

Schwerpunktthema: Sport und Ökonomie

GERHARD TROSIEN

Sport und Ökonomie – Noch immer ein Theoriefeld in Entwicklung

Im Anschluß an zwei verdienstvolle Sammelbände zu sportökonomischen Fragestellungen (1984, 1987) veröffentlichte HEINEMANN einen Beitrag über „Ökonomie des Sports“ – und fügte der Ergänzung „eine neue wissenschaftliche Disziplin“ (1988) ein Fragezeichen an. Zwar kommt er letztlich zu dem Ergebnis, daß eine Ökonomie des Sports sportwissenschaftliche Erkenntnisse auf besondere Weise mehreren kann, doch sind der „schnelle (...) Aufbau und eine fundierte Förderung dieses Zweiges der Sportforschung“ bis heute kaum erkennbar.

Noch weniger verständlich wird diese Zurückhaltung, wenn man auf sportökonomische Arbeiten von BÜCH zurückgreift, der seine „ersten Überlegungen“ auf „den Beginn der 70er Jahre“ zurückdatiert. Seiner Zusammenfassung bislang verstreuter bzw. unbekannt gebliebener oder unveröffentlichter An- und Aufsätze entnehme ich folgenden Definitionsvorschlag: „Sportökonomik – das ist die Lehre von Angebot und Nachfrage im Sport; Sportökonomik ist zugleich die Lehre von der Anwendung rationalen Handelns im Bereich des Sports und seiner Organisationen“ (i.V.; vgl. auch PÖTTINGER in diesem Heft).

Spätestens die 80er Jahre hätten die Augen für die wirtschaftliche Bedeutung des Sports bereits vollends öffnen müssen: 1981 schaffte das IOC den Amateurparagraphen ab – Geld wurde offizielle Gegenleistung für sportliche Aktionen. 1984 setzte in Deutschland die Kommerzialisierung der Hör- und Fernsehfunke Medien ein – Sport fand von Beginn an in dieser Entwicklung durch hohe Einschaltquoten eine herausragende Berücksichtigung. Gemeinnützige Sportvereine und Sportverbände differenzieren ihrerseits zunehmend kommerzielle „Vorschaltgesellschaften“ aus, über die sie marktwirtschaftlich tätig werden. Und auch die traditionell produktive Sportindustrie mußte gravierende Einschnitte hinnehmen – Adidas und Puma wurden Konzerne unter ausländischen Mehrheitsbeteiligungen und büßten viele ihrer Marktanteile ein, da weitere Konkurrenten sich auf dem deutschen Sportmarkt etablierten.

Gleichwohl ist Sportökonomie ein „Theoriefeld in Entwicklung“ (vgl. HAAG/STRAUB/HEINZE 1989) bis heute – selbst dann, wenn an einzelnen Orten

(Bayreuth, Köln) und durch verschiedene Veröffentlichungen ein zunehmendes Interesse daran ablesbar ist. Zwar ist auf die wirtschaftliche Relevanz des deutschen Sportmarktes bereits mehrfach hingewiesen worden (MODEL 1955; TROSIEN 1991 und 1994; WEBER u.a. 1995), doch ist das Echo und die Diskussion darüber eher gering geblieben. Zu den kommerziellen Fitneß- und Sportanbietern liegen bereits Arbeiten (vgl. DIETRICH/HEINEMANN/SCHUBERT 1990; LICHTENAUER 1987) sowie Selbstdarstellungen (KAMBEROVIC/SCHWARZE 1992) vor. Ein besonderes Forschungsinteresse genießt das Sport-Sponsoring (vgl. HACKFORTH 1994; KRÜGER/DAMM-VOLK 1994; ROTH 1992 u.a.m.), das allerdings zu überdecken droht, daß das Subsidiaritätsprinzip für die gemeinnützigen Sportvereinigungen erhebliche wirtschaftliche Konsequenzen aufweist (vgl. die aktuelle Sportvereinsuntersuchung von HEINEMANN/SCHUBERT 1994). HOCKENJOS (1993) bemüht sich denn auch selbst mit einiger Berechtigung um „Ansätze zu einer ökonomischen Theorie öffentlicher Sportförderung“. In der Tat sind auch öffentliche Institutionen oder Körperschaften im Rahmen sportökonomischer Analysen zu berücksichtigen, wenn man u.a. an den nationalen Wettbewerb mehrerer deutscher Kommunen denkt, die sich beispielsweise um den Zuschlag für die Ausrichtung Olympischer Spiele 2000 bewarben (vgl. BARUTTA 1991; BARUTTA/FAHRION 1994). Sowohl wettbewerbstheoretisch als auch in Konzepten des (Stadt-)Marketings dürften herausragende Sportveranstaltungen (als weiche Standortfaktoren) zunehmend eine Rolle spielen.

