athleten laut damaliger Studie im Schnitt bei einer 60-Stunden-Woche nur über ein monatliches Durchschnitts-Brutto-Einkommen von 1.919 Euro verfügen, – von dem nach Abzug aller relevanten Kosten netto nur noch 626 Euro im Monat übrig bleiben, – und wenn gleichzeitig diese Athleten von mehr als 80 Prozent unserer Bevölkerung als Vorbilder eingestuft werden, dann unterstreicht das in ganz besonderem Maß die Notwendigkeit der Athletenförderung durch die Stiftung Deutsche Sporthilfe.

Wenn Sportler auf so breiter gesellschaftlicher Basis als Vorbilder angesehen werden, dann sehen wir darin auch die Verpflichtung, ihre Lebenssituation angemessen zu gestalten. Seit 2010 wirbt daher die Deutsche Sporthilfe mit der Spendenkampagne *Dein Name für Deutschland* dafür, das Missverhältnis zwischen gesellschaftlicher Anerkennung der Sportler auf der einen Seite und ihrer sehr bescheidenen sozialen Situation auf der anderen Seite zu überwinden. Wir wollen das persönliche Engagement für Sportlerförderung zu einer Angelegenheit aller sportbegeisterten Deutschen machen.

Wir wissen aber auch, dass Sportler nicht unfehlbar sind und der Sport natürlich nicht immer nach dem Prinzip „Leistung. Fairplay. Miteinander“ agiert. Wir müssen uns mit der Relativierung der Vorbildfunktion und der entsprechenden Aufarbeitung von Fehlern genauso befassen wie mit der Freude an der einzigartigen emotionalen Kraft und Begeisterungsfähigkeit von Spitzensport und Spitzensportlern.

Dass allerdings grundsätzlich Spitzensportler in der Bevölkerung eine überwältigende Zustimmung erfahren, belegt diese wissenschaftliche Studie in beeindruckender Form.

Frankfurt, im Jahre 2011

Dr. Michael Ilgner

Vorsitzender des Vorstands

Stiftung Deutsche Sporthilfe

Inhaltsverzeichnis

1	Zusammenfassung	1
2	Forschungsstand	2
3	Methode	6
3.1	Durchführung der Bevölkerungsbefragung	6
3.2	Soziodemographische Angaben der Befragten	7
3.3	Google und Facebook als Analyseinstrumente	8
4	Ergebnisse	10
4.1	Spitzensport als persönlicher Faktor	10
4.1.1	Bedeutung und Wert des Spitzensports	10
4.1.2	Erinnerung an die Olympischen Spiele 2008 in Peking	20
4.1.3	Indikatoren für Interesse am Spitzensport	21
4.2	Spitzensport als Gesellschaftsfaktor	22
4.2.1	Akzeptanz und Zahlungsbereitschaft für ein Förderprogramm	23
4.2.2	Indikatoren für die Unterstützung eines Förderprogrammes	27
4.3	Spitzensport als außenpolitischer Faktor	30
4.3.1	Globalorientierte Analyse der Google-Hits	30
4.3.2	Länderspezifische Analyse der Google-Hits	32
4.3.3	Analyse der Facebook-Likes	36
5	Literatur	41
6	Anhang: Fragenkatalog	44

Aus Gründen der Lesbarkeit wird auf die Darstellung der weiblichen Form verzichtet. Die Verwendung der männlichen Form impliziert jedoch stets die gleichzeitige Berücksichtigung der weiblichen Form.

1 Zusammenfassung

Der Spitzensport in Deutschland erfüllt wichtige gesellschaftliche Funktionen:

So sind 90 % der deutschen Bevölkerung der Ansicht, dass deutsche Spitzensportler eine Vorbildfunktion haben. Dies gilt unabhängig vom Geschlecht der Befragten. Jugendliche und junge Erwachsene in Deutschland sind gar zu 93 % der Ansicht, dass deutsche Athleten eine Vorbildfunktion in punkto Leistungswillen haben. Ähnlich positive Werte wurden in einer Studie im Auftrag der österreichischen Sporthilfe festgestellt: Hier sind 82,4 % der Ansicht, dass österreichische Spitzensportler Werte wie Leistung vermitteln (Österreichische Sporthilfe, 2009).

66 % der deutschen Bevölkerung sind glücklich, wenn deutsche Athleten viele Medaillen bei Olympischen Spielen oder Weltmeisterschaften gewinnen. Diese Erfolge machen Männer und Frauen gleichermaßen glücklich. Menschen mit Migrationshintergrund werden sogar signifikant glücklicher durch Erfolge deutscher Athleten als Deutsche ohne Migrationshintergrund. Der Spitzensport in Deutschland übt somit auch eine wichtige Integrationsfunktion aus.

23 % der deutschen Bevölkerung werden durch Erfolge deutscher Athleten zum eigenen Sporttreiben motiviert. Bei den bis 30-Jährigen sind es sogar 32 %, die durch Erfolge zu eigenem Sporttreiben motiviert werden.

Nach Meinung der deutschen Bevölkerung ist Sport für die Außendarstellung Deutschlands wichtiger als Kultur und Politik.

Daraus resultiert auch eine entsprechende Forderung nach einem speziellen Förderprogramm: 72 % der deutschen Bevölkerung wünschen sich ein spezielles Förderprogramm für Athleten analog zu dem kanadischen Programm „Own the Podium“ auch in Deutschland. Zwei Drittel der deutschen Bevölkerung sind bereit für ein solches Förderprogramm 3€ pro Jahr aus eigener Tasche zu bezahlen. 30 % der deutschen Bevölkerung sind bereit für ein solches Förderprogramm mehr als 3€ pro Jahr zu bezahlen. Überproportional stark trifft dies für gut gebildete Männer mit einem persönlichen Nettoeinkommen über 2.500€ zu. Die große Mehrheit der Bevölkerung ist der Ansicht, dass ein solches Programm staatsfern (d.h. durch einen Verband oder in Form einer Stiftung) verwaltet werden sollte.

2 Forschungsstand

Der Spitzensport ist ein zentrales Feld innerhalb sportökonomischer und sportmanagementbezogener Studien und umfasst Forschungsarbeiten zu gesellschaftlichen Funktionen des Spitzensports (z.B. Atkinson, Mourato, Szymanski, & Ozdemiroglu, 2008), persönlichen Funktionen des Spitzensports (z. B. Denham, 2010) oder auch Spitzensport als außenpolitischer Standortfaktor (z. B. Maguire & Poulton, 1999).

Gesellschaftliche Funktionen des Spitzensportes

Leistungen und Erfolge von Spitzensportlern stellen ein öffentliches Gut dar, d.h. es gibt keine Rivalität zwischen den Konsumenten und niemand kann vom Konsum des Gutes ausgeschlossen werden (Downward, Dawson, & Dejonghe, 2009). Jeder Bürger kann einen Nutzen aus dem Erfolg von Sportlern ziehen, z. B. durch Gespräche mit Mitmenschen über erfolgreiche Athleten. Somit übernimmt der Spitzensport wichtige gesellschaftliche Funktionen, z. B. die Verbesserung der internationalen Beziehungen (Heinemann, 1990), die Integration von Menschen mit Migrationshintergrund (Becker, Berner, & Oertel, 1984) und die Vermittlung von gesellschaftlichen Werten und Normen, wie z. B. dem Fair-Play (Ehalt & Weiß, 1993; Weiß, 1990). Sportliche Großereignisse können zu positiven externen Effekten führen, z. B. einem Anstieg der sportaktiven Personen (Rahmann et al., 2000), was sich wiederum positiv auf die Gesundheit der Bevölkerung auswirken könnte und in Folge dessen das Gesundheitssystem entlasten könnte (Atkinson, et al., 2008; Jinxia & Mangan, 2008; Kaplanidou & Karadakis, 2010). Weiter können Erfolge von Spitzensportlern bei Großereignissen in einer Erhöhung des gesellschaftlichen Wohlfühlfaktors (Allmers & Maennig, 2009; Forrest & Simmons, 2003), der Zufriedenheit und Freude (Dohmen, Falk, Huffman, & Sunde, 2006), der Heimatverbundenheit (Castellanos, García, & Sánchez, 2011) und des Nationalstolzes der Bevölkerung resultieren (Denham, 2010; van Hilvoorde, Elling, & Stokvis, 2010). Im Gegensatz zu Forrest und Simmons (2003) schreiben Kavetsos und Szymanski (2010) dem Wohlfühlfaktor allerdings keinen langfristigen Nutzen zu, sondern nur einen kurzfristigen Effekt. In ihrer Gesamtheit stellen die externen Effekte neben den internen Effekten eine Möglichkeit dar, die benötigten staatlichen Subventionen für die Ausrichtung von Großveranstaltungen, wie z. B. Olympischen Spielen oder Fußballweltmeisterschaften zu rechtfertigen (Kaplanidou & Karadakis, 2010).

Persönliche Funktionen des Spitzensports

Verschiedene Forscher untersuchten, in wie fern demographische Faktoren den Stolz der Bevölkerung auf Erfolge von Spitzensportlern beeinflussen. Bezüglich des

Alters analysierte Denham (2010), dass ältere Personen stolzer auf Erfolge reagieren als jüngere Menschen, während Evans und Kelley (2002) aus ihrer Studie das Gegenteil schlossen. In Bezug auf das Geschlecht wurden keine signifikanten Unterschiede für Nationalstolz (Denham, 2010; Evans & Kelley, 2002) und Zufriedenheit (Spiers & Walker, 2008) festgestellt. Während Evans und Kelley (2002) feststellten, dass das Ausbildungsniveau keine entscheidende Rolle spielt, analysierte Denham (2010), dass der Nationalstolz mit höherer Ausbildung sinkt. Weiter stellten Evans und Kelley (2002) fest, dass Menschen mit Migrationshintergrund weniger stolz auf sportliche Erfolge sind als Menschen ohne Migrationshintergrund. Für die USA stellte Denham (2010) fest, dass Menschen mit afroamerikanischen Wurzeln einen größeren Nationalstolz entwickeln als Menschen mit europäischen Vorfahren. Die Faktoren Einkommen und ökonomischer Wohlstand nehmen überdies eine dominante Rolle in Bezug auf den Stolz und die Zufriedenheit ein (Diener, 1984; Evans & Kelley, 2002).

Olympischer Erfolg kann öffentliche Güter mit symbolischem Charakter wie Ehre, Prestige, Stolz und Anerkennung produzieren. In ihrer Studie über den Wert des olympischen Erfolges für die kanadische Bevölkerung ermittelten Humphreys, Johnson, Mason und Whitehead (2011), dass 95,6 % der kanadischen Bevölkerung stolz sind, wenn ein Kanadier eine Goldmedaille gewinnt. 88,0 % sind stolz, wenn Kanada im Medaillenspiegel den ersten Platz belegt und 83,4 %, wenn Kanada mehr Goldmedaillen gewinnt als die Athleten aus den USA. Neben dem Stolz der Bevölkerung wurde auch die Außendarstellung Kanadas abgefragt. So gaben 75,9 % der Kanadier an, dass gewonnene Goldmedaillen Kanadas Prestige im Ausland erhöhen und 84,0 % stimmten zu, dass Kanadas Medaillenspiegel wichtig für das Ansehen des Landes im Ausland ist. Aus den Ergebnissen wurde gefolgert, dass externe Effekte signifikant den Wert des olympischen Erfolges beeinflussen (Humphreys, et al., 2011).

Spitzensport als außenpolitischer Standortfaktor

Der Spitzensport wird in den meisten Ländern als ein besonderer Treiber zum Aufbau und Erhalt der nationalen Einheit verstanden (Bairner, 2001; Giulianotti & Robertson, 2007; Houlihan, 1997; Maguire & Poulton, 1999; Wong, 2002). Sport bietet dabei einzigartige Wege, die nationale Identität zum Ausdruck zu bringen. So wird durch eine große Bandbreite an Ritualen, wie z. B. dem Spielen der Nationalhymne bei Siegerehrungen das Gemeinschafts- und Zusammengehörigkeitsgefühl der Bürger einer Nation verstärkt (Lechner, 2007a, 2007b; Smith & Kim, 2006). Südkorea ist ein Beispiel für den gezielten Einsatz des Spitzensports als Mittel zur Stärkung der nationalen Identität. Seit den 1960er Jahren wird der Spitzensport in Südkorea zu

diesem Zwecke gefördert und unterstützt und die Ausrichtung der Olympischen Sommerspiele 1988 in Seoul steigerte nachweislich den Nationalstolz der Südkoreaner (Hong, 2011). Der Nationalstolz kann durch sportliche Erfolge und staatliche Förderungen allerdings nur in einem geringen Maße erhöht werden (van Hilvoorde, et al., 2010). Wichtiger als eine Goldmedaille oder ein guter Platz im Medaillenranking sind nach van Hilvoorde et al. (2010) dagegen externe Faktoren, wie z. B. die zur besonderen Leistung eines Sportlers gehörende „Story“. Der bewegende Moment Matthias Steiners nach dem Gewinn seiner Goldmedaille bei den Olympischen Spielen in Peking 2008 kann sicherlich als solche Geschichte interpretiert werden. Des Weiteren sind Nationalstolz und Zufriedenheit abhängig von den dominierenden Landessportarten (z. B. Fußball in Deutschland und England, Eishockey in Kanada oder Eisschnelllauf in den Niederlanden) und man muss zwischen dem Stolz, den die deutsche Fußballnationalmannschaft erzeugt und dem Stolz, der durch Olympische Spiele entsteht, unterscheiden (Kavetsos & Szymanski, 2010; van Hilvoorde, et al., 2010).

Zahlungsbereitschaft der Bevölkerung

In verschiedenen Studien wurde die Zahlungsbereitschaft (willingness-to-pay) der Bevölkerung eines Landes hinsichtlich bestimmter sportlicher Erfolge abgefragt (z. B. Atkinson, et al., 2008; Walton, Longo, & Dawson, 2008). Dabei wurden Personen gebeten, ihre individuelle Zahlungsbereitschaft für bestimmte intangible Güter anzugeben (z. B. Sieg Deutschlands bei der Fußballweltmeisterschaft). Dies geschieht entweder durch eine offene Frage, wodurch die Wahl eines beliebigen Geldbetrages zugelassen wird oder in dichotomer Form, bei der zwischen zwei Werten gewählt werden kann (Coates & Humphreys, 2003). Atkinson et al. (2008) befragten die Bevölkerung verschiedener britischer Städte in Bezug auf die Ausrichtung der Olympischen Spiele 2012 in London vor dem Hintergrund möglicher externer Effekte. Die Ergebnisse zeigten eine Zahlungsbereitschaft für vermutete intangible positive Effekte basierend auf dem Großereignis von durchschnittlich 22£ für die Londoner Bevölkerung und 12£ bzw. 11£ für die Einwohner von Manchester bzw. Glasgow (Atkinson, et al., 2008). Dabei wurde für Personen mit einem höheren Einkommen eine höhere Zahlungsbereitschaft ermittelt. Die Ergebnisse ließen die Autoren vermuten, dass auf Basis einer Kosten-Nutzen-Analyse positive externe Effekte zur Rechtfertigung der Ausrichtung von sportlichen Großveranstaltungen genutzt werden könnten. Weitere Autoren bestätigten und erweiterten diese Ergebnisse. So konnten auch für Bewohner außerhalb Londons positive externe Effekte durch die Ausrichtung der Olympischen Spiele 2012 gemessen werden, welche diese zu einer höheren Zahlungsbereitschaft bewegen könnten (Walton, et al., 2008). Weitere Studien

belegen die außerordentliche Bedeutung von externen Effekten, die durch sportliche Großveranstaltungen entstehen (z. B. Barget & Gouguet, 2007; Süßmuth, Heyne, & Maennig, 2010). In einer deutschen Studie zur Fußballweltmeisterschaft 2006 wurde eine durchschnittliche Zahlungsbereitschaft von 10,78€ für ein Finale mit deutscher Beteiligung ermittelt (Rätzel & Weimann, 2006). In einer Studie der Fußballweltmeisterschaft 2010 wurde eine Zahlungsbereitschaft von durchschnittlich 26€ für den Gewinn des Weltmeistertitels durch das deutsche Team ermittelt, wodurch die Wichtigkeit des sportlichen Erfolges für die Bevölkerung bestätigt wurde (Wicker, Prinz, & von Hanau, in press). Eine kanadische Studie vor dem Hintergrund der Olympischen Winterspiele 2010 in Vancouver zeigte, dass olympischer Medaillenerfolg wichtig für die kanadische Bevölkerung ist. Humphreys et al. (2011) ermittelten die Zahlungsbereitschaft der kanadischen Haushalte für das Athleten-Förderprogramm *Own the podium*. Vor dem Event wurde eine durchschnittliche Zahlungsbereitschaft von 54\$ pro Haushalt ermittelt, während nach dem Event der Wert auf 98\$ anstieg. Die Ergebnisse zeigten, dass sportlicher Erfolg bei Großereignissen einen größeren Wert für die Bevölkerung hat, als ein professionelles Sport-Franchise-Team in der Stadt zu haben. Die Werte der Zahlungsbereitschaft überstiegen sogar die Werte aus anderen Studien für aktiven Sportkonsum (Johnson, Whitehead, Mason, & Walker, 2007).

