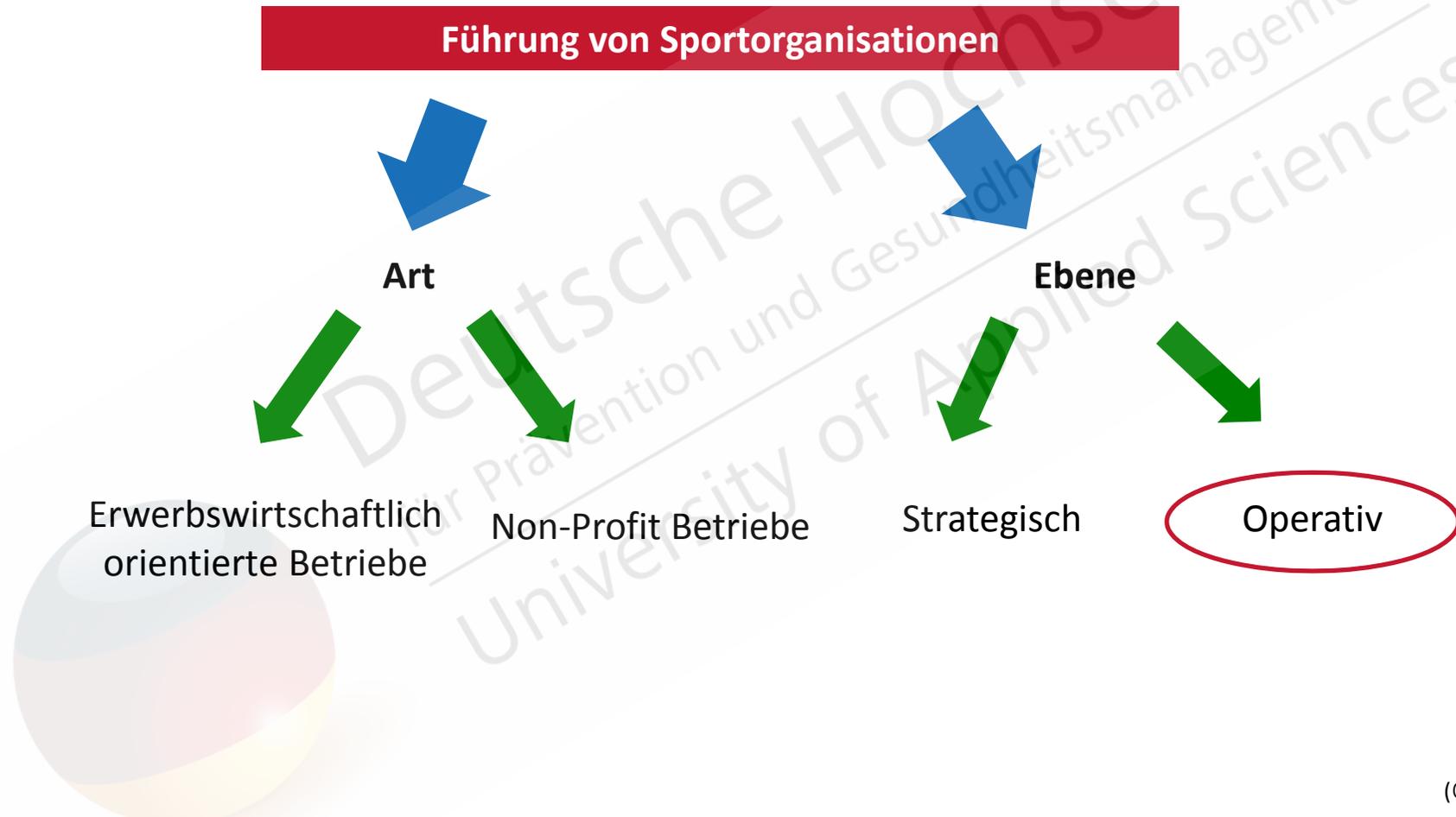


# Operatives Sportmanagement



# Führung von Sportorganisationen



(© BSA/DHfPG)