Den weitesten inhaltlichen Ansatz wagte kürzlich WADSACK (1994), als er *Sport und Ökonomie* – zumindest für „spitzensportliche Athletik“ – gleichsetzte. *Sportökonomie* wird dann darin im Sinne einer „Leistungsverwertung auf die Fähigkeit (bezogen), den Akt sportlicher Betätigung im Rahmen des spitzensportlichen Tuns zu ökonomisieren“. In seinen „15 Thesen zur Ökonomie des Sports“ hatte WAGNER (1983) mehr als ein Jahrzehnt zuvor bereits deutliche Zusammenhänge zwischen Sport und Wirtschaft erkannt – auch wenn er „zwischen Freizeit-, Breiten- und Leistungssport einerseits und Zuschauersport andererseits aus ökonomischen Gründen ziemlich streng“ unterschied. PÖTTINGER (1989) beschäf-

tigte sich mit sozioökonomischen Grundlagen der Professionalisierung im Sport. FREYER (1990) hat „erstmalig eine *wirtschaftswissenschaftlich* fundierte Darstellung“ vorgelegt, die die Ausdifferenzierung der Sport-Ökonomie auf zwei makro- und zwei mikroökonomischen Säulen vorschlägt. Unter Berücksichtigung des „Zonen-Modells“ von HEINEMANN, des „Träger-Modells“ von PÖTTINGER, des „Kreislauf-Modells“ von BÜCH sowie des „Megatrend-Modells“ von ihm selbst soll Säule I die volkswirtschaftliche Bedeutung des Sports erfassen und beschreiben; Säule II Erklärungsmodelle entwickeln; Säule III soll eine Sportbetriebswirtschaftslehre abbilden und Säule IV die ausbildungsorientierten Praxisaspekte. Weitere Arbeiten jüngerer Datums beruhen z.B. auf „Ansätzen einer Sportbetriebslehre“ (BENNER 1992) sowie einer ökonomischen (Sport-)Institutionenanalyse (FRANCK 1995).

Die folgenden Beiträge bilden ausgewählte Schwerpunkte in dieser Ausgabe der „dvs-Informationen“ zum Komplex „Sport und Ökonomie“. Von der Logik wie der Anordnung her bemühen sie sich um das Mosaik eines „Theoriefeldes in Entwicklung“ (s.o.). Auf die „Inventur sportökonomischer Lehrangebote“, die PÖTTINGER für die unmittelbare Gegenwart vornimmt, folgt ein Aufsatz von WADSACK, in dem er die Entwicklungen und Veränderungen skizziert, die eine Wettbewerbstheorie erfährt, die die Dynamik von Markt- und Organisationsstruktur einerseits zu erfassen sucht und andererseits die Wettbewerbsfähigkeit von gemeinnützigen Sportvereinigungen (und damit: Non-Profit-Organisationen) einbezieht. Deren Besonderheiten in eine Theorie des dynamischen Wettbewerbs einzubringen gehört zu den Herausforderungen, denen sich eine Sportökonomie zu stellen hat. Denn dort findet nicht Wettbewerb als absoluter Maßstab, sondern unter Berücksichtigung von Werten oder – wie ETZIONI (1994) sagt – „The Moral Dimension“ statt. Das Segment der gemeinnützigen Sportbewegung ist im Rahmen einer entwickelten Sportbranche aber auch deshalb kaum unter jenen Effizienzgesichtspunkten zu analysieren, die für Unternehmen gelten, da es bedarfswirtschaftlich organisiert ist. SEIBEL (1994) hat dafür den Begriff des „funktionalen Dilettantismus“ aufgegriffen, der neben dem Finanz- insbesondere auch auf das Personalmanagement in der gemeinnützigen Sportbewegung zu beziehen ist. Allerdings zählen in der gemein-

nützigen Sportbewegung gerade Motivation, Mitwirkung und Menschenführung, soziale Kompetenzen also, die in Wirtschaftsunternehmen als „weiche Faktoren“ eben erst wieder entdeckt zu werden scheinen.

