

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1 Heinz-Dieter Horch	
Einleitung: Sportökonomie, Sportmanagement, das Institut und der Kongress	7
2 Klaus Heinemann	
Ökonomie des Sports – Eine Standortbestimmung	13
3 Trevor Slack	
Gibt es irgendwelche Besonderheiten des Managements im Sport ?	48
4 Dennis Young	
Nonprofit-Managementuntersuchungen in den USA: Der Forschungsstand	63
5 Robert Purtschert	
Das Freiburger Management-Modell	86
6 Heinz-Dieter Horch, Christoph Niessen, Norbert Schütte	
Berufsfeldanalyse: Sportmanager in Sportvereinen und –verbänden	102
7 Boris Schmidt	
Management von Sportvereinen und Sportverbänden – Übergangsprobleme als Absolvent in das Berufsleben als Vereinsmanager	114
8 J. Christian Müller	
Fußball-Klubs als Kapitalgesellschaften – institutionen-ökonomisch betrachtet	122
9 Bernd Frick	
Kollektivgutproblematik und externe Effekte im professionellen Team-Sport: „Spannungsgrad“ und Zuschauerentwicklung im bezahlten Fußball	144
10 Thomas Bartsch und Bernd Wiggers	
Spielplanerstellung mit einem Entscheidungs- Unterstützungs-System für die deutsche Fußball-Bundesliga-Saison 1997/98	161
11 Walter Brehm, Jörg Meier, Steffen Rummel und Oliver Weigel	
Oberfranken als Golfregion ? Strukturen des Golfsports in Oberfranken	176

12	Achim Fischer Marketing im Freizeitbad	185
13	Herbert Woratschek Dienstleistungsqualität im Sport	196
14	Thomas Bezold Die Sequentielle Ereignismethode – Das Instrument zur Messung der Dienstleistungsqualität im Sport ?	220
15	Christian Horak Die Notwendigkeit der strategischen Planung im Sport am Beispiel „Bundesliga 2000“ – Ein strategisches Konzept für die Österreichische Fußball-Bundesliga	236
16	Holger Preuß Bedeutung des Verkaufs von Fernsehrechten für die Finanzierung sportlicher Megaevents	258
17	Dieter Mussler Relationship Marketing im Sport	278
18	Carsten Nichelmann Sportmanager heute – Eine empirische Analyse theoretischer und praktischer Anforderungen des Tätigkeitsfeldes	287
19	Frauke Wilhelm Produktionsfunktionen im professionellen Teamsport: Das Beispiel Basketball-Bundesliga	308
20	Gerhard Schewe und Jörg Littkemann Einführung innovativer Spielsysteme im ProfiFußball: Die Übertragung eines betriebswirtschaftlichen Organisationskonzeptes	325
21	Stefan Késenne Kosten-Nutzen-Analyse von Sport-Events	337
22	Erich Thöni Zur Evaluierung der sozio-ökonomischen Effekte von Sportgroßereignissen (Olympische Spiele, Weltmeisterschaften)	343
23	Bernd Rahmann Kosten-Nutzen-Analyse der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland – Ausgewählte konzeptionelle Aspekte und Ergebnisse	355