

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	V
<b>Kapitel 1: Grundlagen und Entwicklung des Sportmanagements .....</b>	<b>1</b>
1.1 Die Entwicklung des Sportmanagements in Deutschland und das Management und die Vermarktung von Events im Sport .....	3
1.1.1 Die Entwicklung des Sportmanagements in Deutschland .....	3
1.1.1.1 Medialisierung als Motor der Kommerzialisierung und Professionalisierung .....	3
1.1.1.2 Entwicklung der Märkte im Sport .....	7
1.1.1.3 Besonderheiten des Sport-Marketings .....	9
1.1.2 Management und Vermarktung von Events im Sport .....	10
1.1.2.1 Definitionen für Events und Sport-Events .....	11
1.1.2.2 Vermarktung von „Stars und Shows“ im Zuschauermarkt .....	14
<b>Kapitel 2: Vereins-, Verbands- und Sportanlagenmanagement .....</b>	<b>23</b>
2.1 Vereins- und Verbandsmanagement .....	25
2.1.1 Vereinsmanagement .....	25
2.1.1.1 Grundlagen zu Sportvereinen .....	26
2.1.1.2 Vereinstypen .....	26
2.1.1.3 Organisationsverteilung in Sportvereinen .....	29
2.1.1.4 Finanzierung von Sportvereinen .....	30
2.1.1.5 Aufgabenbereiche des Vereinsmanagements .....	33
2.1.1.6 Herausforderungen im Vereinsmanagement .....	38
2.1.2 Verbandsmanagement .....	41
2.1.2.1 Grundlagen .....	41
2.1.2.2 Aufgabenbereiche des Verbandsmanagements .....	46
2.1.2.3 Herausforderungen im Verbandsmanagement .....	47
2.2 Sportanlagenmanagement .....	49
2.2.1 Gliederung des Sportstättenbegriffs und Typologie von Sportstätten .....	49
2.2.2 Grundlagen und Besonderheiten des Sportanlagenmanagements .....	52
2.2.3 Historie und Zukunft der Sportstättenentwicklung .....	54
2.2.3.1 Historie der Sportstättenentwicklung in Deutschland .....	54
2.2.3.2 Entwicklungsstau im Sportstättenbau und Anforderungen an zukunftsträchtige Sportanlagen .....	55
2.2.3.3 Entwicklungstendenzen in Bezug auf Sportanlagen und Anforderungen an zukunftsträchtige Sportstätten .....	58
2.2.3.4 Internationale Perspektive der Sportstättenentwicklung .....	58
2.2.4 Sportanlagenfinanzierung .....	60