3 Methode

3.1 Durchführung der Bevölkerungsbefragung

Die Bevölkerungsbefragung wurde deutschlandweit im Frühjahr 2011 durchgeführt, genauer vom 24.05.2011 bis zum 23.06.2011. Ziel war es, mindestens 2.000 Personen zu befragen. Die Befragung wurde telefonisch mittels des so genannten CATI (Computer Assisted Telephone Interview) durchgeführt. Eine einfache Zufallsauswahl von Privathaushalten mit Telefonanschlüssen wurde mittels des Gabler/Häder-Verfahrens (Gabler & Häder, 1999) durchgeführt. Darüber hinaus wurde die Last-Birthday Methode angewendet. Das bedeutet, dass die Person im Haushalt ausgewählt wird, die als letztes Geburtstag hatte. Da für die Qualität der Stichprobe auch die Gestaltung der Kontaktversuche eine wesentliche Rolle spielt, wurden zeitlich gestreut bis zu zehn Kontaktversuche unternommen. Tabelle 1 gibt einen Überblick über die realisierten Interviews.

Tabelle 1: Feldübersicht der telefonischen Befragung.

Feldübersicht	Anzahl	in %
Telefonnummern Gesamt	20.562	100,0
Stichprobenneutrale Ausfälle (z.B. kein Anschluss, Nummer geändert, Geschäftsanschluss, Nummer ständig besetzt, Verständigungsschwierigkeiten wie Sprachkompetenz oder schwerhörig)	9.272	45,1
Bereinigtes Brutto I	11.290	100,0
Ausfälle durch Freizeichen, Anrufbeantworter, Fax/Modem	6.155	54,5
Bereinigtes Brutto II	5.135	100,0
Ausfälle durch Verweigerung (keine Zeit, kein Interesse, andere Gründe) und nicht angetroffen bzw. Abbruch im Interview	3.129	60,9
Realisierte Interviews	2.006	39,1

Die Daten der Bevölkerungsbefragung wurden einer Plausibilitätsprüfung unterzogen. Bei nicht sinnvollen Antworten wurde der Wert auf fehlend gesetzt, um eine Verzerrung der Daten zu vermeiden. Die offenen Fragen wurden in ein Kategoriensystem überführt, um die Auswertung systematischer gestalten zu können. Die Stichprobe ist repräsentativ für Deutschland. Der Fragenkatalog befindet sich im Anhang.

Der Forschungsschwerpunkt lag auf den positiven Funktionen des Spitzensports. Aus der nicht expliziten Thematisierung negativer Funktionen des Spitzensports kann jedoch keinesfalls geschlossen werden, die Ergebnisse zu den positiven Funktionen seien unwahr oder verzerrt. Vielmehr sind die Konsequenzen negativer Aspekte

(Doping etc.) des Spitzensports in der Wahrnehmung der Bevölkerung vorhanden bzw. – wie der Ökonom sagt - „eingepreist“ da die befragte Bevölkerung nicht abge- schieden von der Medienberichterstattung über eben solche Tendenzen lebt. Aktuel- le Entwicklungen werden stets implizit mitberücksichtigt. Genauso wie in der politi- schen Meinungsforschung die Sonntagsfrage („Welche Partei würden sie wählen, wenn nächsten Sonntag Wahl wäre?“) aktuelle politische Entwicklungen stets implizit mitberücksichtigt, ohne diese explizit abzufragen, verhält es sich bei dieser Untersu- chung. Negative Begleiterscheinungen des Sports sind somit mitberücksichtigt bei der Bewertung der positiven Funktionen des Spitzensports.

Die Datenauswertung erfolgte weitgehend auf deskriptiver Ebene (Häufigkeiten und Mittelwerte), jedoch wurden auch signifikante Gruppenunterschiede mittels des Chi- Quadrat-Tests berechnet. Diese sind in den entsprechenden Tabellen und Abbildun- gen gesondert gekennzeichnet. Darüber hinaus wurden zur Bestimmung der Indika- toren zur Unterstützung eines Förderprogramms und Interesse am Spitzensport lo- gistische Regressionsanalysen durchgeführt.

3.2 Soziodemographische Angaben der Befragten

An der Bevölkerungsbefragung nahmen 933 bzw. 46,5 % Männer und 1.073 bzw. 53,5 % Frauen teil. Das Durchschnittsalter der befragten Personen betrug knapp 49 Jahre, wobei der jüngste Teilnehmer zum Zeitpunkt der Befragung 18 Jahre und der älteste 94 Jahre alt waren.

15,9 % der befragten Personen haben einen Migrationshintergrund, d.h. sie besitzen entweder selber eine andere oder weitere Staatsangehörigkeit oder mindestens ein Elternteil wurde im Ausland geboren oder hat eine zusätzliche Staatsangehörigkeit.

Knapp ein Viertel der Befragten hat einen Universitäts-/Fachhochschulabschluss und knapp ein Drittel die Mittlere Reife als höchsten Bildungsabschluss (vgl. Abb. 1).

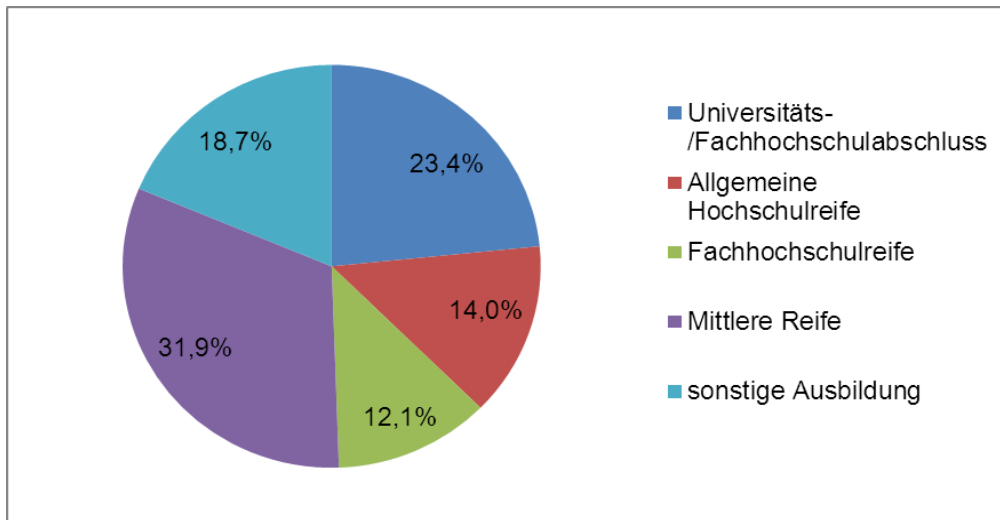


Abbildung 1: Ausbildungsniveau.

Das durchschnittliche Netto-Monatseinkommen pro Person liegt bei ca. 1.600€.

3.3 Google und Facebook als Analyseinstrumente

Die Analyse des Spitzensports als außenpolitischer Standortfaktor wurde mithilfe von Sekundärdaten über die Internetsuchmaschinen Google und Facebook durchgeführt. Dieses Verfahren wurde in früheren Studien eingesetzt, hat in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen und wird auch als gutes Verfahren eingestuft (z.B. Scheitle, 2011). Auch im Sport wurden Internetsuchmaschinen bereits zur Messung der Popularität von Sportlern (Garcia-del-Barrio & Pujol, 2007) und auch zur Messung der Bekanntheit eingesetzt (Du Plessis & Maennig, 2010).

Bezüglich dieser Methode muss festgehalten werden, dass die Google-Hits als Proxy der Sportler, Politiker, Personen aus Wirtschaft und Kultur für deren Bekanntheit in dem jeweiligen Land angesehen wird. Für die Analyse wurde die entsprechende Google-Landesseite genutzt. Durch die Suche nach dem Namen des jeweiligen Spitzensportlers als genau definierte Wortgruppe und die Anzahl an Google-Treffern konnte eine quantitative Analyse vorgenommen werden. Die Analyse der Facebook-Likes basierte auf der Anzahl der Personen, die in dieser Kategorie des jeweiligen Sportlers bzw. der jeweiligen Person eingetragen waren.

Die Google-Hits und Facebook-Likes verändern sich mit der Zeit, da das Internet ein schnelllebiges Medium ist. Somit ist die Anzahl der Google-Hits und Facebook-Likes vom Recherchedatum abhängig. Dies konnte insbesondere bei Dirk Nowitzki und Sebastian Vettel beobachtet werden. Hingegen entsteht bei Personen aus Politik,

Wirtschaft und Kultur der Eindruck, dass ihre Google-Hits-Resultate wesentlich stabiler gegenüber kurzfristigen Änderungen sowohl in positiver als auch in negativer Hinsicht sind.

4 Ergebnisse

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der Studie zum gesellschaftlichen Wert des Spitzensports in Deutschland dargestellt. Der Spitzensport wird aus verschiedenen Perspektiven analysiert, namentlich Spitzensport als persönlicher Faktor (vgl. Kapitel 4.1), Spitzensport als Gesellschaftsfaktor (vgl. Kapitel 4.2) und Spitzensport als außenpolitischer Standortfaktor (vgl. Kapitel 4.3).

4.1 Spitzensport als persönlicher Faktor

Die Analyse des Spitzensports als persönlicher Faktor bezieht sich v.a. auf die individuelle Wahrnehmung und Einordnung des Spitzensports durch den Bürger. Dabei werden Gemeinsamkeiten und Unterschiede innerhalb der Bevölkerung anhand der demographischen Faktoren Alter, Geschlecht, Ausbildung und Migrationshintergrund herausgestellt. Grundlage dafür bilden die Daten der Bevölkerungsbefragung.

4.1.1 Bedeutung und Wert des Spitzensports

57 % der befragten Personen interessieren sich für den Spitzensport. Sportliche Erfolge deutscher Athleten bei Großereignissen sorgen bei ca. zwei Dritteln für ein stolzes und glückliches Gefühl. Knapp 80 % der Befragten stufen Erfolge bei Olympischen Spielen und Weltmeisterschaften als wichtig für das Ansehen Deutschlands im Ausland ein. Deutsche Spitzenathleten werden zudem als Vorbilder in den Bereichen Leistungswille, Fairness, Vermittlung eines Gemeinschaftsgefühls und Leistungsfähigkeit angesehen. Knapp jede vierte Person gibt an, durch Erfolge deutscher Athleten, zum aktiven Sporttreiben motiviert zu werden (vgl. Tabelle 2).

Tabelle 2: Bedeutung des Spitzensports.

Aussage	Anteil an Personen, die der Aussage zustimmen (in %)
Deutsche Athleten haben eine Vorbildfunktion in punkto Leistungswille.	90,9
Deutsche Athleten haben eine Vorbildfunktion in punkto Fairness.	87,2
Deutsche Athleten haben eine Vorbildfunktion für die Vermittlung eines Gemeinschaftsgefühls.	85,0
Deutsche Athleten haben eine Vorbildfunktion in punkto Leistungsfähigkeit.	84,0
Es ist wichtig für das Ansehen Deutschlands, dass deutsche Athleten Medaillen bei den Olympischen Spielen oder Weltmeisterschaften gewinnen.	78,2
Wenn deutsche Athleten viele Medaillen bei Olympischen Spielen oder Weltmeisterschaften gewinnen, macht mich das stolz.	66,2
Wenn deutsche Athleten viele Medaillen bei Olympischen Spielen oder Weltmeisterschaften gewinnen, macht mich das glücklich.	65,6
Ich fiebere bei Olympischen Spielen oder Weltmeisterschaften mit deutschen Athleten mit.	64,7
Ich interessiere mich für Spitzensport.	57,1
Es ist wichtig für das Ansehen deutscher Unternehmen, dass deutsche Athleten Medaillen bei den Olympischen Spielen oder Weltmeisterschaften gewinnen.	55,0
Während der olympischen Spiele oder Weltmeisterschaften unterhalte ich mich regelmäßig mit meinen Freunden/Kollegen über deutsche Medaillenerfolge.	46,0
Erfolge deutscher Athleten bei Großereignissen motivieren mich, mich sportlich zu betätigen.	22,9
Erfolge deutscher Athleten in einer bestimmten Sportart waren für mich schon mal der Auslöser, mit dieser Sportart anzufangen.	17,6

Die Bedeutung des Spitzensports kann abhängig vom Alter, Geschlecht, Migrationshintergrund und Bildung unterschiedlich stark ausgeprägt sein. Daher wurden die Ergebnisse für verschiedene Altersgruppen, Männer und Frauen und Personen mit und Personen ohne Migrationshintergrund sowie Personen mit Schulabschluss Abitur überprüft.

Zur Differenzierung nach dem Alter der befragten Personen wurden sechs Gruppen gebildet. In Bezug auf die Vorbildfunktion der deutschen Athleten lassen sich keine signifikanten Unterschiede zwischen den Gruppen feststellen. Spitzensport ist für alt und jung bedeutsam. So bewertet die Gruppe der über 70-Jährigen (85,4 %) die Vorbildfunktion deutscher Athleten in punkto Vermittlung eines Gemeinschaftsgefühls

genauso wie die Gruppe der unter 30-Jährigen (85,3 %). Erfolge deutscher Athleten bei Großereignissen sorgen vor allem bei jüngeren (bis 30 Jahre) und älteren Leuten (über 70 Jahre) für ein stolzes und glückliches Gefühl – bei beiden Aussagen liegen signifikante Unterschiede zwischen den Altersgruppen vor. 77,8 % der Gruppe der über 70-Jährigen machen deutsche Erfolge glücklich, während bei den 51 bis 60-Jährigen 58,2 % dieser Aussage zustimmen. Der Spitzensport allgemein begeistert vor allem ältere Personen. 67 % der 61 bis 70-Jährigen interessieren sich für Spitzensport und in der Gruppe der 31 bis 40-Jährigen sind es 50,7 %, auch liegt ein signifikanter Unterschied zwischen den Altersgruppen vor. Jüngere Personen lassen sich durch Erfolge deutscher Athleten signifikant eher zum aktiven Sport motivieren. So geben 32 % der unter 31-Jährigen an, durch Erfolge deutscher Athleten bei Großereignissen zum eigenen Sporttreiben motiviert zu werden. Dies trifft auch auf das Sporttreiben in einer bestimmten Sportart zu (vgl. Tabelle 3).

Tabelle 3: Bedeutung des Spitzensports nach Altersgruppen.

Aussage	Anteil an Personen, die der Aussage zustimmen (in %)					
	bis 30 Jahre	31-40 Jahre	41-50 Jahre	51-60 Jahre	61-70 Jahre	über 70 Jahre
Deutsche Athleten haben eine Vorbildfunktion in punkto Leistungswille.	92,9	91,3	91,1	90,1	88,4	91,2
Deutsche Athleten haben eine Vorbildfunktion in punkto Fairness.	87,5	88,9	87,9	84,7	87,8	86,6
Deutsche Athleten haben eine Vorbildfunktion für die Vermittlung eines Gemeinschaftsgefühls.	85,3	82,2	86,4	85,5	85,0	85,4
Deutsche Athleten haben eine Vorbildfunktion in punkto Leistungsfähigkeit.	85,8	85,2	85,1	81,3	83,0	83,7
Es ist wichtig für das Ansehen Deutschlands, dass deutsche Athleten Medaillen bei den Olympischen Spielen oder Weltmeisterschaften gewinnen.*	82,2	79,2	76,0	75,6	72,4	87,0
Wenn deutsche Athleten viele Medaillen bei Olympischen Spielen oder Weltmeisterschaften gewinnen, macht mich das stolz.*	71,9	66,8	65,6	60,5	63,9	70,3
Wenn deutsche Athleten viele Medaillen bei Olympischen Spielen oder Weltmeisterschaften gewinnen, macht mich das glücklich.*	69,4	64,1	62,1	58,2	67,0	77,8
Ich fiebere bei Olympischen Spielen oder Weltmeisterschaften mit deutschen Athleten mit.*	65,4	64,8	64,3	59,4	67,3	69,0
Ich interessiere mich für Spitzensport.*	58,1	50,7	54,3	52,6	67,0	64,9
Es ist wichtig für das Ansehen deutscher Unternehmen, dass deutsche Athleten Medaillen bei den Olympischen Spielen oder Weltmeisterschaften gewinnen.	47,0	51,7	57,1	56,0	54,8	65,7
Während der olympischen Spiele oder Weltmeisterschaften unterhalte ich mich regelmäßig mit meinen Freunden/Kollegen über deutsche Medaillenerfolge.	47,6	44,6	43,3	42,0	51,4	50,2
Erfolge deutscher Athleten bei Großereignissen motivieren mich, mich sportlich zu betätigen.*	32,0	23,5	22,7	17,0	17,7	23,4
Erfolge deutscher Athleten in einer bestimmten Sportart waren für mich schon mal der Auslöser, mit dieser Sportart anzufangen.*	21,0	23,2	16,0	12,2	17,0	17,6

* bedeutet signifikanter Unterschied zwischen den Gruppen, berechnet mit χ^2 .