In der weiteren Abfolge werden zwei Einzelaspekte dargestellt: Sport und Marketing von Arnd KRÜGER; Sport und Management von Friedrich KRÜGER. Arnd KRÜGER (1995, 4) macht in einem anderen Zusammenhang darauf aufmerksam, daß „mit der Vermarktung von kulturellen Praktiken immer ein Verlust an Authentizität einhergeht“. Wie weit wir noch von einem weithin akzeptierten Managementverständnis entfernt sind, mag die Differenzierung von JÜTTING (1992, 165) zeigen. Nach der „Dimension 'Herrschaft' (die einen werden gewählt und haben das Sagen, die anderen werden ernannt, beauftragt oder angestellt und führen aus)“ trennt er Management- und Mitarbeitfunktionen. Während funktionale Schnittstellen zwischen Führung und Ausführung horizontale Unterscheidungsmerkmale nahelegen, gibt es auch die entgegengesetzte Position, die allein hauptberuflich tätigen leitenden Angestellten den Managementstatus vorbehält. Friedrich KRÜGER wendet sich den deutlicher erkennbaren Merkmalen eines Sportmanagements im gemeinnützig organisierten Spitzensport zu. Darüber hinaus hat sich eine in der Entwicklung befindende Sportökonomie zu vergegenwärtigen, daß die Begrifflichkeit „sport management“ im Ausland durchaus umfassend und als ein ihr gleichgestellter Ausdruck verstanden wird.

Eingerahmt werden die Beiträge von der sportwissenschaftlichen Praxis dergestalt, daß die aktuellen Studiengänge und Abschlüsse der Sporthochschule in Köln und des Instituts für Sportwissenschaft in Bayreuth abgedruckt sind; zusätzlich wird von BUCHMEIER/ZIESCHANG im Anschluß an die 1992 veröffentlichte Verbleibforschung die Gelegenheit wahrgenommen, die Berufswege der Absolventen des Bayreuther Studienganges „Sportökonomie“ komprimiert aus heutiger Sicht zusammenzufassen.

Was sind, die jeweiligen und durchaus unterschiedlichen Zwischenbilanzen und -töne vorweggenommen, die wissenschaftspolitischen Perspektiven einer Sportökonomie in sportwissenschaftlicher Lehre und Forschung? Das vom DEUTSCHEN SPORTBUND 1994 veröffentlichte „Memorandum zur Förderung der Sportwissenschaft in

**Besuchen Sie den dvs-Stand auf dem Hochschultag in Frankfurt/Main!
Sie finden uns im Eingangsbereich der Neuen Mensa!**

der Bundesrepublik Deutschland“ nennt zwar unter Forschung und Lehre den Begriff „Sportökonomie“, doch weder im Rahmen der Mindestausstattung noch unter den möglich erscheinenden Untergliederungen in Arbeitsbereiche oder Institute tauchen „Sport und Wirtschaft“ auf.

„Wirtschaftlichkeit“, eine zentrale Kategorie einer „Sportökonomie“, da sie sowohl in (erwerbs-)wirtschaftlichen Sportunternehmen als auch in gemeinnützigen Sportvereinigungen als auch in öffentlichen Sportinstitutionen angestrebt wird, ist auch auf dieses „Theoriefeld in Entwicklung“ anzuwenden. Das würde bei der finanziellen Ausstattung öffentlicher Haushalte heißen, daß gegenwärtig wohl kaum ihre Etablierung und Entwicklung ansteht. Das wiederum würde in der Konsequenz jene Feststellung von HEINEMANN zementieren, der die „Ökonomieverne der Sportwissenschaft ... (als) Hindernis für ihre zukunftsweisende Entwicklung“ ansieht (s.o.). Es muß „zu denken geben“, ergänzt GRUPE (1994), daß ein „größerer Teil der wirklich großen und für den Sport bedeutsamen Forschungsprojekte ... nicht von den entstandenen sportwissenschaftlichen Teildisziplinen erbracht worden sind, sondern von *Liebhavern des Sports*“.

