

Management und Marketing im Sport

Betriebswirtschaftliche Grundlagen und
Anwendungen der Sportökonomie

Herausgegeben von

Prof. Dr. Gerd Nufer
Dr. André Bühler

Mit Beiträgen von

Prof. Dr. Christoph Breuer, Markus Breuer, Dr. André Bühler,
Prof. Dr. Simon Chadwick, Prof. Dr. Frank Daumann,
Prof. Dr. Helmut Digel, Dr. Marcel Fahrner, Marco Gensmüller,
Prof. Dr. Heinz-Dieter Horch, Dr. Gregor Hovemann,
Dr. Simone Jäck, Christoph Jordan, Dr. Sebastian Kaiser,
Christian Keller, Dr. Mathias Langer, Thomas Meffert,
Prof. Dr. Siegfried Nagel, Prof. Dr. Gerd Nufer, Tim Pawlowski,
Prof. Dr. Carsten Rennhak, Dr. Michael Schilhaneck,
Torsten Schlesinger, Pamela Wicker

ERICH SCHMIDT VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über dnb.ddb.de abrufbar.

Weitere Informationen zu diesem Titel finden Sie im Internet unter

ESV.info/978-3-503-11007-0

ISBN 978-3-503-11007-0

Alle Rechte vorbehalten

Erich Schmidt Verlag GmbH & Co., Berlin 2008

www.ESV.info

Dieses Papier erfüllt die Frankfurter Forderungen der Deutschen Bibliothek und der Gesellschaft für das Buch bezüglich der Alterungsbeständigkeit und entspricht sowohl den strengen Bestimmungen der US Norm Ansi/Niso Z 39.48-1992 als auch der ISO-Norm 9706

Druck und Bindung: Hubert & Co., Göttingen

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Inhaltsverzeichnis	VII

Teil I: Betriebswirtschaftslehre und Sport – ein Überblick

Kapitel 1: <i>Gerd Nufer / André Bühler:</i> Sportmanagement und Sportmarketing: Einführung und Perspektive.....	3
Kapitel 2: <i>Christoph Breuer / Pamela Wicker / Tim Pawlowski:</i> Der Wirtschafts- und Wachstumsmarkt Sport	23
Kapitel 3: <i>Gerd Nufer / Carsten Rennhak:</i> Betriebswirtschaftliche Grundlagen des Sportmanagements	49

Teil II: Sportmanagement – die Anwendung klassischer Disziplinen der Betriebswirtschaftslehre im Sport

Kapitel 4: <i>Christian Keller:</i> Strategisches Management im Sport	79
Kapitel 5: <i>Frank Daumann / Mathias Langer / Markus Breuer:</i> Planung im Sport.....	113
Kapitel 6: <i>Sebastian Kaiser / Heinz-Dieter Horch:</i> Organisation im Sport.....	145

Kapitel 7: <i>Siegfried Nagel / Torsten Schlesinger:</i> Personalmanagement im Sport	177
Kapitel 8: <i>Gregor Hovemann:</i> Finanzierung im Sport	211
Kapitel 9: <i>Christoph Jordan:</i> Controlling im Sport	237
Kapitel 10: <i>Simone Jäck / Thomas Meffert:</i> Rechnungslegung im Sport	265
Kapitel 11: <i>Simone Jäck:</i> Ertragssteuern im Sport	293
Kapitel 12: <i>André Bühler / Gerd Nufer:</i> Marketing im Sport	325
 Teil III: Sportmarketing – aktuelle Entwicklungen und Trends 	
Kapitel 13: <i>Michael Schilhaneck:</i> Markenmanagement im Sport	361
Kapitel 14: <i>Gerd Nufer / André Bühler:</i> Veranstaltungsmarketing im Sport	385
Kapitel 15: <i>Marco Gensmüller:</i> Customer Relationship Marketing im Sport	417

Kapitel 16: <i>Helmut Digel / Marcel Fahrner:</i> Hospitality Marketing im Sport	443
Kapitel 17: <i>Sebastian Kaiser:</i> Kommunikationsmanagement im Sport	467
Teil IV: Die Zukunft des Sportmanagement und Sportmarketing	
Kapitel 18: <i>Simon Chadwick:</i> Internationalisation in Sport	487
Kapitel 19: <i>Heinz-Dieter Horch:</i> Der Arbeitsmarkt für Sportmanager	507
Kapitel 20: <i>André Bühler / Gerd Nufer:</i> Zusammenfassung und Ausblick	533
Profile der Herausgeber und Autoren.....	549
Stichwortverzeichnis	557