

Inhalt

	<i>Christoph Breuer & Ansgar Thiel</i>	
	Sportmanagement – eine Einführung	8
<hr/>		
A	Personalbezogenes Management	14
<hr/>		
A1	Einführung in die Besonderheiten der Personalführung in Sportorganisationen	15
	<i>Ansgar Thiel & Heiko Meier</i>	
	Besonderheiten der Personalführung in Sportorganisationen	15
A2	Kommunikationsmanagement	29
	<i>Thomas Schack & Ansgar Thiel</i>	
	Gesprächsführung in Sportorganisationen	29
	<i>Ansgar Thiel & Angelika Ribler</i>	
	Mediation von Konflikteskalationen in Sportorganisationen	47
A3	Strukturgestaltung	61
	<i>Michael Bar-Eli & Thomas Schack</i>	
	Group Dynamics and Team Development in Sport Organizations	61
	<i>Heinz-Dieter Horch</i>	
	Personalwirtschaft in Sportorganisationen	80
<hr/>		
B	Organisationsbezogenes Management	94
<hr/>		
B1	Einführung in die organisationstheoretischen Besonderheiten des Sports	95
	<i>Eike Emrich</i>	
	Organisationstheoretische Besonderheiten des Sports	95
B2	Organisationslernen	114
	<i>Helmut Willke</i>	
	Organisationales Lernen: Die intelligente Organisation	114

<i>Karl-Heinrich Bette</i>	
Beratung von Sportorganisationen: Konzepte und Voraussetzungen	131
B3 Organisationsgestaltung	148
<i>Christoph Breuer</i>	
Strategisches Management in Sportorganisationen	148
<i>Christoph Breuer & Mandy Erdtel</i>	
Qualitätsmanagement in Sportorganisationen	164
<i>Christoph Breuer & Thomas Schlesinger</i>	
Sportstättenmanagement	180
B4 Finanzmanagement	195
<i>Jochen Sigloch</i>	
Rechnungslegung	195
<i>Gregor Hovemann</i>	
Finanzierung im Sport	216
<i>Gregor Hovemann</i>	
Das Problem der Rechtsformwahl im Sport	228
C Marktbezogenes Management	238
C1 Einführung in das Sport-Marketing	239
<i>Manfred Schubert</i>	
Sport-Marketing – einige Überlegungen zu den konstitutiven Grundlagen eines neuen Forschungs- und Aufgabenfeldes	239
C2 Vermarktung des Spitzensports	258
<i>Klaus Cachay, Christian Wagner, Lars Riedl & Ansgar Thiel</i>	
Produkte des Spitzensports	258
<i>Holger Preuß</i>	
Sponsoring im Spitzensport	274

C3	Eventmarketing	292
	<i>Jan Drengner</i>	
	Imagetransfer als Wirkungsgröße des Eventmarketing	292
	<i>Cornelia Zanger</i>	
	Das Eventpotential von Sportarten	307
C4	Vermarktung im Breiten- und Freizeitsport	325
	<i>Marie-Luise Klein</i>	
	Vermarktung des Breiten- und Freizeitsports	325
	<i>Frank Hänsel</i>	
	Kundenzufriedenheit	343
	Autorenverzeichnis	363