Zwei in Deutschland Sportökonomien systematisch ausbildende sportwissenschaftliche Hochschuleinrichtungen können weder eine Wissenschaftsdisziplin begründen noch den dringend benötigten Dialog zwischen den Wirtschafts- und den Sportwissenschaften in Gang halten. Die Notwendigkeit ist um so größer, da die meisten Absolventen sportwissenschaftlicher Studiengänge gegenwärtig kaum im Sinne eines angewandten (Schul-/Hochschul-, Vereins-/Verbands-, Betriebs-/Unternehmens- oder Agentur-/Redaktions-) Managements auf ihre zukünftigen Einsatzfelder vorbereitet werden. Die (nicht selten bittere) Realität: Mit diesen (defizitären) Qualifikationsprofilen stehen nicht eben wenige Absolventen sportwissenschaftlicher Studiengänge eher in der Schlange, selbst wenn es um sportbezogene Anstellungen geht.

Doch auch für die in dieser Darstellung nicht eingehender berücksichtigte nichtakademische berufliche Ausbildungs- und Anstellungspraxis sind die qualitativen Merkmale kaum ausgeprägter. Seit 1991 beispielsweise besteht erst die Weiterbildung zum „Sportfachwirt“ an der Lehranstalt des Deutschen Textileinzelhandels (!) in Nagold; das Sportmanagement-Diplom wird von der Führungs- und Verwaltungs-Akademie des Deutschen Sportbundes in Berlin noch immer nicht vergeben; die Fortbildung zum(r) Wirtschafts-Sportreferent(in) an der Fortbildungsakademie der Wirtschaft kann diesem Defizit nur wenig Abhilfe leisten. Da-

für haben einzelne Sportverbände wie der Deutsche Tennis Bund oder der Niedersächsische Fußball-Verband ihrerseits bereits eigenständige Managementausbildungen eingerichtet. Auch für Sportlehrer mit Schwerpunkten in Verwaltung und Freizeit (in Trier), für Sportmanagement (durch das IST-Institut in Münster) sowie für Fitneß-Manager (durch die Internationale Fitneß und Aerobic Akademie in Schwetzingen) bestehen staatlich anerkannte bzw. privatwirtschaftlich angebotene, sportökonomische Facetten berücksichtigende Ausbildungsgänge.

Es ist allein von daher eine Verpflichtung der Sportwissenschaften, sich um die volle Entfaltung ihres wissenschaftlichen Kanons zu bemühen. Auf die Frage, ob die Diskussion entweder in den Wirtschaftswissenschaften (als Mutterwissenschaft) oder den Sportwissenschaften (als spezielle Wissenschaft) etabliert werden sollte, ist eine Zwischenantwort möglich. Es scheint sich eine, anderen sportwissenschaftlichen Disziplinen vergleichbare Entwicklung anzubahnen, in denen zunächst die Mutterwissenschaften stärkeres Forschungsinteresse signalisierten, bis sich die Sportwissenschaften eigenständigen und systematischen Lehr- und Forschungsaufgaben öffneten. Die in diesem Sommer erfolgte Errichtung des ersten Lehrstuhls für Sportökonomie an der Sporthochschule in Köln jedenfalls stützt diese These (siehe auch die Darstellung des Bayreuther Studienganges).

Will Sportwissenschaft einen (ihren) Beitrag zur Produktion, Distribution und Konsumtion sportbezogener Leistungen sowie zur „Zukunft der Arbeit bzw. zur Arbeit der Zukunft“ erbringen, müssen sich sportökonomische Analysen im Sinne einer Sportarbeitswissenschaft mit Zeit, Arbeits- und Freizeitentwicklungen auseinandersetzen. Vielleicht ist es für diese Fragestellungen hilfreich, sich ein Kreislaufsystem zu vergegenwärtigen. Die „Produzenten“ von Sport verfolgen in übergroßer Mehrheit schließlich (selbst) keine wirtschaftlichen Verwertungsinteressen, lösen diese allerdings in darauf aufbauenden Sektoren aus (Industrie, Handel, Dienstleistungen). Es kann mithin von drei, sich durchaus im Lebenslauf überlappenden Sportpraxisbereichen gesprochen werden, die auf unterschiedlichen Prinzipien beruhen: (verpflichtender) Schulsport, freiwilliges Engagement in Sportvereinen, individuelles Dienstleistungsverhältnis zu Fitneß- oder Sportstudios. Freizeitwirtschaftliche Studien, die auf die quantitativen Rahmenbedingungen eingehen, liegen mehrfach vor, sportwirtschaftliche Untersuchungen, die Sport als Beschäftigungsfaktor Gewicht verleihen, allenfalls in Ansätzen.