Bei der Differenzierung nach Geschlecht (vgl. Abb. 2) zeigt sich, dass sowohl Frauen als auch Männer die Vorbildfunktion deutscher Athleten in Bezug auf die Bereiche Leistungswille, Fairness, Vermittlung eines Gemeinschaftsgefühls und Leistungsfähigkeit als bedeutend sehen. So geben beispielsweise 91,5 % der Frauen und 90,1 % der Männer an, dass deutsche Athleten ein Vorbild in punkto Leistungswille sind. Ein größerer und signifikanter Unterschied zwischen den Geschlechtern besteht im Interesse am Spitzensport: Während sich mehr als zwei Drittel der Männer (68,2 %) für Spitzensport interessieren, ist nur knapp jede zweite weibliche Befragte interessiert (47,5 %). Erfolge deutscher Athleten in einer bestimmten Sportart haben knapp ein Viertel der Männer (22,9 %) schon einmal dazu bewogen, mit dieser Sportart anzufangen. Bei Frauen ist dies nur bei 13 % der Fall, womit auch ein signifikanter Unterschied zwischen den Geschlechtern vorliegt. Dies betrifft auch Sport treiben per se. Während 28 % der Männer durch sportliche Erfolge zum aktiven Sport motiviert wurden, war dies nur bei 18,5 % der Frauen der Fall. Weitere signifikante Unterschiede zwischen den Geschlechtern liegen bei der Einschätzung der Vorbildfunktion in punkto Gemeinschaftsgefühl, welches von Frauen (86,6 %) höher bewertet wird als von Männern (83,3 %). Im Kontrast dazu besprechen Männer mit Freunden und Kollegen signifikant häufiger das Sportereignis und die Medallenausbeute (53,2 %) als Frauen (39,7 %).

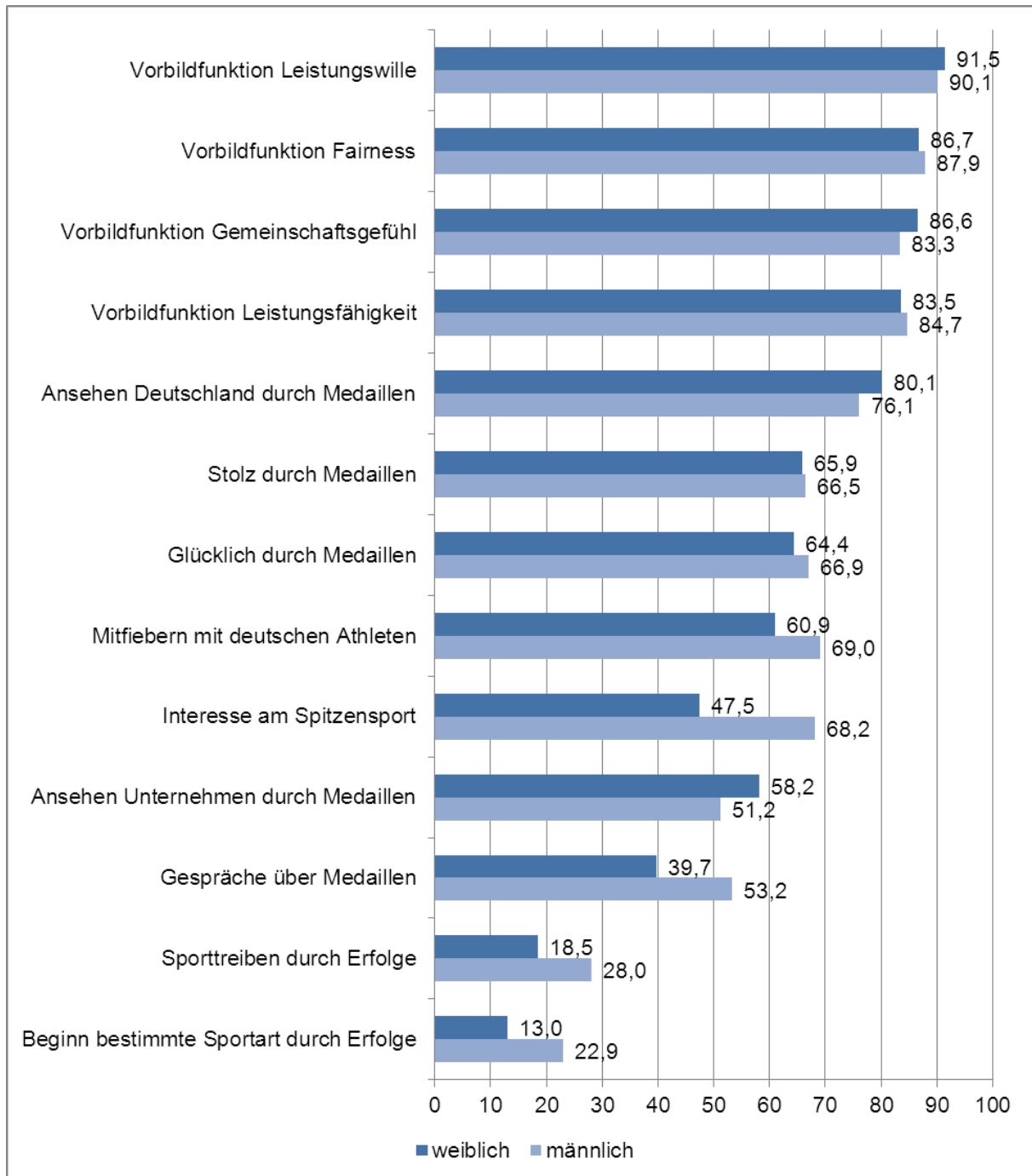


Abbildung 2: Bedeutung des Spitzensports nach Geschlecht (Angaben in Prozent; * bedeutet signifikanter Unterschied zwischen den Gruppen, berechnet mit χ^2).

Ein Migrationshintergrund spielt bei der persönlichen Bedeutung des Spitzensports eine untergeordnete Rolle. So stimmen beispielsweise der Vorbildfunktion deutscher Athleten in Bezug auf die Vermittlung eines Gemeinschaftsgefühls 91,2 % der Personen mit Migrationshintergrund und 90,8 % der Personen ohne Migrationshinter-

grund zu. Signifikante Unterschiede zwischen den beiden Gruppen zeigen sich lediglich in der Bewertung des Erfolges deutscher Athleten für das Ansehen deutscher Unternehmen (62,1 % bei Personen mit Migrationshintergrund vs. 53,6 % bei Personen ohne Migrationshintergrund), bei der Frage nach dem Glücklich sein durch Medaillen (70,5 % bei Personen mit Migrationshintergrund vs. 64,6 % bei Personen ohne Migrationshintergrund) und bei der Frage nach einer möglichen Ausübung einer Sportart als Folge eines deutschen Erfolges in ebendieser (26,3 % bei Personen mit Migrationshintergrund vs. 16 % bei Personen ohne Migrationshintergrund) (vgl. Abb. 3).

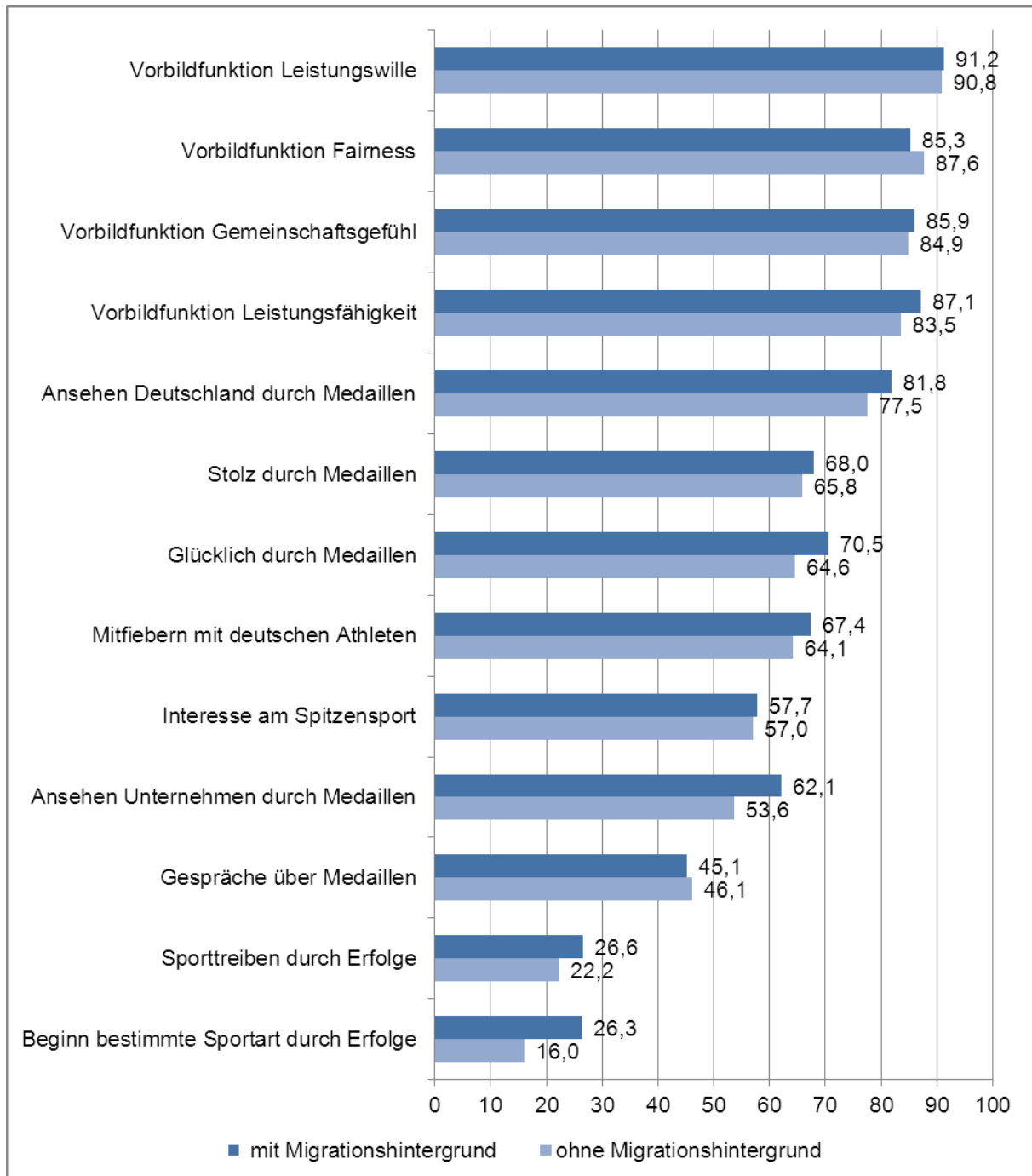


Abbildung 3: Bedeutung des Spitzensports nach Migrationshintergrund (Angaben in Prozent; * bedeutet signifikanter Unterschied zwischen den Gruppen, berechnet mit χ^2).

In Bezug auf die Bedeutung des Spitzensports nach Bildungsabschluss zeigen sich einige signifikante Unterschiede zwischen Personen mit Abitur oder einer höherwertigen Ausbildung und Personen mit sonstigem Bildungsabschluss (z. B. Mittlere Reife oder Haupt-/Volksschulabschluss). Während jeweils ca. 70 % der Befragten mit

sonstigem Abschluss angeben, stolz und glücklich zu sein über deutsche Medaillen bei Großereignissen, stimmen nur 59 % der Personen mit Abitur oder höherem Bildungsabschluss diesen Aussagen zu. Ferner liegen signifikante Unterschiede in der Bewertung der Vorbildfunktion in punkto Gemeinschaftsgefühl und Leistungsfähigkeit vor, die beide von Personen mit sonstigem Bildungsabschluss höher bewertet werden, als von Personen mit mindestens dem Abitur als höchstem Bildungsabschluss. Ein weiterer signifikanter Unterschied zeigt sich in der Bewertung deutscher Erfolge für das Ansehen Deutschlands und deutscher Unternehmen: 59 % der Personen mit sonstigem Bildungsabschluss stimmen der Aussage zu, dass Erfolge bei Großereignissen wichtig für das Ansehen deutscher Unternehmen sind, während nur 48,1 % der Befragten mit Abitur oder höherem Abschluss dieser Aussage zustimmen (vgl. Abb. 4).

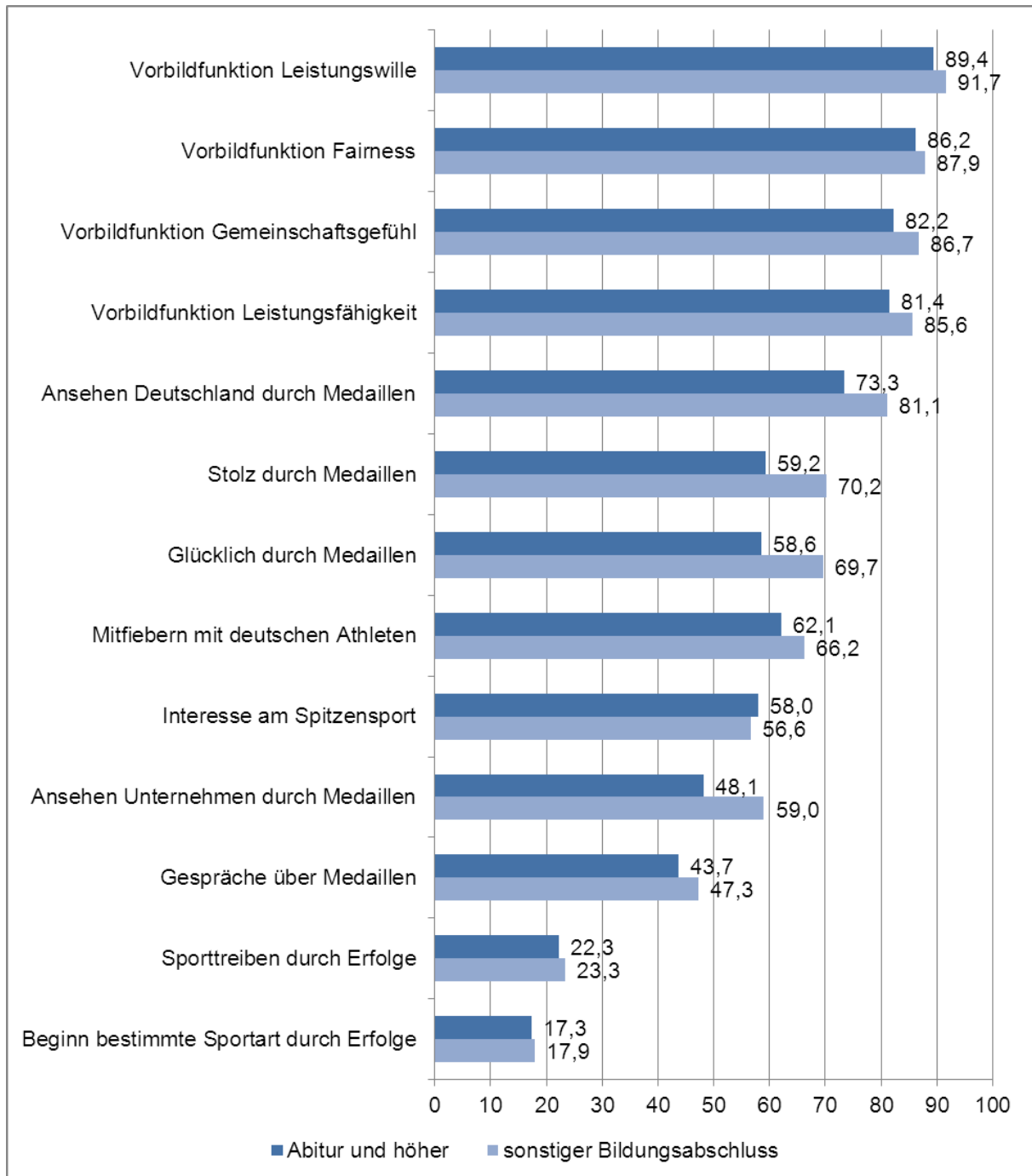


Abbildung 4: Bedeutung des Spitzensports nach Bildungsabschluss (Angaben in Prozent; * bedeutet signifikanter Unterschied zwischen den Gruppen, berechnet mit χ^2).

Der wichtigste Bereich für ein positives Bild von Deutschland im Ausland ist nach Meinung der Befragten die Wissenschaft. Gut 55 % der befragten Personen stufen die Wissenschaft als einen der drei wichtigsten Bereiche ein. Die Bereiche Umwelt und Sport werden von jeweils ca. 51 % der Befragten als einer der drei wichtigsten

Bereiche angegeben. Der Bereich Politik wird mit ca. 35 % als der unwichtigste der sechs Bereiche für eine positive Außendarstellung Deutschlands angesehen (vgl. Tabelle 4).

Tabelle 4: Wichtigkeit verschiedener Bereiche für die Außendarstellung Deutschlands

Bereich	Anteil an TOP-3 Nennungen (in %)
Sport	50,8
Kultur	47,5
Wirtschaft	46,2
Umwelt	51,1
Wissenschaft	55,1
Politik	34,8

4.1.2 Erinnerung an die Olympischen Spiele 2008 in Peking

7,5 % der Befragten geben an, sich an mindestens einen Gewinner der insgesamt 16 deutschen Goldmedaillen zu erinnern. An Matthias Steiners und Britta Steffens Goldmedaillengewinn(e) erinnern sich 2,8 bzw. 2,7 % aller Befragten. Fabian Hambüchen und Paul Biedermann werden 12- bzw. 9-mal genannt, ohne dass sie eine Goldmedaille gewonnen haben (vgl. Tabelle 5).

