

Inhalt

Ansgar Thiel, Christoph Breuer & Jochen Mayer
Sportmanagement - Begriff und Gegenstand 8

A Personalbezogenes Management 22

A1 Einführung in die Besonderheiten der Personalführung in Sportorganisationen 23

Ansgar Thiel & Heiko Meier
Besonderheiten der Personalführung in Sportorganisationen 23

A2 Kommunikationsmanagement 37

Thomas Schack & Ansgar Thiel
Gesprächsführung in Sportorganisationen 37

Ansgar Thiel & Angelika Ribler
Mediation von Konflikteskalationen in Sportorganisationen 55

A3 Strukturgestaltung 69

Michael Bar-Eli & Thomas Schack
Group Dynamics and Team Development in Sport Organizations 69

Heinz-Dieter Horch
Personalwirtschaft in Sportorganisationen 88

B Organisationsbezogenes Management 102

B1 Einführung in die organisationstheoretischen Besonderheiten des Sports 103

Eike Emrich
Organisationstheoretische Besonderheiten des Sports 103

B2 Organisationslernen 122

Helmut Willke
Organisationales Lernen: Die intelligente Organisation 122

<i>Karl-Heinrich Bette</i>		
Beratung von Sportorganisationen: Konzepte und Voraussetzungen		139
B3	Organisationsgestaltung	156
<i>Christoph Breuer</i>		
Strategisches Management in Sportorganisationen		156
<i>Christoph Breuer & Mandy Erdtel</i>		
Qualitätsmanagement in Sportorganisationen		172
<i>Christoph Breuer & Torsten Schlesinger</i>		
Sportstättenmanagement		188
B4	Finanzmanagement	203
<i>Jochen Sigloch</i>		
Rechnungslegung		203
<i>Gregor Hovemann</i>		
Finanzierung im Sport		224
<i>Gregor Hovemann</i>		
Das Problem der Rechtsformwahl im Sport		236
C	Marktbezogenes Management	246
C1	Einführung in das Sport-Marketing	247
<i>Manfred Schubert</i>		
Sport-Marketing – einige Überlegungen zu den konstitutiven Grundlagen eines neuen Forschungs- und Aufgabenfeldes		247
C2	Vermarktung des Spitzensports	266
<i>Klaus Cachay, Christian Wagner, Lars Riedl & Ansgar Thiel</i>		
Produkte des Spitzensports		266
<i>Holger Preuß</i>		
Sponsoring im Spitzensport		282

C3	Eventmarketing	300
	<i>Jan Drengner</i>	
	Imagetransfer als Wirkungsgröße des Eventmarketing	300
	<i>Cornelia Zanger</i>	
	Das Eventpotential von Sportarten	315
C4	Vermarktung im Breiten- und Freizeitsport	333
	<i>Marie-Luise Klein</i>	
	Vermarktung des Breiten- und Freizeitsports	333
	<i>Frank Hänsel</i>	
	Kundenzufriedenheit	351
Autorenverzeichnis		371