## VIII

<b>Kapitel 3: Organisation und Personalmanagement .....</b>	65
3.1 Organisation .....	67
3.1.1 Organisation als Grundlage für das Prozessmanagement .....	67
3.1.1.1 Theoretische Aspekte der Organisation .....	67
3.1.1.2 Organisationsstrukturen im Sport .....	73
3.1.2 Prozessmanagement im Sport .....	80
3.1.2.1 Theoretische Aspekte im Prozessmanagement .....	81
3.1.2.2 Prozesse und Prozessmanagement in Sportverbänden .....	87
3.2 Personal .....	93
3.2.1 Personalmanagement .....	93
3.2.1.1 Ausgangslage .....	93
3.2.1.2 Human Resource Management .....	93
3.2.1.3 Fazit .....	106
3.2.2 Führung und Motivation .....	106
3.2.2.1 Führung im Sport .....	106
3.2.2.2 Übertragbarkeit klassischer Führungsmodelle auf den Sport .....	109
3.2.2.3 Quo vadis Führung im Sport? .....	114
<b>Kapitel 4: Vermarktung und Kommunikation .....</b>	119
4.1 Marketing .....	121
4.1.1 Modernes Verständnis von Marketing .....	121
4.1.2 Besondere Formen des Marketings im Sportbereich .....	122
4.2 Sponsoring im Sport .....	124
4.2.1 Begriffsverständnis und Bedeutung des Sponsorings im Sport .....	124
4.2.1.1 Begriffsverständnis .....	124
4.2.1.2 Bedeutung des Sponsorings im Sport .....	126
4.2.2 Die Beteiligten am Sportsponsoring .....	127
4.2.3 Kommunikative Nutzung des Sponsorings .....	128
4.2.4 Erfolgs- und Wirkungsmessung des Sponsorings im Sport .....	130
4.2.5 Social-Media-Sponsoring als Weiterentwicklung des klassischen Sponsorings .....	132
4.2.6 Fallstudie: Einflussfaktoren auf den Imagefit im Sponsoring von Red Bull in der DTM .....	133
4.3 Markenmanagement im Sport .....	137
4.3.1 Grundlagen des Markenmanagements im Sport .....	137
4.3.2 Erscheinungsformen von Marken im Sport .....	140
4.3.3 Identitätsorientierte Markenführung im Sport .....	141
4.3.4 Digital Sports Branding .....	143
4.3.4.1 Begriffsabgrenzung .....	143
4.3.4.2 Systematisierung .....	145
4.4 Kapitalisierung und Vermarktung im Sport .....	148
4.4.1 Begriffsabgrenzung: Marketing und Vermarktung im Sport .....	148
4.4.2 Möglichkeiten der Kapitalisierung im Sport .....	149
4.4.3 Möglichkeiten der Vermarktung im Sport .....	151

4.5 Kommunikation im Sport .....	154
4.5.1 Modelle der Kommunikation im Sport .....	154
4.5.2 Arbeitsfelder der Kommunikation im Sport .....	158
4.5.3 Instrumentarien der Kommunikation im Sport .....	160
4.5.4 Integriertes Kommunikationsmanagement im Sport .....	162
4.5.5 Sportartspezifische Besonderheiten der Kommunikation im Sport .....	163
4.5.6 Fan-Kommunikation 3.0 .....	166
4.5.7 Fallstudie Olympische Sommerspiele 2016 .....	167
<b>Kapitel 5: Finanzen und Finanzierung von Sportvereinen .....</b>	<b>175</b>
5.1 Grundlagen des Rechnungswesens und der Rechnungslegung .....	177
5.1.1 Gesetzliche Vorschriften zur Buchführung und Gewinnermittlung .....	177
5.1.1.1 Handelsrechtliche Buchführungspflicht .....	177
5.1.1.2 Steuerrechtliche Buchführungspflicht .....	178
5.1.2 Adressaten des Jahresabschlusses .....	178
5.1.3 Jahresabschlussziele .....	180
5.1.4 Bestandteile des Jahresabschlusses .....	181
5.1.5 Grundbegriffe der Rechnungslegung .....	181
5.1.5.1 Grundsätze der ordnungsmäßigen Buchführung (GoB) .....	181
5.1.5.2 Vermögensgegenstände und Schulden, Aufwand und Ertrag .....	183
5.1.6 Grundlagen der Bilanzierung .....	184
5.1.6.1 Bilanzierungsfähigkeit und -pflicht .....	184
5.1.6.2 Überblick .....	184
5.1.6.3 Bilanzinhalt .....	186
5.1.7 Grundlagen der Bewertung .....	187
5.1.7.1 Überblick .....	187
5.1.7.2 Zugangsbewertung .....	188
5.1.7.3 Folgebewertung .....	190
5.1.7.4 Wertaufholung .....	193
5.1.8 Bilanzierung und Bewertung des Anlagevermögens .....	193
5.1.8.1 Zielsetzung und Inhalt .....	193
5.1.8.2 Immaterielles Anlagevermögen .....	194
5.1.8.3 Bilanzierung von Spielerwerten im Berufsfußball .....	198
5.1.8.4 Sachanlagevermögen .....	205
5.1.8.5 Finanzanlagevermögen .....	206
5.1.9 Bilanzierung und Bewertung des Umlaufvermögens .....	208
5.1.9.1 Vorräte .....	208
5.1.9.2 Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände .....	209
5.1.10 Bilanzierung des Eigenkapitals .....	210
5.1.10.1 Überblick .....	210
5.1.10.2 Gezeichnetes Kapital .....	211
5.1.10.3 Rücklagen .....	212
5.1.10.4 Bilanzergebnis .....	214
5.1.11 Bilanzierung und Bewertung der Verbindlichkeiten .....	215