Will Sportwissenschaft die klassischen Gebiete wirtschaftswissenschaftlicher Forschung im Rah-

men einer Sportökonomie aufgreifen, so darf sie sich nicht länger auf die Entwicklungsprozesse schulsportbezogener Aspekte sowie gemeinnütziger Sportvereinigungen überwiegend sportpädagogischer Provenienz beschränken. Während dort die Analyse von Non-Profit-Organisationen nicht ausgespart wird, sind hier auch (Sport-)Profit-Organisationen zu untersuchen. Auch wenn das „Fragment“ von FREYER (1990) einen zielstrebigem und ordnungsbewußten Beitrag zu leisten vermag, so können doch die bislang vorliegenden Veröffentlichungen noch nicht die Ansprüche an die Theorie und Systematik einer Sportökonomie abdecken. Im Hintergrund steht letztlich die These im Raum, daß sich ein Paradigmenwechsel ankündigt, der den sozialwissenschaftlichen Disziplinen in den Sportwissenschaften mehr Bedeutung verleiht. Aber auch deswegen ist eine sportökonomische Ausdifferenzierung in den Sportwissenschaften anzuraten: „Der Markt“, sagt (der Soziologe) Karl-Dieter OPP (1987, 298), ist „eine viel zu ernste Angelegenheit, als daß man ihn nur einer einzigen Disziplin überlassen sollte“.

