

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 Team sport: 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