5.1.11.1 Überblick . . . . .	215
5.1.11.2 Bewertung von Verbindlichkeiten . . . . .	216
5.1.12 Bilanzierung und Bewertung der Rückstellungen . . . . .	217
5.1.12.1 Ansatz und Bewertung von Rückstellungen . . . . .	217
5.1.12.2 Bewertung der Rückstellungen . . . . .	218
5.1.12.3 Rückstellungarten . . . . .	218
5.1.13 Rechnungsabgrenzungsposten . . . . .	221
5.1.14 Die Gewinn- und Verlustrechnung (GuV) . . . . .	222
5.1.14.1 Überblick . . . . .	222
5.1.14.2 Gesamtkosten- und Umsatzkostenverfahren . . . . .	222
5.1.15 Weitere Bestandteile des Jahresabschlusses . . . . .	223
5.1.15.1 Anhang . . . . .	223
5.1.15.2 Lagebericht . . . . .	224
5.2 Finanzmanagement im Sportverein . . . . .	225
5.2.1 Einleitung . . . . .	225
5.2.2 Finanzierung und Mittelverwendung in Sportvereinen . . . . .	226
5.2.2.1 Finanzierung des laufenden Geschäftsbetriebs . . . . .	226
5.2.2.2 Finanzierung von Wachstum . . . . .	227
5.2.2.3 Wachstumsstrategien . . . . .	228
5.2.2.4 Kapitalisierungsmöglichkeiten und Mittelherkunft in Sportvereinen . . . . .	230
5.2.3 Lizenzierungsverfahren und Financial Fairplay . . . . .	238
5.2.3.1 Lizenzierungsverfahren – Beispiel Deutsche Fußball Liga . . . . .	238
5.2.3.2 Financial Fairplay – Beispiel UEFA . . . . .	239
5.2.4 Ausblick . . . . .	240
<b>Kapitel 6: Recht . . . . .</b>	<b>245</b>
6.1 Zivilrecht im Sport . . . . .	247
6.1.1 Einführung . . . . .	247
6.1.1.1 Normen und Normenhierarchie . . . . .	247
6.1.1.2 Staatlicher und verbandsinterner Rechtsweg . . . . .	248
6.1.2 Rechtssubjekte und Rechtsobjekte . . . . .	249
6.1.2.1 Rechtsfähigkeit . . . . .	249
6.1.2.2 Geschäftsfähigkeit . . . . .	250
6.1.3 Vereins- und Verbandsrecht . . . . .	252
6.1.3.1 Vereins- und Verbandsautonomie . . . . .	252
6.1.3.2 Vereinsgründung . . . . .	253
6.1.3.3 Organe des Vereins . . . . .	254
6.1.3.4 Haftung im Verein . . . . .	256
6.1.3.5 Bindung an Regelwerke . . . . .	257
6.1.3.6 Vereinsstrafen . . . . .	258
6.1.3.7 Nationale und internationale Sportgerichte . . . . .	260
6.1.4 Haftung bei der Sportausübung . . . . .	260
6.1.4.1 Haftungstatbestände . . . . .	260
6.1.4.2 Haftungsmodifikationen im Sport . . . . .	262
6.1.4.3 Haftung des Sportveranstalters . . . . .	263

