

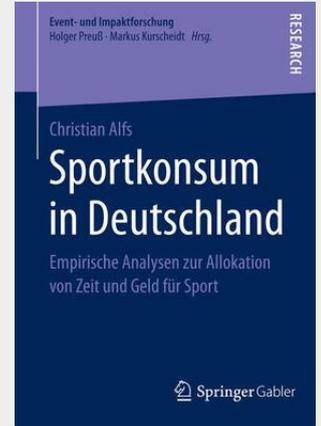
Alfs

Sportkonsum in Deutschland

Empirische Analysen zur Allokation von Zeit und Geld für Sport

Christian Alfs analysiert den Sportkonsum von Privathaushalten in Deutschland: Wie viel Zeit und Geld investiert die Bevölkerung in Sport, wer übt welche Sportarten wie oft aus bzw. verfolgt sie und wie viel Geld wird dafür ausgegeben? Der Autor stellt den Zusammenhang zwischen Alter und Sportnachfrage, soziodemografischen und ökonomischen Faktoren sowie der räumlichen Verteilung der Sportaktivität dar und analysiert Konsummuster der Aktiven und Fans einzelner Sportarten. Um repräsentative Daten zu gewinnen, wurden insgesamt mehr als 19.000 Personen befragt. Damit wird die gesamte Sportnachfrage inner- und außerhalb der Sportvereine anhand einer umfangreichen Untersuchung erfasst und differenziert abgebildet.

Christian Alfs analysiert den Sportkonsum von Privathaushalten in Deutschland: Wie viel Zeit und Geld investiert die Bevölkerung in Sport, wer übt welche Sportarten wie oft aus bzw. verfolgt sie und wie viel Geld wird dafür ausgegeben? Der Autor stellt den Zusammenhang zwischen Alter und Sportnachfrage, soziodemografischen und ökonomischen Faktoren sowie der räumlichen Verteilung der Sportaktivität dar und analysiert Konsummuster der Aktiven und Fans einzelner Sportarten. Um repräsentative Daten zu gewinnen, wurden insgesamt mehr als 19.000 Personen befragt. Damit wird die gesamte Sportnachfrage inner- und außerhalb der Sportvereine anhand einer umfangreichen Untersuchung erfasst und differenziert abgebildet. Der Inhalt - Aspekte der Sportaktivität und des Sportinteresses der Bevölkerung Deutschlands - Deskriptive Darstellung der Sportaktivität und des ausgabewirksamen Sportinteresses - Konsummuster der Aktiven und Fans ausgewählter Sportarten - Regressionsanalytische Bestimmung signifikanter Einflussfaktoren auf den Sportkonsum Die Zielgruppen - Dozierende und Studierende der Fächer Sportwissenschaft, -ökonomie, Volkswirtschaftslehre, Marketing - Fach- und Führungskräfte in den Bereichen Sportmanagement, -verwaltung, Sportartikelindustrie, Marketing, Sportpolitik Der Autor Dr. Christian Alfs ist wissenschaftlicher Mitarbeiter und Dozent für Sportmarketing und Projektmanagement im Arbeitsbereich Sportökonomie/-management am Institut für Sportwissenschaft der Johannes Gutenberg-Universität Mainz.



64,99 €
60,74 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783658064723
Medium: Buch
ISBN: 978-3-658-06472-3
Verlag: Springer
Erscheinungstermin: 14.07.2014
Sprache(n): Deutsch
Auflage: 2014
Serie: Event- und Impaktforschung
Produktform: Kartoniert
Gewicht: 321 g
Seiten: 221
Format (B x H): 148 x 210 mm

