



1. Welche Ansätze zur Standortbewertung existieren in der Literatur zur Handelsbetriebslehre und der Regionalökonomie?
2. Inwieweit lassen sich diese Ansätze für die Bewertung von Standorten für kommerzielle Sportanlagen nutzen?
3. Welche Modifikationen müssen vorgenommen werden, damit die Standortentscheidung für kommerzielle Sportanlagen wissenschaftlich untermauert werden kann?
4. Wie lassen sich die theoretischen Überlegungen für die Standortentscheidung in der Praxis nutzen?

Es ist offensichtlich, dass nicht all diese Fragen mit einer einzigen Arbeit abschließend und umfassend angegangen werden können. Angesichts der bestehenden Lücke in der Sportökonomie ist es aber notwendig, die bestehende ökonomische Literatur gründlich zu durchforsten und daraufhin zu prüfen, ob sie auch den Besonderheiten im sportökonomischen Bereich gerecht werden kann.

Herr Zimmermann stellt dem eigentlichen Hauptteil der Arbeit einen wissenschaftstheoretischen Teil voran. Man mag darüber streiten, ob die wissenschaftstheoretischen Ausführungen für die Erfüllung der zentralen Aufgabenstellung unbedingt notwendig sind. Allerdings liefern sie eine sinnvolle Einteilung der verschiedenen Modelle zur Standortbewertung nach den Kriterien „Zielsetzung, Verfahren, Zeitbezug, Determiniertheit, Materialisation und Symbolisierung“ und ordnen die Arbeit in die vielfältigen Beiträge zur Betriebswirtschaftslehre ein. Herr Zimmermann verfolgt ein pragmatisches Wissenschaftsziel!

Die Verfahren der Standortbewertung unterteilt Herr Zimmermann in Verfahren der Standortplanungspraxis, in Strukturmodelle und Interaktionsmodelle. Diese Einteilung ist wesentlich einleuchtender als viele Einteilungen in der Literatur zum Handelsmarketing. Somit bietet die Arbeit nicht nur Anregungen für die Sportökonomie, sondern auch für den entsprechenden Teilbereich im Dienstleistungsmarketing. Nach der Darstellung der Verfahren zur Standortbewertung wird ein Vergleich vorgenommen. Es werden die dargestellten Ansätze aus investitionstheoretischer Sicht kritisiert. Aus dieser Perspektive schlägt Herr Zimmermann am Beispiel eines Fitnesscenters ein pragmatisches Lösungskonzept für die Bewertung von Standorten vor und zeigt den gesamten Planungsprozess für die Standortbewertung auf.

Insgesamt bietet die Arbeit für den am Dienstleistungsmarketing, insbesondere der Standortpolitik interessierten Leser vielfältige Anregungen. Für den Bereich der Sportökonomie ist die Arbeit von Herrn Zimmermann ohnehin eine Bestandsaufnahme der theoretischen Fundierung von Standortbewertungen, die unverzichtbar ist.