

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Kapitel 1: Grundlagen und Entwicklung des Sportmanagements	1
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
Kapitel 2: Vereins-, Verbands- und Sportanlagenmanagement	23
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 Entwicklungstau im Sportstättenbau und Anforderungen an zukunftssträchtige Sportanlagen	55
2.2.3.3 Entwicklungstendenzen in Bezug auf Sportanlagen und Anforderungen an zukunftssträchtige Sportstätten	58
2.2.3.4 Internationale Perspektive der Sportstättenentwicklung	58
2.2.4 Sportanlagenfinanzierung	60

VIII

Kapitel 3: Organisation und Personalmanagement	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
Kapitel 4: Vermarktung und Kommunikation	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 klassi- schen 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
Kapitel 5:	Finanzen und Finanzierung von Sportvereinen	175
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

X

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 Rückstellungsarten	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
Kapitel 6: Recht	245
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
6.2	Arbeitsrecht im Sport	266
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
6.3	Strafrecht im Sport	279
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
Kapitel 7: Zukunftstrends im Sportmanagement		287
7.1	Adventuremanagement und Outdoorsportarten	289
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
7.2	Zukunftstrends	301
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