Tabelle 5: Erinnerung an deutsche Goldmedaillengewinner (Mehrfachnennungen möglich).

Sportler	Nennungen	Anteil an Personen (in %)	Anzahl Goldmedaillen
Matthias Steiner	56	2,79	1
Britta Steffen	54	2,69	2
Fabian Hambüchen	12	0,59	Keine
Britta Heidemann	12	0,59	1
Paul Biedermann	9	0,45	Keine
Ole Bischof	5	0,25	1
Robert Harting	5	0,25	Keine
Fanny Fischer	4	0,20	1
Lena Schöneborn	4	0,20	1
Isabell Werth	4	0,20	1
Jan Frodeno	4	0,20	1
Herrn Feldhockey Mannschaft	4	0,20	1
Betty Heidler	3	0,15	Keine
Hinrich Romeike	3	0,15	2
Alexander Grimm	1	0,05	1
Benjamin Kleibrink	1	0,05	1
Sabine Spitz	1	0,05	1

Zirka 80 % der Befragten sind mit der Medaillenausbeute zufrieden. Lediglich 2,3 % der Befragten sind mit der Anzahl der Medaillen unzufrieden (vgl. Abb. 5).

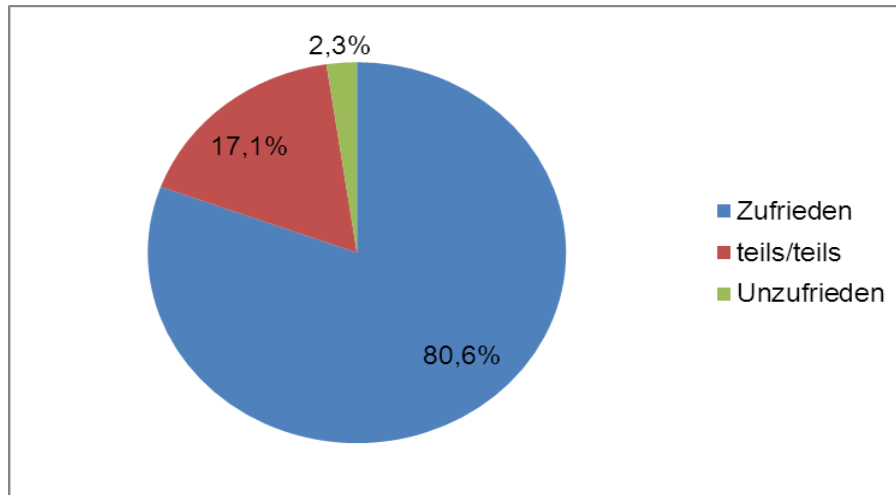


Abbildung 5: Zufriedenheit Medaillenausbeute Olympische Sommerspiele Peking 2008.

Bei der Frage nach der persönlich empfundenen Wichtigkeit der Goldmedaillen verschiedener Athleten zeigt sich, dass der Olympiasieg von Matthias Steiner am bedeutendsten für die Befragten ist: Während 59,3 % seinen Olympiasieg als persönlich wichtig einstufen, bewerten 41,8 % den Olympiasieg von Britta Heidemann als persönlich wichtig (vgl. Tabelle 6).

Tabelle 6: Persönliche Bedeutung des Olympiasiegs verschiedener Athleten.

Sportler	Anteil an Personen, die den Olympiasieg des Sportlers als persönlich wichtig bewerten (in %)
Matthias Steiner	59,3
Jan Frodeno	51,9
Ole Bischof	44,1
Britta Heidemann	41,8

4.1.3 Indikatoren für Interesse am Spitzensport

Wesentliche Indikatoren für Interesse am Spitzensport wurden mittels einer logistischen Regressionsanalyse (Methode Einschluss) festgestellt. Als unabhängige Indikatoren wurden die sozio-demographischen Angaben zu Alter, Geschlecht, Bildung, Migrationshintergrund und Einkommen herangezogen. Dabei wurde die Variablen

Alter und Einkommen in Dummy-Variablen umkodiert, welche verschiedene Alters- bzw. Einkommensgruppen widerspiegeln.

Die Ergebnisse zeigen an, dass die soziodemografischen Faktoren einen signifikanten Einfluss auf die Bereitschaft, Förderprogramme für den Spitzensport zu unterstützen haben ($\chi^2 = 102,987$; $-2LL = 2.637,005$; $p = 0,000$). Als Gütemaß wird die Pseudo-R²-Statistik herangezogen: Mc-Faddens-R² beträgt 0,038. Dies impliziert, dass es weitere Faktoren gibt, die die Bereitschaft, Förderprogramme für den Spitzensport zu unterstützen, gibt.

Es zeigt sich, dass das Geschlecht und hohes Alter einen signifikanten Einfluss auf das Interesse am Spitzensport haben. Die Chance einer Frau ist um 0,437 Einheiten niedriger sich für Spitzensport zu interessieren als die eines Mannes und die Chance einer Person, die älter als 66 Jahre ist, liegt um 1,536 Einheiten höher als einer jungen Person (vgl. Tabelle 7).

Tabelle 7: Ergebnisse der logistischen Regressionsanalyse mit der abhängigen Variablen Interesse am Spitzensport.

Variablen	B	SD	Wald	p	e ^β
Geschlecht (weiblich)	-,827	,097	72,926	,000***	,437
Alter ⁺ : 33-44 Jahre	-,061	,145	,177	,674	,941
Alter: 45-53 Jahre	-,026	,148	,030	,862	,975
Alter: 54-65 Jahre	,114	,150	,582	,446	1,121
Alter: 66 Jahre und älter	,429	,152	7,945	,005**	1,536
Migrationshintergrund (vorhanden)	,010	,128	,006	,941	1,010
Abitur und höhere Bildung	,073	,101	,520	,471	1,075
Einkommen ⁺⁺ : 601-1.100	-,102	,148	,480	,488	,903
Einkommen: 1.101-1.610	-,071	,149	,225	,635	,932
Einkommen: 1.611-2.500	,083	,141	,345	,557	1,086
Einkommen: 2.501 und höher	,068	,176	,148	,701	1,070
Konstante	,634	,129	24,264	,000***	1,884

* $p \leq 0,05$; ** $p \leq 0,01$; *** $p \leq 0,001$; + Referenzkategorie: Alter bis 32 Jahre; ++ Referenzkategorie: Einkommen bis 600 €

4.2 Spitzensport als Gesellschaftsfaktor

In diesem Kapitel steht der Spitzensport als gesellschaftsprägender Faktor im Mittelpunkt. Dabei wird insbesondere die Zahlungsbereitschaft der Bevölkerung für ein Förderprogramm untersucht. Grundlage dafür bilden die Daten der Bevölkerungsbefragung.

4.2.1 Akzeptanz und Zahlungsbereitschaft für ein Förderprogramm

In vielen Ländern gibt es spezielle Programme zur Förderung von Athleten, die an Olympischen Spielen teilnehmen. In Kanada wurde im Zuge der Ausrichtung der Olympischen Winterspiele 2010 in Vancouver ein solches Förderprogramm („Own the podium“) eingerichtet. Jeder Bürger zahlte umgerechnet ca. 3€. Kanada belegte u.a. dadurch den ersten Platz im Medaillenspiegel.

72 % der befragten Personen würden ein spezielles Förderprogramm für deutsche Athleten befürworten und gut zwei Drittel wären bereit, für dieses Förderprogramm 3€ im Jahr zu zahlen. Einen höheren Betrag würde knapp ein Drittel der Befragten spenden (vgl. Tabelle 8).

Tabelle 8: Akzeptanz und Zahlungsbereitschaft für ein Förderprogramm.

Aussage	Anteil an Personen, die der Aussage zustimmen (in %)
Ein spezielles Förderprogramm für Athleten, die an Olympischen Spielen teilnehmen, würde ich auch für Deutschland begrüßen.	72,2
Für ein spezielles Förderprogramm wäre ich bereit, 3€ pro Jahr zu zahlen.	67,2
Für die Förderung deutscher Athleten wäre ich bereit, einen höheren Betrag als 3€ zu spenden	29,5

Der Betrag, den die befragten Personen für die Förderung spenden würden, bewegt sich in einem Bereich zwischen 3€ und 500€, wobei der Mittelwert bei 12€ pro Person liegt.

Auch hier wurden die Ergebnisse für verschiedene Gruppen –Alter, Geschlecht, Migrationshintergrund und Bildung – näher betrachtet.

Für eine Differenzierung nach dem Alter der befragten Personen wurden sechs Gruppen gebildet. Einem speziellen Förderprogramm für Athleten würden vor allem jüngere (bis 30 Jahre) und ältere Personen (über 70 Jahre) zustimmen. So würden 76,8 % der unter 31-Jährigen ein solches Programm begrüßen, während dies in der Gruppe der 31 bis 40-Jährigen nur 69,5 % der Befragten täten. Darüber hinaus ist die Spendenbereitschaft bei der jüngsten Gruppe etwas höher als bei den anderen Gruppen. Während 35 % der bis 30-Jährigen mehr als 3€ für die Förderung deutscher Athleten spenden würde, würden dies in der Gruppe der 31 bis 40-Jährigen gut 27 % tun. Es gibt keine signifikanten Unterschiede zwischen den Altersgruppen (vgl. Tabelle 9).

Tabelle 9: Akzeptanz und Zahlungsbereitschaft für Förderprogramme nach Altersgruppen.

Aussage	Anteil an Personen, die der Aussage zustimmen (in %)					
	bis 30 Jahre	31-40 Jahre	41-50 Jahre	51-60 Jahre	61-70 Jahre	ab 71 Jahre
Ein spezielles Förderprogramm für Athleten, die an Olympischen Spielen teilnehmen, würde ich auch für Deutschland begrüßen.	76,8	69,5	72,3	70,2	70,7	81,5
Für ein spezielles Förderprogramm wäre ich bereit, 3€ pro Jahr zu zahlen.	68,6	64,1	66,0	64,8	69,4	74,1
Für die Förderung deutscher Athleten wäre ich bereit, einen höheren Betrag als 3€ zu spenden.	35,1	27,2	29,4	29,8	28,2	29,6

Hinsichtlich der Spendenbereitschaft für ein spezielles Programm zur Förderung deutscher Spitzenathleten zeigt sich ein signifikanter Unterschied zwischen den Geschlechtern: Während 33,4 % der männlichen Befragten bereit wäre, einen höheren Beitrag als 3€ zu spenden, geben nur 26,0 % der weiblichen Befragten an, mehr als 3€ spenden zu wollen (vgl. Abb. 6).

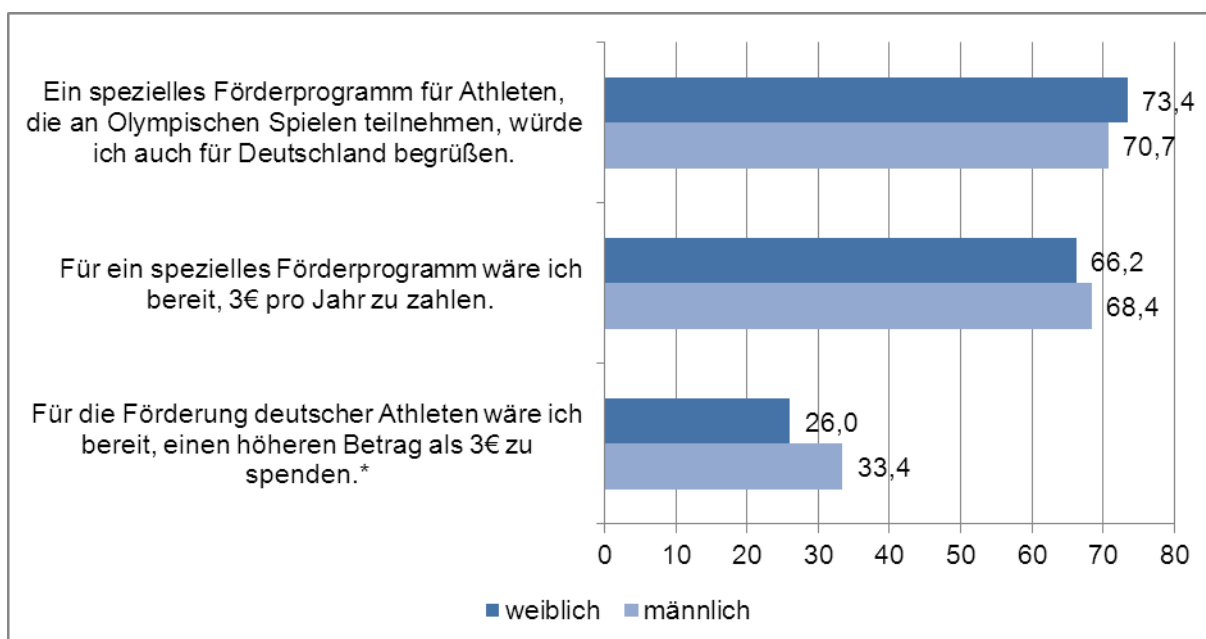


Abbildung 6: Akzeptanz und Zahlungsbereitschaft für Förderprogramme nach Geschlecht (Angaben in Prozent; * bedeutet signifikanter Unterschied zwischen den Gruppen, berechnet mit χ^2).

Geringe und nicht signifikante Unterschiede hinsichtlich der Zahlungs- und Spendenbereitschaft für ein Förderprogramm zeigen sich in Bezug auf einen möglichen Migrationshintergrund der befragten Personen. 75,9% der Personen mit Migrationshintergrund würden ein solches Programm begrüßen und 33,9 % würden einen höheren Beitrag als 3€ spenden. Aus der Gruppe der Personen ohne Migrationshintergrund würden 71,5 % ein spezielles Programm begrüßen und 28,6 % mehr als 3€ spenden (vgl. Abb. 7).

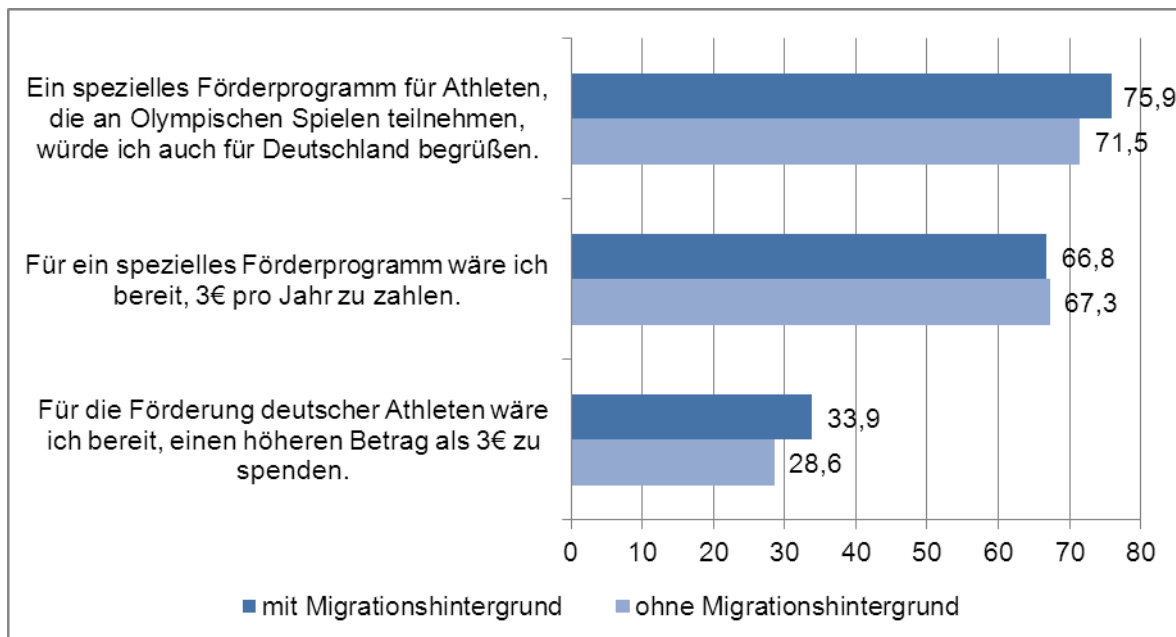


Abbildung 7: Akzeptanz und Zahlungsbereitschaft für Förderprogramme nach Migrationshintergrund (Angaben in Prozent).

In Bezug auf den Bildungsabschluss zeigen sich signifikante Unterschiede zwischen der Gruppe der Befragten mit Abitur oder höherem Bildungsabschluss und Personen mit sonstigem Bildungsabschluss (z. B. Mittlere Reife und Haupt-/Volksschule). Knapp drei Viertel (74,4 %) der Personen mit sonstigem Bildungsabschluss würden ein spezielles Förderprogramm für Athleten begrüßen, aus der Gruppe der Personen mit Abitur oder höherer Bildung täten dies nur 68,5 %. Allerdings würden 35,9 % der Befragten mit Abitur oder höherem Bildungsabschluss mehr als 3€ für ein solches Programm spenden, hingegen nur 25,6 % der Befragten mit sonstigem Bildungsabschluss (vgl. Abb. 8).