6.1.4.4 Sonderproblem: Behandlung von Zuschauerausschreitungen	264
6.1.4.5 Sonderproblem: Haftung bei Verletzung des Persönlichkeitsrechts .....	265
<b>6.2 Arbeitsrecht im Sport .....</b>	<b>266</b>
6.2.1 Systematik des Arbeitsrechts .....	266
6.2.2 Dienst- und Arbeitsrecht im Sport .....	267
6.2.2.1 Sport, Sportrecht und Arbeitsrecht .....	267
6.2.2.2 Rechtliche Einteilung der Sportausübenden sowie Trainer .....	267
6.2.3 Inhalt des Sportarbeitsvertrags .....	269
6.2.3.1 Pflichten der Parteien des Arbeitsvertrags .....	269
6.2.3.2 Formerfordernisse .....	271
6.2.3.3 Besondere Vertragsinhalte: Vertragsstrafen .....	271
6.2.3.4 Einzelne Arbeitnehmerschutzgesetze (Auswahl) .....	272
6.2.3.5 Der Formulararbeitsvertrag .....	272
6.2.4 Beendigung von Sportarbeitsverträgen .....	273
6.2.4.1 Befristung von Sportarbeitsverträgen .....	273
6.2.4.2 Auflösende Bedingungen (Abstiegsklauseln) .....	275
6.2.4.3 Verlängerungsoption und einsatzabhängige Verlängerungsbedingung .....	275
6.2.4.4 Aufhebungsvertrag .....	275
6.2.4.5 Kündigung .....	276
<b>6.3 Strafrecht im Sport .....</b>	<b>279</b>
6.3.1 Einführung .....	279
6.3.1.1 Objektiver Tatbestand .....	279
6.3.1.2 Subjektiver Tatbestand .....	279
6.3.1.3 Rechtswidrigkeit .....	280
6.3.1.4 Schuld .....	280
6.3.2 Körperverletzungen .....	280
6.3.3 Doping .....	281
6.3.4 Spielmanipulationen und Wettbetrug .....	282
<b>Kapitel 7: Zukunftstrends im Sportmanagement .....</b>	<b>287</b>
<b>7.1 Adventuremanagement und Outdoorsportarten .....</b>	<b>289</b>
7.1.1 Das Berufsfeld .....	289
7.1.1.1 Adventuremanager .....	289
7.1.1.2 Erlebnispädagogik .....	290
7.1.1.3 Adventuremarkt und Zielgruppe .....	291
7.1.1.4 Aufbau und Betrieb von Angeboten .....	297
7.1.1.5 Water-, Land- und Airbased activities und Naturschutz .....	298
7.1.1.6 Risiko und Sicherheitsmanagement .....	299
7.1.1.7 Abenteuertourismus .....	299
7.1.1.8 Fazit .....	301
<b>7.2 Zukunftstrends .....</b>	<b>301</b>
7.2.1 Internationalisierung im Sport .....	301
7.2.1.1 Ausgangslage .....	301

## XII

7.2.1.2	Entwicklungen im professionellen Sport .....	302
7.2.1.3	Einflussfaktoren und Voraussetzungen.....	304
7.2.1.4	Die Rolle der Internationalisierung und Globalisierung unter dem Aspekt der Digitalisierung .....	305
7.2.1.5	Erfolgsfaktoren von Internationalisierungsstrategien im Fußball .....	307
7.2.1.6	Die Rolle sozialer Netzwerke.....	312
7.2.2	Neue Märkte im Sport .....	313
7.2.2.1	Ausgangslage .....	313
7.2.2.2	Kapitalisierungsmöglichkeiten für den professionellen Sport in den digitalen Medien .....	316
7.2.2.3	Ausblick .....	320
7.2.3	Die Entwicklung von Daten- und Softwarenutzung im Sport ..	321
7.2.3.1	Einführung und Bereiche der Datennutzung im Sport .....	321
7.2.3.2	Das Beispiel Fußball .....	323
7.2.3.3	Sportlicher Bereich .....	324
7.2.3.4	Video- und Datennutzung im Amateurbereich .....	329
7.2.3.5	Fazit .....	330
	Autorenverzeichnis .....	337
	Stichwortverzeichnis .....	339