

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
1 Einführung – Team sportmanagement	1
1.1 Team sport	3
1.2 Management	5
2 Gestaltung von Organisationsstrukturen	9
2.1 Sportfachverband vs. Ligaorganisation.....	10
2.1.1 Ausgliederung von Ligaabteilungen aus Sportfachverbänden	10
2.1.2 Spannungsverhältnis Sportfachverband – Ligaorganisation	17
2.2 Mutterverein vs. Spielbetriebsgesellschaft.....	22
2.2.1 Ausgliederung von Spielbetriebsabteilungen aus Sportvereinen	24
2.2.2 Spannungsverhältnis Mutterverein – Spielbetriebsgesellschaft	27
2.3 Organisationales Setup von Spielbetriebsgesellschaften	32
2.3.1 Leitbild und strategische Ausrichtung.....	33
2.3.2 Budgetierung und Jahresabschluss.....	40
2.3.3 Geschäftsbereiche, Stellenpläne und Personal	49
3 Regulierung von Ligawettbewerben	55
3.1 Konstitution und Rahmenbedingungen.....	56
3.1.1 Teilnahmerechte und Lizenzierungsverfahren	57
3.1.2 Wettbewerbsformat und Rahmentermine.....	65
3.2 Integrität und Attraktivität des Wettbewerbs.....	68
3.2.1 Einflussnahme von Investoren/Anteilseignern	69
3.2.2 Einflussnahme durch Mehrfachbeteiligungen.....	74
4 Mediale und werbliche Verwertung von Team sport	79
4.1 Eigen- vs. Fremdvermarktung medialer und werblicher Rechte.....	80
4.1.1 Eigenvermarktung medialer und werblicher Rechte.....	81
4.1.2 Fremdvermarktung medialer und werblicher Rechte.....	85
4.2 Mediale Verwertung von Team sport	88
4.2.1 Zentralvermarktung medialer Rechte durch Ligaorganisationen.....	90
4.2.2 Ausschreibung medialer Rechte durch Ligaorganisationen.....	96

4.2.3	(Nach-)Verwertung medialer Rechte durch Bundesligisten.....	101
4.3	Werbliche Verwertung von Teamsport.....	109
4.3.1	Zentralvermarktung werblicher Rechte durch Ligaorganisationen.....	110
4.3.2	Markenbildung und -kommunikation von Bundesligisten.....	112
4.3.3	Sponsoring bei Bundesligisten	120
5	Zusammenfassung und Ausblick	135
6	Literatur	137
7	Index	147