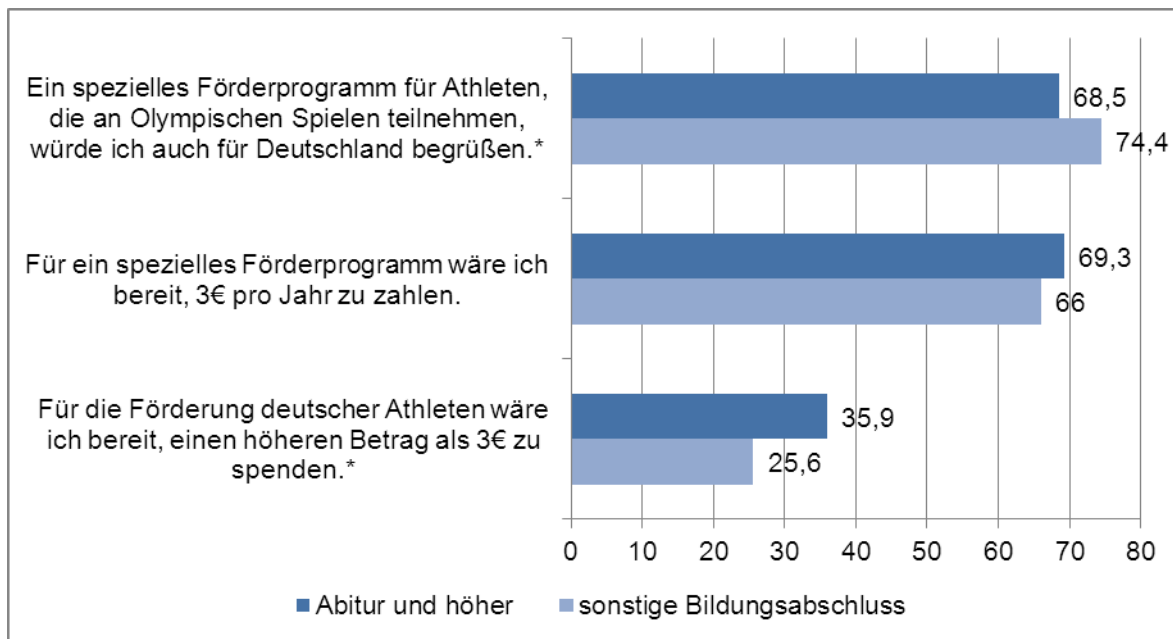


Abbildung 8: Akzeptanz und Zahlungsbereitschaft für Förderprogramme nach Bildungsabschluss (Angaben in Prozent; * bedeutet signifikanter Unterschied zwischen den Gruppen, berechnet mit χ^2).

Hinsichtlich der Verwaltung eines speziellen Förderprogramms für Athleten sehen knapp 45 % der Befragten die Sportverbände in der Verantwortung. Gut ein Drittel gibt an, die Verwaltung sollte durch Stiftungen erfolgen, während 15 % der Befragten den Staat bevorzugen (vgl. Abb. 9).

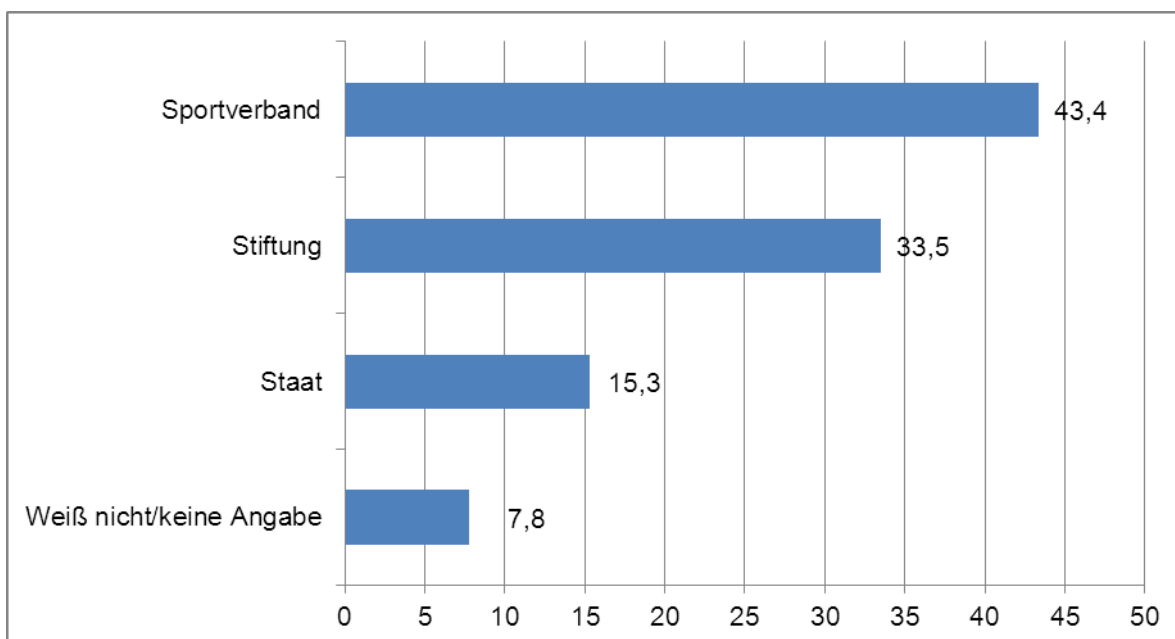


Abbildung 9: Verwaltung eines speziellen Förderprogramms für Athleten (Angaben in %).

Für den ersten Platz im Medaillenspiegel der Olympischen Sommerspiele 2012 in London wäre gut ein Drittel der befragten Personen bereit, einen Beitrag zu leisten. Die Höhe des Beitrages variiert dabei sehr stark zwischen einem und 500€. Der Mittelwert liegt bei 17€ pro Person. Vergleichbare Ergebnisse konnten für eine Goldmedaille in der Sportart Leichtathletik ermittelt werden. Mit 14€ pro Person ist die Zahlungsbereitschaft für eine weitere Goldmedaille in einer der Sportarten Gewichtheben, Fechten, Judo oder Triathlon etwas geringer als in der Kernsportart Leichtathletik (vgl. Tabelle 10).

Tabelle 10: Zahlungsbereitschaft für Erfolge bei den Olympischen Sommerspielen 2012 in London.

	Min.	Max.	Mittelwert	Median	Anteil an Personen, die einen Betrag zahlen würden (in %)
Wie viel Euro würden Sie pro Jahr bezahlen, damit Deutschland im Medaillenspiegel der Olympischen Sommerspiele in London 2012 ganz vorne ist?	1€	500€	17€	10€	35
Wie viel Euro wären Sie pro Jahr bereit zu zahlen, damit ein deutscher Leichtathlet eine Goldmedaille in London 2012 gewinnt?	0,3€	500€	17€	5€	30
Wie viel Euro wären Sie pro Jahr bereit zu zahlen, damit ein deutscher Athlet wieder eine Goldmedaille in der Sportart Gewichtheben/Fechten/Judo/ Triathlon gewinnt (persönlich wichtigste der vier Sportarten)?	0,5€	500€	14€	5€	26,2
Gewichtheben	0,5€	500€	17€	5€	10,3
Fechten	1€	200€	11€	5€	4,3
Judo	0,5€	150€	15€	5€	4,8
Triathlon	0,5€	120€	12€	5€	6,8

4.2.2 Indikatoren für die Unterstützung eines Förderprogrammes

Es stellt sich die Frage, welche Indikatoren die Einstellung zur Unterstützung eines Förderprogramms für den Spitzensport fördern. Dies wurde mittels einer logistischen Regressionsanalyse eruiert (Methode Einschluss). Als unabhängige Indikatoren wurden die sozio-demographischen Angaben zu Alter, Geschlecht, Bildung, Migrations-

hintergrund und Einkommen herangezogen. Dabei wurde die Variablen Alter und Einkommen in Dummy-Variablen umkodiert, welche verschiedene Alters- bzw. Einkommensgruppen widerspiegeln.

Die Ergebnisse zeigen an, dass die soziodemografischen Faktoren einen signifikanten Einfluss auf die Bereitschaft, Förderprogramme für den Spitzensport zu unterstützen hat ($\chi^2 = 20,625$; $-2LL = 2.351,319$; $p = 0,037$). Als Gütemaß wird die Pseudo-R²-Statistik herangezogen: Mc-Faddens-R² beträgt 0,008. Ab Werten von 0,2 bzw. 0,4 wird von einer guten Modellanpassung gesprochen (Urban, 1993; zitiert nach Backhaus, Erichson, Plinke, & Weiber, 2006, 449). Der Wert für dieses Modell sollte daher eher als sehr gering bezeichnet werden. Dies bedeutet somit, dass es weitere Einflussfaktoren gibt, die hier nicht integriert worden sind.

Bildung ist ein signifikanter Einflussfaktor für die Bereitschaft, Förderprogramme zu unterstützen. Die Chance einer Person, die mindestens das Abitur als höchsten Bildungsabschluss hat, ein Förderprogramm zu unterstützen liegt um 0,762 Einheiten niedriger als für eine Person, die einen sonstigen Abschluss hat. Alle weiteren Faktoren haben keinen signifikanten Einfluss auf die Bereitschaft zur Unterstützung eines Förderprogramms für den Spitzensport (vgl. Tabelle 11).

Tabelle 11: Ergebnisse der logistischen Regressionsanalyse mit der abhängigen Variablen Bereitschaft zur Unterstützung eines Förderprogramms für den Spitzensport.

Variablen	B	SD	Wald	p	e ^β
Geschlecht (weiblich)	,123	,104	1,392	,238	1,131
Alter ⁺ : 33-44 Jahre	-,157	,162	,940	,332	,855
Alter: 45-53 Jahre	-,260	,163	2,548	,110	,771
Alter: 54-65 Jahre	-,295	,164	3,248	,072	,745
Alter: 66 Jahre und älter	-,132	,166	,632	,427	,876
Migrationshintergrund (vorhanden)	,226	,143	2,477	,116	1,253
Abitur und höhere Bildung	-,272	,107	6,417	,011*	,762
Einkommen ⁺⁺ : 601-1.100	,164	,167	,954	,329	1,178
Einkommen: 1.101-1.610	,164	,168	,954	,329	1,178
Einkommen: 1.611-2.500	-,063	,148	,181	,670	,939
Einkommen: 2.501 und höher	-,086	,179	,227	,633	,918
Konstante	1,111	,142	60,928	,000***	3,037

* $p \leq 0,05$; ** $p \leq 0,01$; *** $p \leq 0,001$; + Referenzkategorie: Alter bis 32 Jahre; ++ Referenzkategorie: Einkommen bis 600 €

Darüber hinaus wurde analysiert, welche Indikatoren, für eine Spendenbereitschaft von mehr als drei Euro signifikant sind. Als unabhängige Indikatoren wurden die so-

zio-demographischen Angaben zu Alter, Geschlecht, Bildung, Migrationshintergrund und Einkommen herangezogen.

Es lässt sich feststellen, dass die soziodemografischen Faktoren einen signifikanten Einfluss auf die Bereitschaft, Förderprogramme für den Spitzensport mit mehr als drei Euro zu unterstützen, haben ($\chi^2 = 59,517$; $-2LL = 2.372,691$; $p = 0,000$). Als Gütemaß wird die Pseudo-R²-Statistik berechnet: Mc-Faddens-R² beträgt 0,024.

Das Geschlecht, höheres Alter, Bildung, mittleres und hohes Einkommen weisen signifikante Effekte auf die Bereitschaft zur Unterstützung eines Förderprogramms für den Spitzensport mit mehr als drei Euro auf. Anhand der Resultate (vgl. Tabelle 12) lässt sich erkennen, dass eine gute Bildung in diesem Fall die Chancen, zur Unterstützung eines Förderprogrammes mit mehr als drei Euro um 1,489 Einheiten erhöht. Das Geschlecht spielt in diesem Kontext ebenfalls eine wichtige Rolle, da es einen Einfluss auf die Bereitschaft mehr als drei Euro zu spenden hat. Die Chance, dass Frauen mehr als drei Euro spenden ist um 0,751 Einheiten geringer als für Männer. Die Chance einer Person, die mehr als 2.501€ netto im Monat verdient ist um 1,876 Einheiten höher als die Chance einer Person die bis zu 600€ verdient.

Tabelle 2: Ergebnisse der logistischen Regressionsanalyse mit der abhängigen Variablen Bereitschaft zur Unterstützung eines Förderprogramms für den Spitzensport mit mehr als drei Euro.

Variablen	B	SD	Wald	p	e ^B
Geschlecht (weiblich)	-,286	,103	7,679	,006**	,751
Alter ⁺ : 33-44 Jahre	-,247	,156	2,528	,112	,781
Alter: 45-53 Jahre	-,123	,156	,615	,433	,885
Alter: 54-65 Jahre	-,263	,160	2,705	,100	,769
Alter: 66 Jahre und älter	-,345	,161	4,575	,032*	,708
Migrationshintergrund (vorhanden)	,167	,133	1,581	,209	1,182
Abitur und höhere Bildung	,398	,106	14,169	,000***	1,489
Einkommen ⁺⁺ : 601-1.100	,274	,161	2,890	,089	1,315
Einkommen: 1.101-1.610	,323	,159	4,126	,042*	1,382
Einkommen: 1.611-2.500	,277	,147	3,543	,060	1,319
Einkommen: 2.501 und höher	,629	,173	13,147	,000***	1,876
Konstante	-,902	,135	44,472	,000***	,406

* $p \leq 0,05$; ** $p \leq 0,01$; *** $p \leq 0,001$; + Referenzkategorie: Alter bis 32 Jahre; ++ Referenzkategorie: Einkommen bis 600 €

4.3 Spitzensport als außenpolitischer Faktor

In diesem Kapitel ist die politische Funktion, hier insbesondere der Spitzensport als außenpolitischer Standortfaktor, im Fokus. Die Analyse wurde mithilfe von Sekundärdaten über die Internetsuchmaschine Google durchgeführt (weitere Angaben zur Methodik in Kapitel 3).

4.3.1 Globalorientierte Analyse der Google-Hits

Zunächst wurden die Google-Hits verschiedener bekannter und bedeutender deutscher Persönlichkeiten in diversen Ländern miteinander verglichen. Stellvertretend für den deutschen Spitzensport wurden hierfür Sebastian Vettel, Dirk Nowitzki, Bastian Schweinsteiger und Timo Boll ausgewählt, während die Bereiche Politik, Wirtschaft und Kultur durch den Bundespräsidenten Christian Wulff, den Vorstandsvorsitzender der Daimler AG Dr. Dieter Zetsche und den Literaturnobelpreisträger Günter Grass repräsentiert wurden. Die Analyse der Google-Hits zeigt, dass die deutschen Spitzensportler nahezu für jedes Land mehr Treffer erzielen als die Personen aus den anderen Bereichen (vgl. Tabelle 13 und Abb. 10 und 11).

Tabelle 13: Vergleich der Google-Hits von Personen aus unterschiedlichen Bereichen in verschiedenen Ländern (Stand: 24.10.2011).

Name/Land	China	Indien	USA	Brasilien	Russland
Sebastian Vettel	96.800	299.000	9.400.000	1.090.000	152.000
Dirk Nowitzki	679.000	47.200	6.570.000	51.700	19.300
Bastian Schweinsteiger	75.500	18.300	1.150.000	35.900	555.000
Timo Boll	22.200	7.400	362.000	12.900	15.200
Dieter Zetsche	12.800	4.680	209.000	7.010	2.810
Christian Wulff	4.530	11.300	330.000	37.900	6.710
Günter Grass	6.320	2.780	317.000	35.700	6.010

Für China lässt sich ein deutlicher Unterschied zwischen Spitzensportlern und Personen anderer Bereiche ausmachen (vgl. Abb. 10). Insbesondere Dirk Nowitzki mit knapp 680.000 Treffern übertrifft alle anderen Personen um ein Vielfaches. Dies kann durch das große Interesse der chinesischen Bevölkerung für die Nordamerikanische Basketballliga NBA und Dirk Nowitzkis gegenwärtigen Erfolge in selbiger begründet werden. Doch auch Timo Boll erzielt annähernd die gleiche Trefferanzahl wie Dieter Zetsche, Günter Grass und Cristian Wulff zusammen.

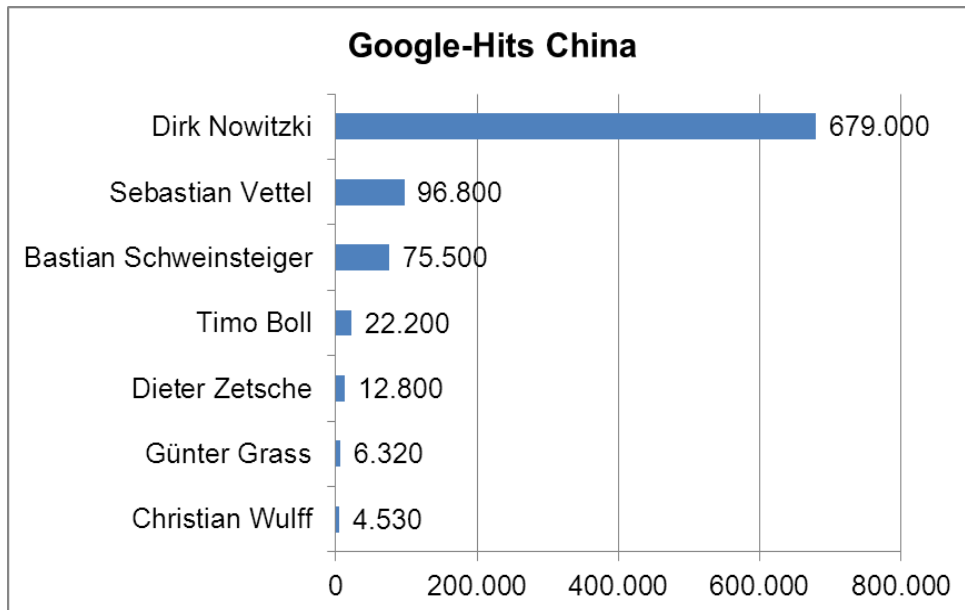


Abbildung 10: Google-Hits China (Stand: 24.10.2011).

Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der Analyse der Google-Hits in den USA (vgl. Abb. 11). Wiederrum rangieren die Spitzensportler vor den Vertretern aus Politik, Kultur und Wirtschaft, wobei Sebastian Vettel das Feld vor Dirk Nowitzki anführt. Im Gegensatz zum „Tischtennisland“ China sind die Unterschiede in den USA zwischen Timo Boll und Christian Wulff bzw. Günter Grass allerdings vergleichsweise gering.

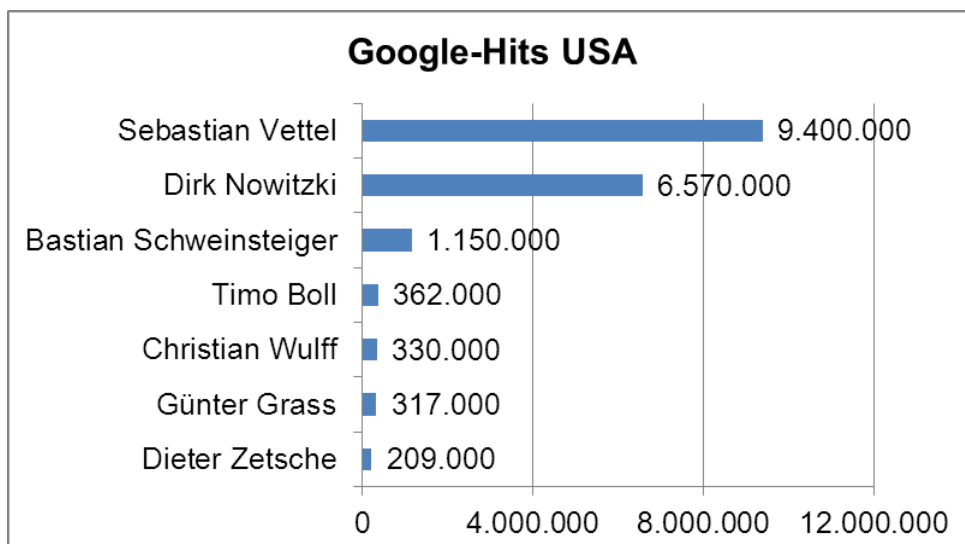


Abbildung 11: Google-Hits USA (Stand: 24.10.2011).

Aus der Analyse der Google-Hits lässt sich des Weiteren schließen, dass die Unterschiede zwischen den untersuchten Personen, und insbesondere zwischen den Spitzensportlern, von der Affinität und Begeisterung der Bevölkerung eines Landes für bestimmte Bereiche bzw. Sportarten und Sportler abhängen und somit von Land zu Land stark variieren. So lässt sich beispielsweise für Sebastian Vettel feststellen, dass er, wie oben dargestellt, in China weitaus weniger Treffer als Dirk Nowitzki aufweist, in Brasilien, einem motorsportbegeisterten Land und Heimat der Rennfahrerlegenden Ayrton Senna und Nelson Piquet, hingegen mit mehr als 1.000.000 Treffern im Vergleich zu Dirk Nowitzki (gut 50.000 Treffer) deutlich höhere Werte erzielt. Das gleiche Phänomen lässt sich für Bastian Schweinsteiger in Russland feststellen, wo er mit 550.000 Treffern deutlich vor Sebastian Vettel (gut 150.000 Treffer) und Dirk Nowitzki (knapp 20.000 Treffern) an der Spitze liegt. Nicht außer Acht lassen sollte man die Bedeutung der Medien, hier insbesondere der Print- und Neuen Medien, die durch Auswahl und Umfang ihrer Berichterstattung das Ergebnis zu einem großen Teil mitbestimmen. Überdies werden die Medien in diversen Ländern der Welt von der Politik beeinflusst und zensiert (z. B. China).

Zusammenfassend macht die globalorientierte Analyse deutlich, dass sich (1) für die absoluten Topstars des deutschen Spitzensports deutlich höhere Google-Hits feststellen lassen als für bedeutende Personen aus den Bereichen Politik, Wirtschaft und Kultur, und dass (2) die Anzahl der Google-Hits der einzelnen Sportler stark abhängig vom Interesse der Bevölkerung und der Auswahl und Quantität der medialen Berichterstattung ist.

Deutschen Spitzensportlern kommt somit eine besondere Bedeutung in der Gesellschaft zu. Im Ausland nehmen sie gewissermaßen die Position eines aktiven Repräsentanten ein. In dieser Position sind sie ein Vorbild in den Bereichen Wertevermittlung, Nationalstolz, Integration und Gesundheit. Dabei sollte allerdings bedacht werden, dass Spitzensportler wie Dirk Nowitzki und Sebastian Vettel durch ihre weltweiten Erfolge Deutschland zwar repräsentieren, allerdings in punkto Bekanntheit und Einkommen nicht repräsentativ für deutsche Spitzensportler sind.

4.3.2 Länderspezifische Analyse der Google-Hits

Im zweiten Teil der Analyse des Sports als außenpolitischer Standortfaktor wurde eine länderspezifische Untersuchung der Google-Hits deutscher Spitzensportler durchgeführt. Dabei wurde angenommen, dass Sportler in bestimmten Ländern vergleichsweise mehr Treffer erzielen würden als in anderen Ländern. Gründe dafür könnten sehr komplexer Natur sein: Herkunft eines Sportlers, Wohnort, familiäre

Verhältnisse, eine größere gesellschaftliche und mediale Beachtung der Sportart in diesem Land oder bestimmte Erfolge bzw. Misserfolge des Sportlers in diesem Land. Bei der Analyse muss beachtet werden, dass sich die Google-Hits einzelner Länder nur sehr schwer miteinander vergleichen lassen. Die augenscheinlichsten Einflussfaktoren auf die Anzahl der Google-Hits in einem Land sind Größe, Status und Bevölkerungszahl eines Landes. Allein diese Gründe erschweren z. B. einen Vergleich zwischen den USA und den Niederlanden. Des Weiteren muss Art und Umfang bzw. allein die bloße Möglichkeit der medialen Berichterstattung bzw. Informationsweitergabe einkalkuliert werden. Besonders bei einem Vergleich zwischen den außereuropäischen Ländern China, Brasilien, Russland und den USA spielen diese Faktoren, die zum großen Teil auch politisch bestimmt, reguliert und zensiert werden, eine große Rolle. Somit sind die hier aufgeführten länderspezifischen Vergleiche der Google-Hits lediglich als Tendenzen zu verstehen.

Für die ehemalige Eisschnellläuferin Anni Friesinger-Postma wurde beispielsweise angenommen, dass sie in den Niederlanden aufgrund ihrer großen Popularität und der allgemeinen Begeisterung der niederländischen Bevölkerung für Eisschnelllauf eine vergleichsweise größere Anzahl an Google-Treffern erzielen würde. Die Analyse der Google-Treffer ergab, dass für Anni Friesinger in den Niederlanden ein Vielfaches der Trefferzahlen anderer Länder generiert wurde (vgl. Abb. 12).

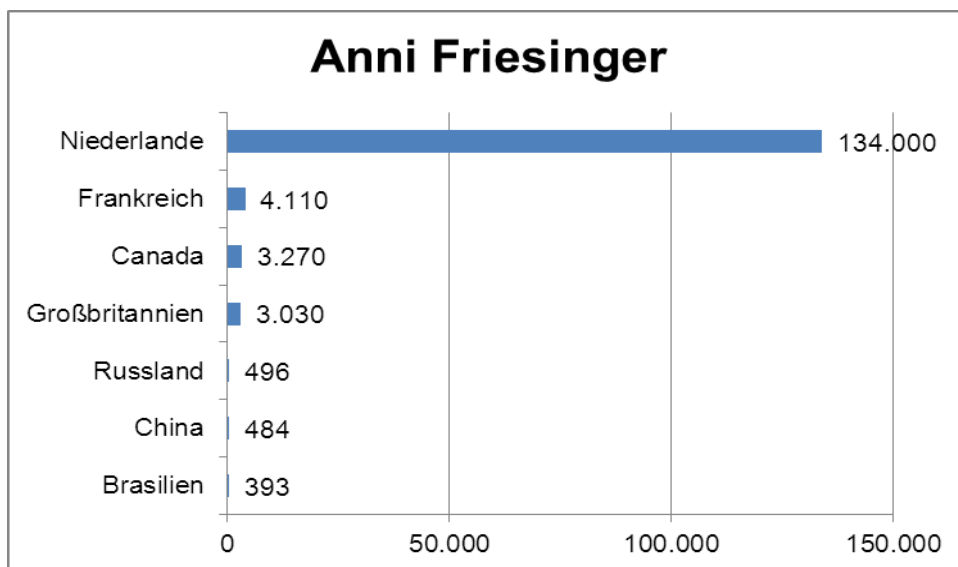


Abbildung 12: Google-Hits von Anni Friesinger in verschiedenen Ländern (Suchgrundlage war der Geburtsname; Stand: 24.10.2011).

Dieses Ergebnis ist nicht verwunderlich, wenn man bedenkt, dass viele der oben genannten möglichen Gründe für eine Trefferdivergenz auf Anni Friesinger-Postma zutreffen.

Vergleicht man die Trefferzahlen der Skirennläuferin Maria Höfl-Riesch in verschiedenen Ländern, zeigt sich, dass für Länder mit einer hohen Affinität zum Wintersport im Allgemeinen und zum Skirennlaufen im Speziellen höhere Trefferquoten als für (größtenteils) skiabstinente Länder erzielt wurden (vgl. Abb. 13).

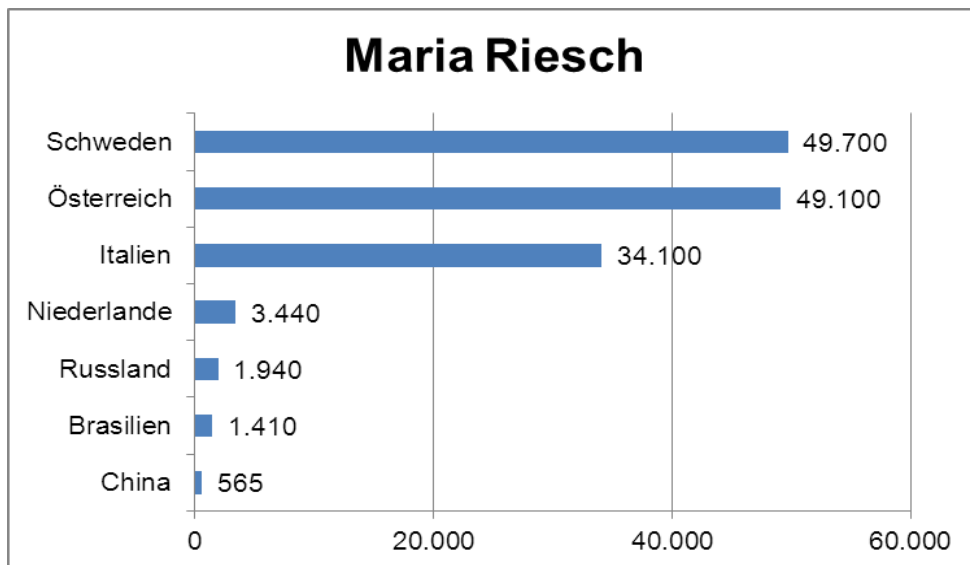


Abbildung 13: Google-Hits von Maria Riesch in verschiedenen Ländern (Suchgrundlage war der Geburtsname; Stand: 24.10.2011).

Ein Beispiel dafür, dass bestimmte Stationen einer Sportlerkarriere Einfluss auf die Google-Hits haben können, zeigt sich bei der deutschen Volleyballerin Angelina Grün. Die in Tadschikistan geborene Profisportlerin spielte eine lange Zeit ihrer Karriere in Italien und wurde mit Foppapedretti Bergamo u.a. italienischer Meister und Pokalsieger sowie Champions League Sieger. Außerdem spielte sie ein Jahr in der Türkei. Betrachtet man die Google-Hits von Angelina Grün, zeigt sich, dass für Italien deutlich mehr Treffer erzielt wurden als für andere Länder (vgl. Abb. 14).

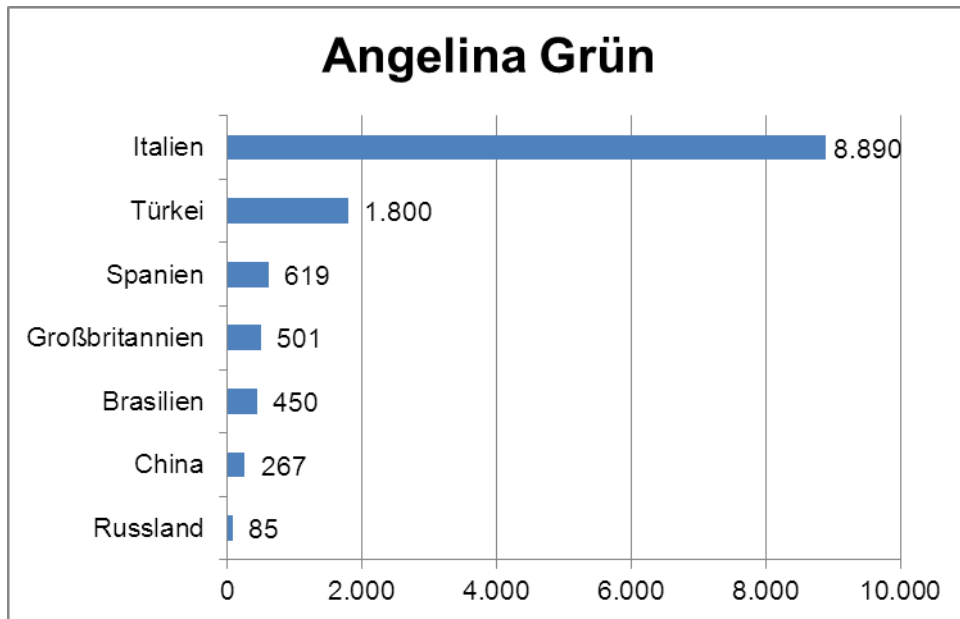


Abbildung 14: Google-Hits von Angelina Grün in verschiedenen Ländern (Stand: 24.10.2011).

Der deutsche Windsurf-Weltmeister Philip Köster ist wohl das aktuellste Beispiel dafür, dass Herkunft und Wohnort in besonderem Maße die Anzahl der Google-Hits bestimmen (vgl. Abb. 15). Der auf Gran Canaria geborene und lebende Sohn deutscher Auswanderer erzielte in Spanien mit gut 24.000 Hits einen vergleichsweise hohen Wert. Ebenfalls hoch waren seine Google-Hits im wassersport-affinen Frankreich.

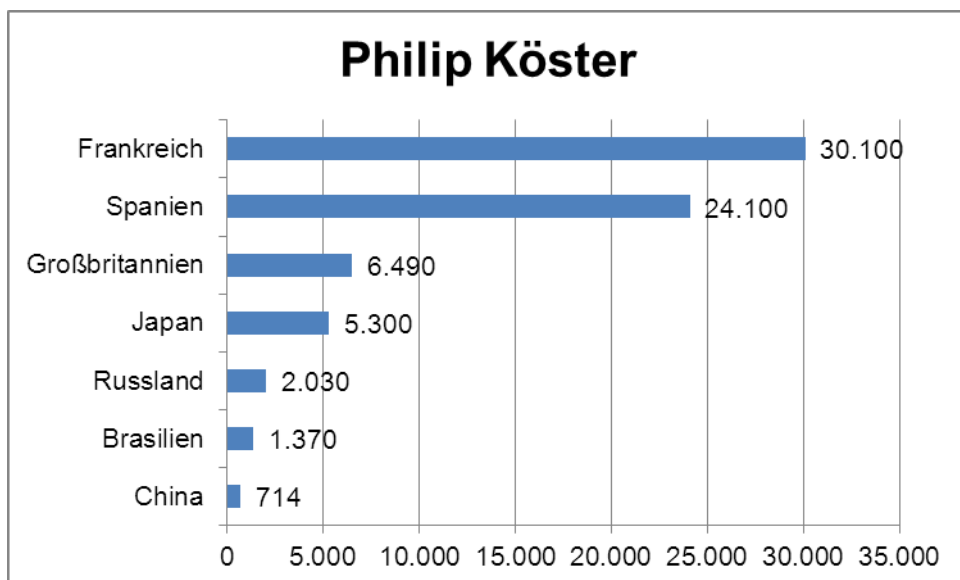


Abbildung 15: Google-Hits von Philip Köster in verschiedenen Ländern (Stand: 24.10.2011).