# Operatives Sportmanagement

## Operatives Sportmanagement

Operatives Sportmanagement = Umsetzung der strategischen Programme auf der Ausführungsebene in den betrieblichen Funktionsbereichen

- Produktion
- Absatz
- Finanzierung
- Personal
- Mitgliederbindung
- Beschaffung (Produktionsfaktoren)
- Material
- Organisation und Verwaltung
- Rechnungswesen
- Marktinformation
- Informationssystemmanagement



© BSA/DHfPG

# Operatives Sportmanagement

## Beschaffung im Sport (Produktionsfaktoren)

- Betriebsmittel
- Personal; Bereitstellung von menschlicher Arbeitsleistung
- Sportler
- Werkstoffe
- Finanzen
- Ziel: Bereitstellung in notwendiger Qualität, Menge und zu richtigem Zeitpunkt am richtigen Ort

### Beispiel:

Im Verein ist die **Beschaffung von Materialien** (Bälle, Tore etc.,) für Sportler und Trainer notwendig, um der sportlichen Tätigkeit nachkommen zu können. Darüber hinaus müssen **Sportler gefunden werden**, die als Input die sportliche Leistung produzieren. Diese müssen aber mit der entsprechenden Leistungsfähigkeit bzw. Potential „bereitgestellt“ werden, oder im Training dazu qualifiziert werden.

# Operatives Sportmanagement

## Produktion im Sport

- Transformation der Betriebsmittel, Arbeitsleistungen und Werkstoffe zu Halb- und Fertigerzeugnissen
- Im Sport: Produktion eines **vielfältigen Angebots**



### Beispiel:

**Sportler** produzieren bspw. eine **Bewegungsabfolge**. **Sportvereine** produzieren eine **sportliche Leistung** indem die Bewegungsabfolgen kombiniert werden. **Ligen und Verbände** produzieren einen **Wettkampf**, indem Sie den Vergleich der sportlichen Leistung produzieren.

Sportvereine produzieren aber bspw. auch **Unterhaltung, Gemeinschaft, Eingebundenheit** u.v.m.

# Operatives Sportmanagement

## Absatz im Sport

- Vermarktung der erstellten Erzeugnissen an Zuschauermärkte und Folgemärkte
- Schwierigkeit im Sport: Anbieter sind oftmals auch Nachfrager

Tab.: Sport als Anbieter und Nachfrager (Freyer, 2011, S. 75)

	Anbieter von...	Nachfrager nach...
<b>Sportler (Aktive)</b>	Sportleistungen, -wettbewerbe, -erfolge	Trainerstunden, Sportausrüstung, Anerkennung, Erfolg, Spaß, Freude, Gesundheit
<b>Vereine</b>	Übungsbetrieb, Veranstaltungen, Geselligkeit, (ehrenamtliche) Tätigkeiten	Mitglieder, Trainer, Helfer, Sponsoren, Sportförderung
<b>Verbände</b>	Sportorganisationen (Ligen, Wettkämpfe), Übertragungsrechte	Mitglieder usw. (wie zuvor), Veranstaltungen (Meisterschaften, Olympia)
<b>Staat</b>	Sportinfrastruktur, Schulsport, Sportausbildung	Sportlehrer, Sportler, Erfolge
<b>Gesundheitssektor</b>	Reha-, Präventions-, Gesundheitssport	Trainer, Betreuer, Übungsstundenleiter
<b>Medien (Printmedien, TV, usw.)</b>	Sportberichte	Übertragungsrechte, Sportereignisse, Interviews usw.
<b>Event-Organisationen</b>	Events, Übertragungsrechte	Sportlerleistungen, Teilnehmer, Zuschauer
<b>Privatwirtschaftliche Unternehmen</b>	Sportgeräte, -ausrüstung, -ernährung	Sportler als Käufer
<b>Sponsoren</b>	Sponsorenleistungen (Sach- oder Geldmittel)	Gegenleistungen (Werberechte usw.)