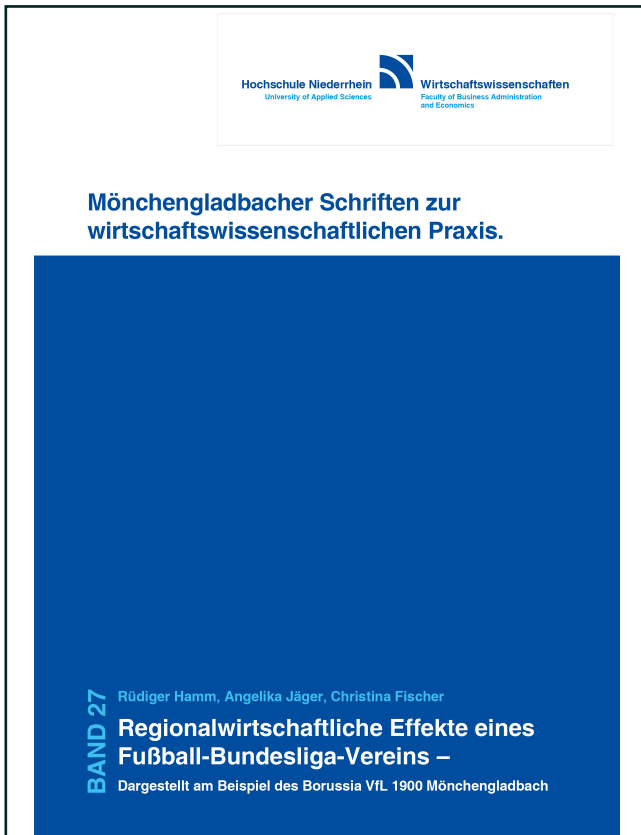




Rüdiger Hamm (Autor)  
Angelika Jäger (Autor)  
Christina Fischer (Autor)

## **Regionalwirtschaftliche Effekte eines Fußball-Bundesliga-Vereins – Dargestellt am Beispiel des Borussia VfL 1900 Mönchengladbach**



<https://cuvillier.de/de/shop/publications/6883>

Copyright:

Cuvillier Verlag, Inhaberin Annette Jentsch-Cuvillier, Nonnenstieg 8, 37075 Göttingen, Germany  
Telefon: +49 (0)551 54724-0, E-Mail: [info@cuvillier.de](mailto:info@cuvillier.de), Website: <https://cuvillier.de>



## Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	9
2	Regionalökonomische Wirkungen von Fußballvereinen – Einige theoretische Vorüberlegungen.....	10
2.1	Nachfrageseitige Effekte.....	12
2.2	Angebotsseitige Effekte.....	14
2.3	Sonstige Effekte.....	28
3	Regionale Abgrenzungen – was ist eine „Fußballregion“?.....	30
4	Nachfrageseitige Effekte des Vereins Borussia Mönchengladbach ...	35
4.1	Methodische Überlegungen.....	35
4.2	Vorgehen der empirischen Analyse: Das Multiplikatormodell und seine Annahmen.....	44
4.2.1	Direkte Effekte.....	44
4.2.2	Indirekte Effekte.....	45
4.2.3	Induzierte Effekte „der ersten Runde“.....	52
4.2.4	Induzierte Effekte weiterer Runden.....	55
4.2.5	Eine Lücke im bisherigen Vorgehen.....	55
4.3	Nachfrageseitige Effekte: Die Ergebnisse.....	57
5	Angebotsseitige Effekte.....	61
5.1	Methodische Überlegungen.....	61
5.1.1	Wahrnehmung und Bekanntheit.....	70
5.1.2	Image.....	74
5.1.3	Standorteffekte.....	75



## Regionalwirtschaftliche Effekte eines Fußball-Bundesliga-Vereins

---

5.1.4	Psychisches Einkommen .....	76
5.1.5	Regionale Netzwerke.....	78
5.2	Analyse der angebotsseitigen Effekte – Ergebnisse .....	78
5.2.1	Wahrnehmung und Bekanntheit .....	79
5.2.2	Image .....	86
5.2.3	Standorteffekte .....	100
5.2.4	Psychisches Einkommen .....	114
5.2.5	Regionale Netzwerke.....	119
6	Zusammenfassung und Fazit .....	123
	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	135
	Anhang: Fragebögen Stadion- und Passantenbefragungen .....	141