Während in Brasilien für die deutschen (Ex-)Topsportler Anni Friesinger, Maria Riesch, Angelina Grün und Philip Köster vergleichsweise geringe Werte erzielt wurden (vgl. Abb. 12-15), zeigt sich für die deutsche Fußballerin Fatmire Bajramaj ein anderes Bild. In Brasilien, dem Land der Ausnahmefußballerin Marta, liegt die Nationalspielerin mit knapp 6.500 Hits deutlich vor anderen Nationen (vgl. Abb. 16).

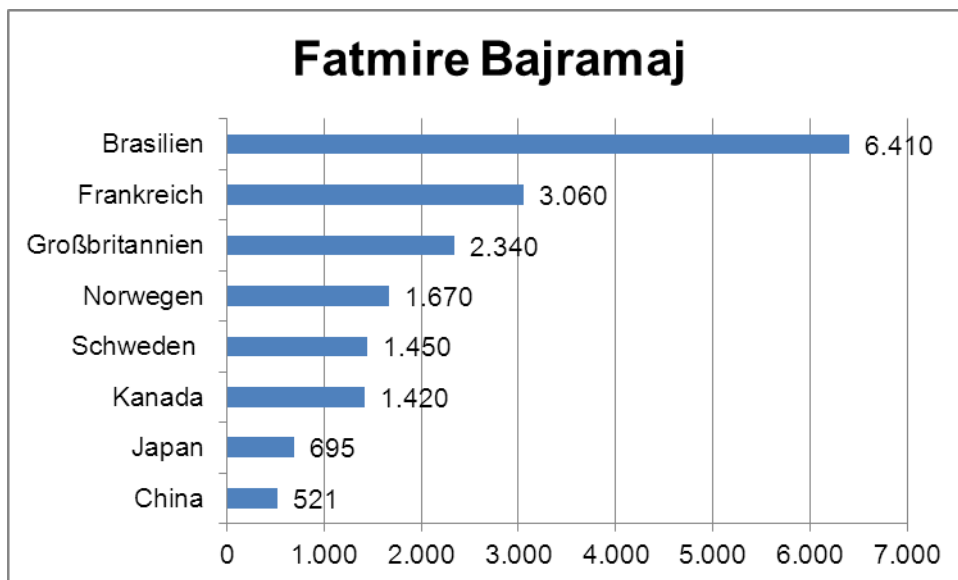


Abbildung 16: Google-Hits von Fatmire Bajramaj in verschiedenen Ländern (Stand: 24.10.2011).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass deutsche Spitzensportler in anderen Ländern abhängig von diversen Faktoren eine differenzierte repräsentative Stellung einnehmen und als außenpolitischer Standortfaktor individuell betrachtet und bewertet werden müssen. So ist Anni Friesinger in den Niederlanden sehr populär, in Brasilien wohl aber nur wenigen Personen bekannt; und Angelina Grün erreicht in Spanien sicherlich nicht den Bekanntheitsstatus wie aktuell ein Philip Köster. Dennoch müssen die aufgeführten Ergebnisse bezüglich ihrer Vergleichbarkeit mit anderen Ländern aufgrund der oben genannten Gründe mit Vorsicht betrachtet und eingeordnet werden.

4.3.3 Analyse der Facebook-Likes

Im dritten Teil der Analyse des Sports als außenpolitischer Standortfaktor wurden die Facebook-Likes der bereits in der Google-Hits-Analyse untersuchten Personen analysiert. Der Like-Button (im Deutschen auch unter Gefällt-Mir-Button bekannt) des sozialen Netzwerkes Facebook stellt für die Nutzer eine Möglichkeit dar, Inhalte mit befreundeten Personen zu teilen. So wird der User durch das Drücken des Like-Buttons zu einer Art Anhänger eines bestimmten Inhaltes, i. w. S. also zu einem Mit-

glied einer virtuellen Gruppe. Durch die vernetzte Struktur von Facebook wird dieser Status anderen, befreundeten Usern als Information weitergeleitet. Sucht man bei Facebook z. B. nach Manuel Neuer, hat man anschließend durch das Drücken des Like-Buttons die Möglichkeit eine von gut 450.000 Personen (Stand: Oktober 2011) zu werden, denen diese Facebook-Page „gefällt“.

In einem ersten Schritt wurden zunächst die Personen der globalorientierten Google-Hits-Analyse auf die Anzahl ihrer Facebook-Likes untersucht. Ähnlich der Analyse der Google-Hits zeigt sich eine klare Dominanz der Spitzensportler gegenüber den Vertretern aus Politik, Wirtschaft und Kultur (vgl. Abb. 17).

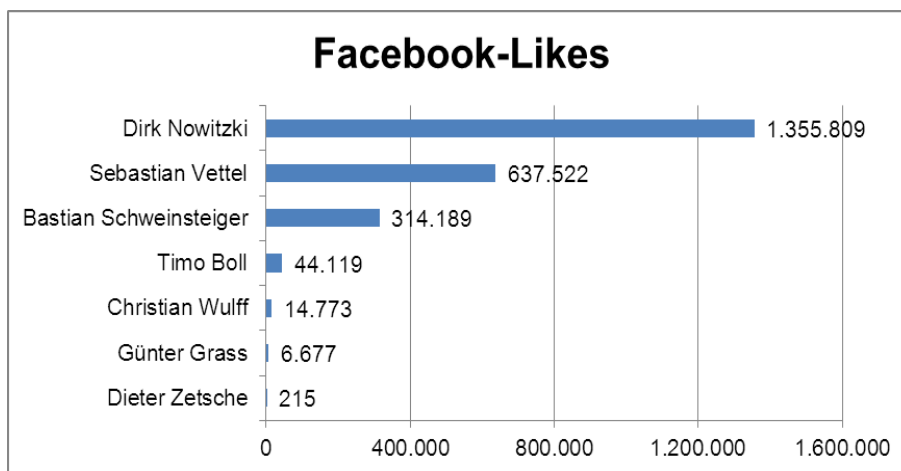


Abbildung 17: Anzahl der Facebook-Likes verschiedener Personen (Stand: 26.10.2011).

Vergleicht man die Facebook-Likes zusätzlich anhand zweier verschiedener Recherchezeitpunkte, fällt auf, dass die Anzahl der Anhänger sehr stark vom jeweiligen Zeitpunkt abhängt. Während Dirk Nowitzki am 06.06.2011, während der laufenden NBA Finals, an deren Ende seine Mannschaft als NBA-Champion 2011 hervorging, noch knapp 110.00 Facebook-Likes hatte, waren es am 26.10.2011 über 1.300.000 Likes und damit mehr als das 10-fache des ersten Zeitpunktes (vgl. Abb. 18). Der Hype, den Dirk Nowitzkis erster NBA-Titel nach sich zog, spiegelt sich somit eindrucksvoll in der Facebook-Statistik wieder. Sebastian Vettel und Timo Boll steigerten im gleichen Zeitraum ihre Facebook-Likes um ungefähr das Doppelte, während sich Bastian Schweinsteigers Wert „nur“ um knapp 50% steigerte. Ein Grund dafür könnten die unterschiedlichen Erfolge der Athleten in diesem Zeitraum sein. Während Timo Boll im Oktober 2011 Tischtennis-Europameister wurde und Sebastian Vettel vorzeitig als Formel-1-Weltmeister 2011 feststand, konnte sich Bastian Schweinsteiger im abgebildeten Zeitraum v.a. aufgrund fehlender Fußball-Großereignisse nicht über ein bestimmtes Maß hinaus in Szene setzen.

Des Weiteren fällt auf, dass die Werte der Sportler zeitlich gesehen wesentlich flexibler gegenüber Veränderungen sind, während die Facebook-Likes der Personen aus anderen Bereichen beständiger erscheinen. Dies könnte daran liegen, dass Spitzensportler durch verschiedene Faktoren (z. B. Vorbildfunktion, Identifikationsfigur, große mediale Präsenz) einen größeren Reiz auf Anhänger und Sportinteressierte ausüben und in Folge dessen Werte innerhalb sehr kurzer Zeit exponentiell steigen oder sinken können.

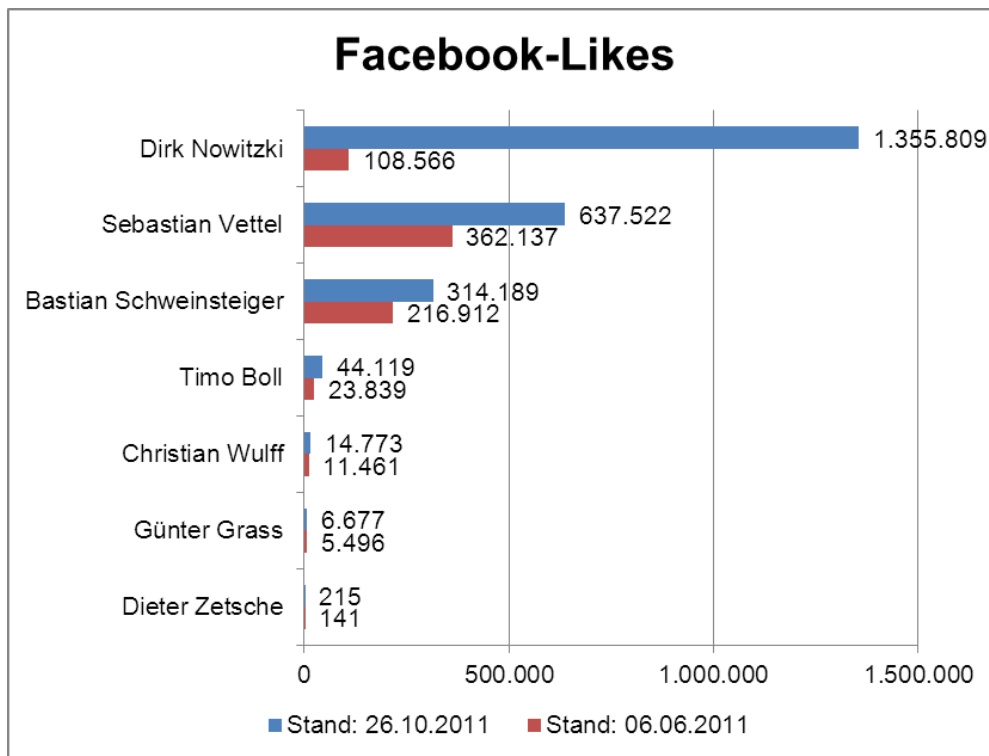


Abbildung 18: Anzahl der Facebook-Likes verschiedener Personen (Stand: 26.10.2011).

Die Analyse der Facebook-Likes offenbart große Unterschiede zwischen den untersuchten deutscher Spitzenathleten. Während z. B. die deutsche Fußballnationalspielerin Fatmire Bajramaj mehr als 50.000 Facebook-Anhänger hat, kommt die Volleyballnationalspielerin Angelina Grün auf gut 2000 Facebook-Likes (vgl. Abb. 19). Die Gründe dafür könnten vielfältig sein. An dem Beispiel Dirk Nowitzki lässt sich erkennen, dass vor allem herausragender (und medial beachteter) sportlicher Erfolg ein bedeutender Faktor für einen Anstieg der Facebook-Likes ist. Weitere Gründe könnten die individuellen Aspekte eines Sportlers, wie Alter, Lebensstil und Aussehen, die Vermarktung des Sportlers und das gesellschaftliche und mediale Interesse an dem Sportler bzw. der Sportart sein.

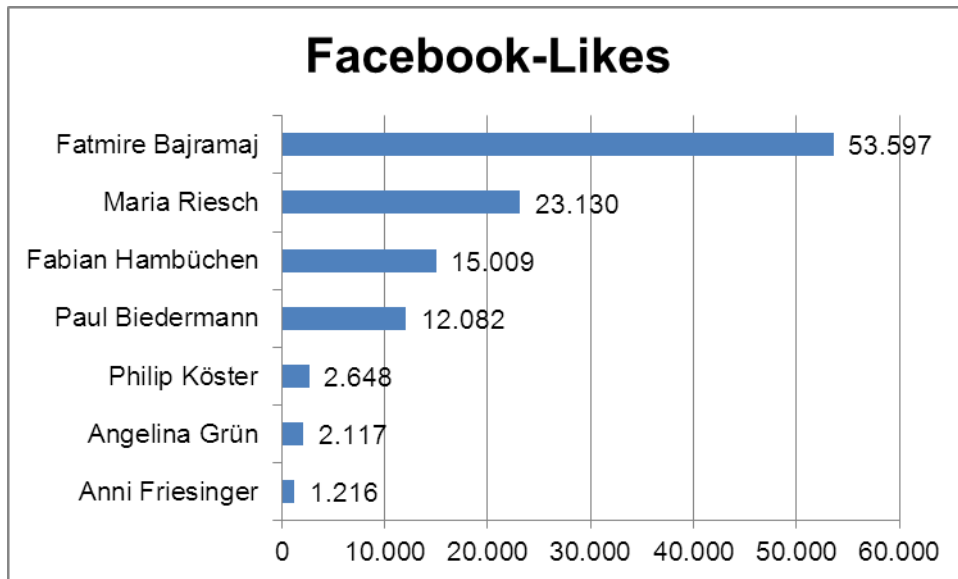


Abbildung 19: Anzahl der Facebook-Likes verschiedener Personen (Stand: 26.10.2011).

Generell lässt sich zur Analyse der Facebook-Likes sagen, dass analog zur realen Welt auch im weltweiten Netzwerk große Unterschiede zwischen den absoluten Weltstars und den deutschen Spitzenathleten bestehen. Zeigt sich dies in der Realität vor allem durch das größere öffentliche Interesse für und eine nicht zu vergleichende ökonomische Position von Stars wie Dirk Nowitzki und Sebastian Vettel, so offenbart sich dieser Unterschied in der virtuellen Welt z. B. durch ein Vielfaches an Facebook-Likes gegenüber anderen Sportlern. Somit kann von einer Art „Online-Zwei-Klassen-Gesellschaft“ gesprochen werden. Auf der einen Seite Weltstars wie Dirk Nowitzki mit über 1.000.000 Anhängern, auf der anderen Seite Spitzenathleten mit wenigen tausend Gruppenmitgliedern. Die oftmals proklamierte Schnelllebigkeit des Internets, hier insbesondere des sozialen Netzwerkes Facebook, wird am Beispiel der enorm gestiegenen Facebook-Anhängerschaft Dirk Nowitzkis eindrucksvoll bestätigt.

Da die Studie der Facebook-Likes keinen wissenschaftlichen Standards unterliegt, sind ihre Ergebnisse nur bedingt aussagekräftig und Rückschlüsse und Interpretationen oftmals eher spekulativer Natur. Eine Reihe von Faktoren beeinflusst die Anzahl der Facebook-Likes, wie z. B. das Vorhandensein von mehreren Anhängergruppen, das Löschen, Ändern oder Aktualisieren bestimmter Gruppen durch Facebook-Mitglieder oder Facebook selber oder die fehlende Kontrollmöglichkeit über Suchergebnisse. Des Weiteren muss bedacht werden, dass das Internet nicht jeder Person uneingeschränkt zur Verfügung stehen. In bestimmten Regionen und Ländern (u. a.

China) stehen zum Beispiel die Seiten des sozialen Netzwerkes Facebook nicht oder nur teilweise zur Verfügung.

Dennoch lassen sich aus dieser Studie gewisse Tendenzen ableiten, die zeigen, dass (1) Sportler wesentlich mehr Facebook-Likes haben als Personen aus den Bereichen Politik, Wirtschaft und Kultur, dass (2) Weltstars wie Sebastian Vettel und Dirk Nowitzki eine um ein Vielfaches höhere Anzahl an Facebook-Likes haben als Spitzensportler, und dass (3) in Abhängigkeit verschiedener Faktoren (u.a. des Erfolges) innerhalb kürzester Zeit eine enorme Verschiebung der Werte stattfinden kann.

