

Marcel Heße

Underpricing im Sport

Masterarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2013 Diplom.de
ISBN: 9783956364624

Marcel Heße

Underpricing im Sport

Heße, Marcel: Underpricing im Sport, Hamburg, Diplomica Verlag GmbH 2015

PDF-eBook-ISBN: 978-3-95636-462-4

Herstellung: Diplomica Verlag GmbH, Hamburg, 2015

Zugl. Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg, Masterarbeit, 2013

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden und die Diplomica Verlag GmbH, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Alle Rechte vorbehalten

© *Diplom.de*, Imprint der Diplomica Verlag GmbH
Hermannstal 119k, 22119 Hamburg
<http://www.diplom.de>, Hamburg 2015
Printed in Germany

I Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----|
| I Inhaltsverzeichnis | I |
| II Abbildungsverzeichnis | IV |
| III Tabellenverzeichnis | V |
| IV Abkürzungsverzeichnis | VI |
| V Symbolverzeichnis | VII |
| VI nicht-technische Zusammenfassung | X |
| 1 Einleitung..... | 1 |
| 2 Weiterverkauf als Indikator für Underpricing | 2 |
| 3 Theorien & Empirie | |
| 3.1 Soziale Einflussfaktoren..... | 4 |
| 3.1.1 Soziale Externalitäten..... | 4 |
| 3.1.2 Mob-Effekt | 8 |
| 3.2 Fairness | 12 |
| 3.3 Unsicherheit | 17 |
| 3.3.1 Nachfrageunsicherheit, Kostenfunktion, Erlösfunktion | 17 |
| 3.3.2 Nachfrageunsicherheit des Konsumenten..... | 22 |
| 3.3.3 Preisunsicherheit | 25 |
| 3.4 Komplementärgüter | 27 |
| 3.5 Ziel des Ausverkaufs | 33 |
| 3.6 Plan- vs. Spontankauf..... | 35 |
| 3.7 Multiprodukt-Markt und Nachfragequalität..... | 38 |
| 3.8 Produzent als Weiterverkäufer | 49 |
| 3.9 Underpricing von Saisontickets | 53 |
| 4 Kritik | 59 |

| | |
|---------------------------------|--------|
| 5 Fazit | 60 |
| VIII Literaturverzeichnis | XXXVII |

II Abbildungsverzeichnis

| | |
|---|----|
| Abbildung 1: Bundesligaerlös der 1. & 2. Bundesliga | 1 |
| Abbildung 2: Nachfrageüberschuss..... | 2 |
| Abbildung 3: Angebot und Nachfrage von Restaurant Tischen I | 5 |
| Abbildung 4: Angebot und Nachfrage von Restaurant Tischen II..... | 6 |
| Abbildung 5: Preisfunktion in Abhängigkeit des Lärmpegels | 10 |
| Abbildung 6: Stadionplan der SG Wattenscheid 09..... | 27 |
| Abbildung 7: Durchschnittliche Emotionalität..... | 44 |
| Abbildung 8: Zusammenhang Preis und Akzeptanzniveau..... | 48 |
| Abbildung 9: Abwanderungsquote nach Jahren der Mitgliedschaft | 58 |
| Abbildung 10: Vergleich Zuschauerschnitt/Kartenpreise der Top 5 Ligen | 59 |

III Tabellenverzeichnis

| | |
|---|------|
| Tabelle 1: Rangliste der Ticketvergabemethoden | 13 |
| Tabelle 2: Anteil Logenerlös am Gesamterlös | 45 |
| Tabelle 3: Preise bei verschiedenen Akzeptanzniveaus in der Bevölkerung | XXIX |