Literatur

- BARUTTA, B.: Olympia-Bewerbungsgesellschaften interessierter Kommunen – Stoßen vermutete Gewinne für sportliche Großveranstaltungen neue Dimensionen auf? In: TROSIEN, G.: (Hrsg.): Die Sportbranche und ihre Geldströme. Frankfurt/Main 1991, 176-189
- BARUTTA, B./FAHRION, G. H.: Kommunen und Olympia-Bewerbungsgesellschaften. In: TROSIEN, G. (Hrsg.): Die Sportbranche. Frankfurt/Main, New York 1994, 226-245
- BENNER, G.: Risk Management im professionellen Sport. Bergisch Gladbach, Köln 1992
- BUCHMEIER, W./ZIESCHANG, K.: Sportökonomien in Beruf und Studium. Schorndorf 1992
- BÜCH, M.-P.: Sportökonomik: Grundlage für Sportmanagement. (i.V.)
- CACHAY, K./BÄHR, H.: Sportpädagogik – wissenschaftliche Teildisziplin oder integrativer Kern der Sportwissenschaft? In: Sportwissenschaft 22 (1992), 3, 283-303
- DEUTSCHER SPORTBUND (Hrsg.): Memorandum zur Förderung der Sportwissenschaft in der Bundesrepublik Deutschland. Frankfurt/Main 1994
- DIETRICH, K./HEINEMANN, K./SCHUBERT, M.: Kommerzielle Sportanbieter. Schorndorf 1990
- ETZIONI, A.: Jenseits des Egoismus-Prinzips. Stuttgart 1994
- FISCHER, H.: Sport und Geschäft. Berlin 1986
- FRANCK, E.: Die ökonomischen Institutionen der Transportindustrie. Wiesbaden 1995
- FREYER, W.: Sport-Ökonomie oder Ökonomie des Sports? Fragmente zur Bestimmung einer neuen Wissenschaftsdisziplin. (Diskussionspapier). Berlin, Bonn 1990
- GRUPE, O.: Uneingelöste Ansprüche. Die vergessene Interdisziplinarität. In: dvs-Informationen, (1994), 3, 26-31
- HAAG, H./STRAUS, B./HEINZE, S. (Red.): Theorie- und Themenfelder der Sportwissenschaft. Schorndorf 1989
- HACKFORTH, J. (Hrsg.): Sportsponsoring: Bilanz eines Booms. Berlin 1994
- HEINEMANN, K.: Ökonomie des Sports – eine neue wissenschaftliche Disziplin? In: Brennpunkte der Sportwissenschaft 2 (1988), Supplement, 83-95
- HEINEMANN, K. (Hrsg.): Betriebswirtschaftliche Grundlagen des Sportvereins: Schorndorf 1987
- HEINEMANN, K. (Hrsg.): Texte zur Ökonomie des Sports. Schorndorf 1984
- HEINEMANN, K./SCHUBERT, M.: Der Sportverein. Schorndorf 1994
- HOCKENJOS, C.: Sportfördermittel der Gemeinden. In: der städtetag (1993), 10, 657-661
- KAMBEROVIC, R./SCHWARZE, B.: Fitneß-Wirtschaft.. Hamburg 1992
- KASSOW, J./RÖTHIG, P.: Strukturen sportwissenschaftlicher Hochschuleinrichtungen in der Bundesrepublik Deutschland. Köln 1978
- KRÜGER, A.: Einführender Überblick in die Thematik des Sporttourismus. In: DREYER, A./KRÜGER, A. (Hrsg.): Sporttourismus. München 1995, 1-7
- KRÜGER, A./DAMM-VOLK, C. (Hrsg.): Sportsponsoring. Theorie, Praxis und Fallstudien. Berlin 1994
- KRUPP, H.-J./WAGNER, G.: Die wirtschaftliche Bedeutung des Sports. In: ANDERS, G./STRÄHL, E. (Hrsg.): Sport und Wirtschaft. Magglingen 1988, 17-39
- LICHTENAUER, P.: Das lukrative Geschäft mit Sport und Fitneß. Münster 1987
- MODEL, D.: Funktion und Bedeutung des Sportes in ökonomischer und soziologischer Sicht. (Diss.). Winterthur 1955
- OPP, K.-D.: Marktstrukturen, soziale Strukturen und Kooperation im Markt. In: HEINEMANN, K. (Hrsg.): Soziologie wirtschaftlichen Handelns. KZfSS Sonderheft 28, (1987), 280-299
- PÖTTINGER, P.: Wirtschaftliche und soziale Grundlagen der Professionalisierung im Sport. Wiesbaden 1989
- RIEDER, H./WIDMAIER, H./PETERSEN, T.: Bedingungen sportwissenschaftlicher Forschung an den Hochschulen in der Bundesrepublik Deutschland. Köln 1987
- ROTH, P.: Sportsponsoring. Landsberg/Lech ²1992
- SCHERLER, K.: Sportpädagogik – eine Disziplin der Sportwissenschaft. In: Sportwissenschaft 22 (1992), 2, 155-166
- SEIBEL, W.: Funktionaler Dilettantismus. Baden-Baden ²1994
- TROSIEN, G. (Hrsg.): Die Sportbranche und ihre Geldströme. Witten 1991
- TROSIEN, G. (Hrsg.): Die Sportbranche. Frankfurt/Main, New York 1994
- TROSIEN, G.: Praxis des Fundraising und Sponsoring in Verbänden. In: BRAUN, P. (Hrsg.): Der Verbandsberater. Stadtbergen 1995, 7.3.2
- TROSIEN, G.: Zur Bedeutung wirtschaftlichen Handelns in Sportvereinen. In: EAdS (Hrsg.): Die wirtschaftliche Bedeutung des Sports. Borken 1995, 4-13
- WADSACK, R.: Sport ist Ökonomie – Was ist dann Sportökonomie? In: Olympische Jugend 39 (1994), 6, 4-5
- WAGNER, G.: Entwicklungsmöglichkeiten sportbezogener Dienstleistungen. In: ANDERS, G. (Hrsg.): Vereinssport an der Wachstumsgrenze? Sport in der Krise der Industriegesellschaften. Witten 1990, 12-34
- WAGNER, G.: Freizeitsport zwischen individuellen Konsumansprüchen und externem gesellschaftlichen Nutzen. In: BINNEWIES, H./THIEME, B.: (Hrsg.): Freizeit- und Breitensport, '85. (Teil I). Ahrensburg 1986, 160-175
- WAGNER, G.: Die Vermarktung fordert Konsequenzen. 15 Thesen zur Ökonomie des Sports. In: Olympische Jugend 28 (1983), 10, 4-7
- WEBER, W. u.a.: Die wirtschaftliche Bedeutung des Sports. Schorndorf 1995

Dr. Gerhard TROSIEN
Deutscher Sportbund
Otto-Fleck-Schneise 12
60528 Frankfurt/Main