5 Literatur

- Allison, L., & Monnington, T. (2002). Sport, Prestige and International Relations. *Government and Opposition*, 37(1), 106-134.
- Allmers, S., & Maennig, W. (2009). Economic impacts of the FIFA Soccer World Cups in France 1998, Germany 2006, and outlook for South Africa 2010. *Eastern Economic Journal*, 35(4), 500-519.
- Atkinson, G., Mourato, S., Szymanski, S., & Ozdemiroglu, E. (2008). Are We Willing to Pay Enough to `Back the Bid'? Valuing the Intangible Impacts of London's Bid to Host the 2012 Summer Olympic Games. *Urban Studies*, 45(2), 419-444. doi: 10.1177/0042098007085971
- Allmers, S., & Maennig, W. (2009). Economic impacts of the FIFA Soccer World Cups in France 1998, Germany 2006, and outlook for South Africa 2010. *Eastern Economic Journal*, 35(4), 500-519.
- Atkinson, G., Mourato, S., Szymanski, S., & Ozdemiroglu, E. (2008). Are We Willing to Pay Enough to `Back the Bid'? Valuing the Intangible Impacts of London's Bid to Host the 2012 Summer Olympic Games. *Urban Studies*, 45(2), 419-444.
- Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., & Weiber, R. (2006). *Multivariate Analysenmethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung*. Berlin: Springer.
- Bairner, A. (2001). *Sports, Nationalism, and Globalization: European and North American Perspectives*. Albany: State University of New York.
- Barget, E., & Gouguet, J.-J. (2007). The Total Economic Value of Sporting Events Theory and Practice. *Journal of Sports Economics*, 8(2), 165-182.
- Becker, P., Berner, A., & Oertel, J. (1984). Sport und Sozialisation. In H. Kaeber & B. Tripp (Eds.), *Gesellschaftliche Funktionen des Sports: Beiträge einer Fachtagung*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Castellanos, P., García, J., & Sánchez, J. (2011). The Willingness to Pay to Keep a Football Club in a City: How Important are the Methodological Issues? *Journal of Sports Economics*, 12(4), 464 - 486
- Coates, D., & Humphreys, B. R. (2003). Professional Sport Facilities: Franchises and Urban Economic Development. *Public Finance and Management*, 3(3), 335-357.
- Denham, B. E. (2010). Correlates of pride in the performance success of United States athletes competing on an international stage. *International Review for the Sociology of Sport*, 45(4), 457-473.
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95(3), 542-575.
- Dohmen, T., Falk, A., Huffman, D., & Sunde, U. (2006). *Seemingly Irrelevant Events Affect Economic Perceptions and Expectations: The FIFA World Cup 2006 as a Natural Experiment*. IZA Discussion Paper No. 2275. Bonn: Institute for the Study of Labor.
- Downward, P., Dawson, A., & Dejonghe, T. (2009). *Sport Economics. Theory, Evidence and Policy*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Du Plessis, S. A., & Maennig, W. (2010). *The World Cup 2010 high frequency economics: effects on international awareness and (self-defeating) tourism*. Hamburg Contemporary Economic Discussions N° 37. Hamburg: University of Hamburg, Faculty of Economics and Social Science.

- Ehalt, H. C., & Weiß, O. (1993). *Sport: Zwischen Disziplinierung und neuen sozialen Bewegungen*. Wien: Böhlau-Verlag.
- Evans, M. D. R., & Kelley, J. (2002). National Pride in the Developed World: Survey Data from 24 Nations. *International Journal of Public Opinion Research*, 14(3), 303-338.
- Forrest, D., & Simmons, R. (2003). Sport and Gambling. *Oxford Review of Economic Policy*, 19(4), 598-611.
- Gabler, S., & Häder, S. (1999). Erfahrungen beim Aufbau eines Auswahlverfahrens für Telefonstichproben in Deutschland. *ZUMA-Nachrichten*, 44(1), 45-61.
- Garcia-del-Barrio, P., & Pujol, F. (2007). Hidden monopsony rents in winner-take-all markets - sport and economic contribution of Spanish soccer players. *Managerial and Decision Economics*, 28(1), 57-70.
- Giulianotti, R., & Robertson, R. (2007). Recovering the social: Globalization, football and transnationalism. *Global Networks*, 7(2), 166-186.
- Heinemann, K. (1990). *Einführung in die Soziologie des Sports* (3rd ed.). Schorndorf: Hofmann-Verlag.
- Hong, E. (2011). Elite Sport and Nation-Building in South Korea: South Korea as the Dark Horse in Global Elite Sport. *The International Journal of the History of Sport*, 28(7), 977-989.
- Houlihan, B. (1997). Sport, national identity and public policy. *Nations and Nationalism*, 3(1), 113-137.
- Humphreys, B. R., Johnson, B. K., Mason, D. S., & Whitehead, J. (2011). *Estimating the Value of Medal Success at the 2010 Winter Olympic Games*. Working Paper of the University of Alberta, the Centre College, and the Appalachian State University, Canada.
- Jinxia, D., & Mangan, J. A. (2008). Beijing Olympics Legacies: Certain Intentions and Certain and Uncertain Outcomes. *The International Journal of the History of Sport*, 25(14), 2019-2040.
- Johnson, B. K., Whitehead, J. C., Mason, D. S., & Walker, G. J. (2007). Willingness to Pay for Amateur Sport and Recreation Programs. *Contemporary Economic Policy*, 25(4), 553-564.
- Kaplanidou, K., & Karadakis, K. (2010). Understanding the Legacies of a Host Olympic City: The Case of the 2010 Vancouver Olympic Games. *Sport Marketing Quarterly*, 19(2), 110-117.
- Kavetsos, G., & Szymanski, S. (2010). National well-being and international sports events. *Journal of Economic Psychology*, 31(2), 158-171.
- Lechner, F. J. (2007a). Imagined communities in the global game: Soccer and the development of Dutch national identity. *Global Networks*, 7(2), 215.
- Lechner, F. J. (2007b). Redefining national identity: Dutch evidence on global patterns. *International Journal of Comparative Sociology*, 48(4), 355-368.
- Maguire, J., & Poulton, E. (1999). European identity politics in Euro 96: Invented traditions and national habitus codes. *International Review for the Sociology of Sport*, 34(1), 17-29.
- Österreichische Sporthilfe. (2009). *Social Impact Studie 2009: Einfluss von SpitzensportlerInnen auf die Gesellschaft*. Wien: Österreichische Sporthilfe.
- Rahmann, B., Weber, W., Groening, Y., Kurscheidt, M., Napp, H.-G., & Pauli, M. (2000). *Sozio-ökonomische Analyse der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland: Gesellschaftliche Wirkungen Kosten-Nutzen Analyse und*

-
- Finanzierungsmodelle einer Sportgroßveranstaltung*. Köln: Sport und Buch Strauß.
- Rätzel, S., & Weimann, J. (2006). Der Maradona Effekt: Wie viel Wohlfahrt schafft die deutsche Nationalmannschaft? *Perspektiven der Wirtschaftspolitik*, 7(2), 257-270.
- Scheitle, C. P. (2011). Google's Insights for Search: A Note Evaluating the Use of Search Engine Data in Social Research. *Social Science Quarterly*, 92(1), 285-295.
- Smith, T. W., & Kim, S. (2006). National pride in comparative perspective: 1995/96 and 2003/04. *International Journal of Public Opinion Research*, 18(1), 127-136.
- Spiers, A., & Walker, G. J. (2008). The Effects of Ethnicity and Leisure Satisfaction on Happiness, Peacefulness and Quality of Life. *Leisure Sciences*, 31(1), 84-99.
- Süssmuth, B., Heyne, M., & Maennig, W. (2010). Induced Civic Pride and Integration. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 72(2), 202-220.
- van Hilvoorde, I., Elling, A., & Stokvis, R. (2010). How to influence national pride? The Olympic medal index as a unifying narrative. *International Review for the Sociology of Sport*, 45(1), 87-102.
- Walton, H., Longo, A., & Dawson, P. (2008). A Contingent Valuation of the 2012 London Olympic Games. *Journal of Sports Economics*, 9(3), 304-317.
- Weiß, O. (1990). *Sport und Gesellschaft: Eine sozialpsychologische Perspektive*. Wien: Österreichischer Bundesverlag.
- Wicker, P., Prinz, J., & von Hanau, T. (in press). Estimating the value of national sporting success. *Sport Management Review*.
- Wong, L. L. (2002). Global celebrity athletes and nationalism. *Journal of Sport & Social Issues*, 26(2), 168-194.

6 Anhang: Fragenkatalog

„Guten Tag. Mein Name ist _____(Vorname, Nachname). Die Stiftung Deutsche Sporthilfe möchte den Stellenwert des Spitzensports in Deutschland untersuchen. Hierzu führt die Deutsche Sporthochschule Köln eine Befragung durch. Die Befragung ist anonym und die Beantwortung der Fragen wird zirka zehn Minuten dauern. Wenn Sie einverstanden sind, würde ich die Befragung aus statistischen Gründen gerne mit der Person in Ihrem Haushalt durchführen, die als letztes Geburtstag hatte, und mindestens 18 Jahre alt ist.“

1. Bei den letzten Olympischen Sommerspielen in Peking 2008 haben deutsche Athleten insgesamt 41 Medaillen gewonnen, davon 16 Goldmedaillen. Damit belegte Deutschland den 5. Rang im Medaillenspiegel. Können Sie sich an Namen deutscher Goldmedaillengewinner erinnern?
2. Wie zufrieden sind Sie mit der Medaillenausbeute der deutschen Athleten bei den Olympischen Spielen 2008 in Peking (gar nicht zufrieden; eher zufrieden; teils, teils; eher unzufrieden; sehr unzufrieden)?
- 3a. Britta Heidemann hat eine Goldmedaille im Fechten gewonnen. Wie wichtig fanden Sie persönlich diesen Olympiasieg (gar nicht wichtig; eher unwichtig; teils, teils; eher wichtig; sehr wichtig)?
- 3b. Jan Frodeno hat eine Goldmedaille im Fechten gewonnen. Wie wichtig fanden Sie persönlich diesen Olympiasieg (gar nicht wichtig; eher unwichtig; teils, teils; eher wichtig; sehr wichtig)?
- 3c. Ole Bischof hat eine Goldmedaille im Fechten gewonnen. Wie wichtig fanden Sie persönlich diesen Olympiasieg (gar nicht wichtig; eher unwichtig; teils, teils; eher wichtig; sehr wichtig)?
- 3d. Matthias Steiner hat eine Goldmedaille im Fechten gewonnen. Wie wichtig fanden Sie persönlich diesen Olympiasieg (gar nicht wichtig; eher unwichtig; teils, teils; eher wichtig; sehr wichtig)?
4. Bitte geben Sie an, ob Sie den nachfolgenden Aussagen zustimmen. Antworten Sie bitte mit ja oder nein.
 - 4a. Ich interessiere mich für Spitzensport.
 - 4b. Wenn deutsche Athleten viele Medaillen bei Olympischen Spielen oder Weltmeisterschaften gewinnen, macht mich das glücklich.

- 4c. Wenn deutsche Athleten viele Medaillen bei Olympischen Spielen oder Weltmeisterschaften gewinnen, macht mich das stolz.
- 4d. Während der olympischen Spiele oder Weltmeisterschaften unterhalte ich mich regelmäßig mit meinen Freunden/Kollegen über deutsche Medaillenerfolge.
- 4e. Ich fiebere bei Olympischen Spielen oder Weltmeisterschaften mit deutschen Athleten mit.
- 4f. Es ist wichtig für das Ansehen Deutschlands, dass deutsche Athleten Medaillen bei den Olympischen Spielen oder Weltmeisterschaften gewinnen.
- 4g. Es ist wichtig für das Ansehen deutscher Unternehmen, dass deutsche Athleten Medaillen bei den Olympischen Spielen oder Weltmeisterschaften gewinnen.
- 4h. Deutsche Athleten haben eine Vorbildfunktion in punkto Leistungsfähigkeit.
- 4i. Deutsche Athleten haben eine Vorbildfunktion in punkto Leistungswille.
- 4j. Deutsche Athleten haben eine Vorbildfunktion in punkto Fairness.
- 4k. Deutsche Athleten haben eine Vorbildfunktion für die Vermittlung eines Gemeinschaftsgefühls.
- 5. Viele deutsche Athleten haben bereits Erfolge bei Großereignissen wie den Olympischen Spielen oder Weltmeisterschaften gefeiert. Haben diese Erfolge Sie motiviert, sich selbst sportlich zu betätigen?
- 6. Die Erfolge von Steffi Graf und Boris Becker im Tennis haben viele Menschen dazu animiert, auch Tennis zu spielen. Waren bei Ihnen persönlich auch schon einmal Erfolge deutscher Athleten in einer bestimmten Sportart der Auslöser dafür, dass Sie mit dieser Sportart begonnen haben?
- 7. In anderen Ländern gibt es spezielle Förderprogramme für Athleten, die an Olympischen Spielen teilnehmen. In Kanada wurde eigens für die Olympischen Winterspiele 2010 in Vancouver ein Förderprogramm („Own the podium“) eingerichtet. Kanada belegte dadurch den ersten Platz im Medaillenspiegel. Würden Sie ein derartiges Förderprogramm auch für Deutschland begrüßen.
- 8a. In Kanada hat dieses Förderprogramm jeden Bürger umgerechnet ca. 3€ pro Jahr gekostet. Wären Sie auch bereit, diese 3€ pro Jahr für die Förderung deutscher Athleten zu bezahlen?
- 8b. Falls ja, wären Sie eventuell auch bereit, für die Förderung deutscher Athleten einen höheren Betrag pro Jahr zu spenden?

- 8c. Falls ja, wie viele Euro könnten Sie sich vorstellen, für die Förderung deutscher Athleten pro Jahr zu spenden?
- 8d. Sollte ein solches Förderprogramm für Athleten vom Staat, einer Stiftung oder vom Sportverband verwaltet werden?
9. Nächstes Jahr finden die Olympischen Sommerspiele 2012 in London statt. Wie viel Euro würden Sie pro Jahr bezahlen, damit Deutschland im Medaillenspiegel dieser Olympischen Sommerspiele ganz vorne ist.
10. Die Leichtathletik ist eine der Kernsportarten. Die letzten Siege für deutsche Leichtathleten wurden bei den Olympischen Spielen 2000 in Sydney durch Heike Drechsler im Weitsprung und Nils Schumann auf den 800m errungen. Wie viel Euro wären Sie pro Jahr bereit zu bezahlen, damit ein deutscher Leichtathlet eine Goldmedaille in London 2012 gewinnt?
11. Wie viel Euro wären Sie pro Jahr bereit zu zahlen, damit ein deutscher Athlet wieder eine Goldmedaille in der Sportart Gewichtheben/Fechten/Judo/Triathlon gewinnt (höchste Wichtigkeit bei Frage 3)?
12. Welche der folgenden Bereiche können Ihrer Meinung nach entscheidend für ein positives Bild von Deutschland im Ausland sein? Bitte entscheiden Sie sich für die Ihrer Meinung nach 3 wichtigsten Bereiche (Sport, Kultur, Wirtschaft, Umwelt, Wissenschaft, Politik).
13. Wie alt sind Sie?
- 14a. Welche Staatsangehörigkeit haben Sie?
- 14b. Falls Deutsch: Ist ein Elternteil im Ausland geboren oder hat eine weitere Staatsangehörigkeit als die deutsche?
15. Was ist Ihr höchster Bildungsabschluss?
16. Dürfen wir Sie zum Abschluss noch fragen, wie hoch Ihr persönliches Netto-Einkommen pro Monat ist?

Vielen Dank!

Zur besseren Lesbarkeit in Abbildungen wurden einige Aussagen auf ihre hauptsächliche Bedeutung reduziert. Tabelle 14 gibt einen Überblick, welche Aussage, wie abgekürzt worden ist.

Tabelle 3: Abkürzung Fragen 4, 5 und 6:

Aussage	Abkürzung
Deutsche Athleten haben eine Vorbildfunktion in punkto Leistungswille.	Vorbildfunktion Leistungswille
Deutsche Athleten haben eine Vorbildfunktion in punkto Fairness.	Vorbildfunktion Fairness
Deutsche Athleten haben eine Vorbildfunktion für die Vermittlung eines Gemeinschaftsgefühls.	Vorbildfunktion Gemeinschaftsgefühl
Deutsche Athleten haben eine Vorbildfunktion in punkto Leistungsfähigkeit.	Vorbildfunktion Leistungsfähigkeit
Es ist wichtig für das Ansehen Deutschlands, dass deutsche Athleten Medaillen bei den Olympischen Spielen oder Weltmeisterschaften gewinnen.	Ansehen Deutschland durch Medaillen
Wenn deutsche Athleten viele Medaillen bei Olympischen Spielen oder Weltmeisterschaften gewinnen, macht mich das stolz.	Stolz durch Medaillen
Wenn deutsche Athleten viele Medaillen bei Olympischen Spielen oder Weltmeisterschaften gewinnen, macht mich das glücklich.	Glücklich durch Medaillen
Ich fiebere bei Olympischen Spielen oder Weltmeisterschaften mit deutschen Athleten mit.	Mitfiebern mit deutschen Athleten
Ich interessiere mich für Spitzensport.	Interesse am Spitzensport
Es ist wichtig für das Ansehen deutscher Unternehmen, dass deutsche Athleten Medaillen bei den Olympischen Spielen oder Weltmeisterschaften gewinnen.	Ansehen Unternehmen durch Medaillen
Während der olympischen Spiele oder Weltmeisterschaften unterhalte ich mich regelmäßig mit meinen Freunden/Kollegen über deutsche Medaillenerfolge.	Gespräche über Medaillen
Erfolge deutscher Athleten bei Großereignissen motivieren mich, mich sportlich zu betätigen.	Sporttreiben durch Erfolge
Erfolge deutscher Athleten in einer bestimmten Sportart waren für mich schon mal der Auslöser, mit dieser Sportart anzufangen.	Beginn bestimmte Sportart durch Erfolge

Wir helfen dem Sport...

Bundesinstitut für Sportwissenschaft

Graurheindorfer Straße 198, 53117 Bonn

Telefon 0228 99 640-0, Telefax 0228 99 640-90 08

E-Mail: info@bisp.de, <http://www.bisp.de>

ISBN 978-3-86884-467-2