

# Inhaltsverzeichnis

## Teil I Grundidee und Konzeption des Lehrbuchs

<b>1 Grundlagen einer Sportbetriebslehre . . . . .</b>	<b>3</b>
1.1 Definition . . . . .	4
1.2 Sport . . . . .	5
1.2.1 Sportaktivitäten . . . . .	6
1.2.2 Sportgüter . . . . .	7
1.3 Wirtschaftswissenschaft . . . . .	10
1.3.1 Neoklassischer Ansatz . . . . .	10
1.3.2 Subjektive Nutzentheorie und Institutionenökonomik . . . . .	13
1.3.3 Verhaltensökonomie . . . . .	14
1.3.4 Lob der Ökonomik . . . . .	16
1.3.5 Wertschöpfungsmodell der Sportwirtschaft . . . . .	18
1.4 Betriebswirtschaftslehre . . . . .	20
1.4.1 Betrieb und Unternehmen . . . . .	20
1.4.2 Wirtschafts- oder sozialwissenschaftliche Perspektive . . . . .	22
1.4.3 Allgemeine und spezielle Betriebswirtschaftslehre . . . . .	25
1.4.4 Wertschöpfungskette eines Fußballclubs . . . . .	26
1.5 Managementlehre . . . . .	30
1.5.1 Managementfunktionen oder Managementrollen . . . . .	30
1.5.2 Betriebswirtschafts- und Managementlehre . . . . .	36
1.5.3 Sportmanager:innen . . . . .	38
1.6 Relevanz . . . . .	41
1.7 Entwicklung . . . . .	48
1.7.1 Deutschland . . . . .	48
1.7.2 USA . . . . .	52
1.7.3 Entwicklungsstand . . . . .	54
1.8 Zusammenfassung und Wiederholungsfragen . . . . .	56
Literatur . . . . .	61

<b>2 Volkswirtschaftliche Besonderheiten des Sports . . . . .</b>	69
2.1 Besonderheiten der Sportgüter . . . . .	71
2.1.1 Öffentliche und kollektive Güter . . . . .	72
2.1.2 Meritorische Güter . . . . .	75
2.1.3 Clubgüter und Allmendegüter . . . . .	75
2.1.4 Unsicherheit . . . . .	76
2.2 Besonderheiten der Nachfrage . . . . .	78
2.3 Besonderheiten des Sportangebots . . . . .	88
2.4 Besonderheiten der Sportmärkte und -institutionen . . . . .	95
2.4.1 Märkte . . . . .	95
2.4.2 Institutionen . . . . .	100
2.5 Zusammenfassung und Wiederholungsfragen . . . . .	105
Literatur . . . . .	110
<b>3 Besonderheiten von Dienstleistungen im Sport . . . . .</b>	115
3.1 Dienstleistungen . . . . .	116
3.1.1 Besonderheiten des Gübertyps . . . . .	117
3.1.2 Untertypen . . . . .	123
3.1.3 Sportdienstleistungen . . . . .	125
3.2 Besondere Herausforderungen von Dienstleistungsbetrieben . . . . .	126
3.3 Service-Dominant Logic . . . . .	135
3.3.1 Vergleich mit der Goods-Dominant Logic . . . . .	135
3.3.2 Wertschöpfungsmodelle . . . . .	137
3.4 Zusammenfassung und Wiederholungsfragen . . . . .	143
Literatur . . . . .	146
<b>Teil II Besondere Betriebstypen</b>	
<b>4 Besonderheiten von Sportvereinen . . . . .</b>	151
4.1 Gemeinsamkeiten und idealtypischer Vergleich . . . . .	153
4.2 Existenz . . . . .	155
4.3 Besonderheiten . . . . .	158
4.3.1 Rollen: Identität . . . . .	158
4.3.2 Ziel: Nonprofit-Interessenvereinigung . . . . .	159
4.3.3 Güter: Eigenbedarf mit positiven externen Effekten . . . . .	161
4.3.4 Finanzen: Mitgliederressourcen . . . . .	162
4.3.5 Personal: Freiwilligenarbeit . . . . .	162
4.3.6 Entscheidungsstruktur: Demokratie . . . . .	163
4.3.7 Organisationsstruktur: Intermediär . . . . .	164
4.3.8 Distribution: Solidarität . . . . .	167
4.3.9 Subventionen und Privilegien . . . . .	167

4.4	Vereinigungsversagen, Transformationen und Folgeprobleme .....	168
4.4.1	Kommerzialisierung .....	171
4.4.2	Professionalisierung .....	176
4.4.3	Oligarchisierung .....	179
4.5	Sportmanager:innen in Vereinen und Verbänden .....	181
4.6	Zusammenfassung und Wiederholungsfragen .....	185
	Literatur .....	189
<b>5</b>	<b>Besonderheiten des Staates .....</b>	<b>195</b>
5.1	Besonderheiten .....	197
5.1.1	Ziel und Hauptnutznießer:innen: Wohlfahrt der Gesellschaft .....	198
5.1.2	Güter und Distribution: Öffentliche Güter und Gerechtigkeit .....	199
5.1.3	Mitgliedschaft: Bürger:innen .....	199
5.1.4	Finanzierung und Buchführung: Steuern und Kameralistik .....	200
5.1.5	Steuerungsmechanismus: Demokratie .....	200
5.1.6	Organisationstyp: Bürokratie, Beamte:innen und Verwaltung .....	201
5.2	Staatsversagen .....	203
5.2.1	Eigenums-, Informations- und Anreizmängel .....	203
5.2.2	Bürokratiemängel .....	206
5.3	New Public Management .....	207
5.3.1	Eine Einführung ins New Public Management .....	207
5.3.2	Kritik am New Public Management .....	210
5.3.3	Empirie: Wandel der kommunalen Sportverwaltung .....	212
5.4	New Public Governance .....	214
5.5	Zusammenfassender Vergleich von Markt, Staat und Vereinigung .....	217
5.6	Zusammenfassung und Wiederholungsfragen .....	222
	Literatur .....	225
<b>6</b>	<b>Besonderheiten von Kleinbetrieben im Sport .....</b>	<b>229</b>
6.1	Besonderheiten im Vergleich zu Großbetrieben .....	231
6.2	Gemeinsamkeiten mit Vereinen und Verbänden .....	237
6.3	Kleinbetriebe im Sport .....	241
6.4	Zusammenfassung und Wiederholungsfragen .....	247
	Literatur .....	248
<b>Teil III Besonderheiten von Managementfunktionen</b>		
<b>7</b>	<b>Besonderheiten des Marketings im Sport .....</b>	<b>257</b>
7.1	Grundlagen des Sportmarketings .....	260
7.1.1	Marketing: begrifflich-konzeptionelle Ansätze und Bedeutung .....	260
7.1.2	Begriffliche und konzeptionelle Grundlagen des Sportmarketings .....	266
7.1.3	Sportmarketing als Aufgabe und Prozess des Managements .....	278

7.2	Situationsanalyse .....	281
7.2.1	Grundprobleme und Formen der Informationsbeschaffung .....	281
7.2.2	Betriebsanalyse .....	285
7.2.3	Markt- und Umfeldanalyse .....	288
7.3	Strategische Planung im Sportmarketing .....	295
7.3.1	Besonderheiten des Zielsystems von Sportbetrieben .....	295
7.3.2	Strategische Optionen der Marktbearbeitung bei Sportbetrieben .....	300
7.4	Besonderheiten der Produktpolitik in Sportbetrieben .....	308
7.4.1	Festlegung des Leistungsprogramms .....	309
7.4.2	Die Integration des externen Faktors .....	312
7.4.3	Zeitpolitische Entscheidungen im Sport .....	321
7.4.4	Besonderheiten des Markenmanagements in Sportbetrieben .....	326
7.5	Zusammenfassung und Wiederholungsfragen .....	334
	Literatur .....	341
<b>8</b>	<b>Besonderheiten der Sportfinanzierung .....</b>	<b>347</b>
8.1	Unternehmensfinanzierung .....	350
8.2	Besonderheiten der Vereine .....	352
8.2.1	Überblick über die Vereinsfinanzierung .....	354
8.2.2	Mitgliedschaftsbeiträge .....	356
8.2.3	Spenden .....	358
8.2.4	Subventionen und Steuerprivilegien .....	359
8.3	Besonderheiten der Profiligen und -clubs .....	363
8.3.1	Institutionelle Form von Liga und Clubs .....	365
8.3.2	Laufende Einnahmen .....	369
8.3.3	Finanzierung der Sportanlagen .....	372
8.4	Staatliche Unterstützung des Sports .....	375
8.4.1	Theoretische Begründung und Kritik .....	375
8.4.2	Messinstrumente .....	379
8.4.3	Empirische Ergebnisse .....	385
8.5	Zusammenfassung und Wiederholungsfragen .....	388
	Literatur .....	392
<b>9</b>	<b>Besonderheiten des Personalmanagements von Freiwilligarbeitenden .....</b>	<b>397</b>
9.1	Ziele und Organisation .....	400
9.2	Personalbedarfsplanung .....	402
9.3	Personalbeschaffung .....	403
9.4	Personalauswahl und -einsatz .....	404
9.5	Personaleinbindung und -anreize .....	408
9.5.1	Theorie .....	409
9.5.2	Empirische Ergebnisse .....	412
9.5.3	Gestaltungsvorschläge .....	414

9.6	Personalsozialisation und -entwicklung (Einbindung) . . . . .	420
9.7	Personalkontrolle . . . . .	422
9.8	Personalfreisetzung . . . . .	424
9.9	Adaptation von Individuum und Organisation . . . . .	425
9.10	Zusammenfassung und Wiederholungsfragen . . . . .	427
	Literatur . . . . .	430
<b>10</b>	<b>Besonderheiten des Qualitätsmanagements im Sport</b> . . . . .	<b>435</b>
10.1	Mehrperspektivität . . . . .	439
10.2	Unsicherheiten . . . . .	441
10.3	Nonprofit-Organisationen und die Integration des externen Faktors . . . . .	444
10.4	Kosten und Dysfunktionen bei Kleinbetrieben und professionellen Dienstleistern . . . . .	446
10.5	Zusammenfassung und Wiederholungsfragen . . . . .	448
	Literatur . . . . .	450
	<b>Stichwortverzeichnis</b> . . . . .	<b>453</b>