

## Programmablauf

Zeit	Donnerstag, 29. Juni 2017	Freitag, 30. Juni 2017	Samstag, 1. Juli 2017	Zeit	
8.00	Anmeldung	Anmeldung	Anmeldung	8.00	
8.30				8.30	
9.00	Doktoranden-Workshop Raum 7	Doktoranden-Workshop Raum 7	Session III	9.00	
9.30				9.30	
10.00				10.00	
10.30			Kaffeepause	10.30	
11.00			Pause	Zusammenfassung und Verabschiedung Raum 6	11.00
11.30				11.30	
12.00			Eröffnung und Begrüßung Raum 6	Pause	12.00
12.30				12.30	
13.00			Kaffeepause	Mittagessen	13.00
13.30		13.30			
14.00		Session I	Grand Départ Open End	14.00	
14.30				14.30	
15.00		Kaffeepause		15.00	
15.30		Session II		15.30	
16.00				16.00	
16.30		16.30			
17.00		Member-Meeting AK-Sportökonomie Raum 6		...	
17.30				17.30	
18.00		Pause		<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 2px;">Doktorandenprogramm</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 2px;">Hauptprogramm</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;">Rahmenprogramm</div>	
18.30	Team-Präsentation „Tour de France“ Burgplatz Düsseldorf Open End	18.30			
19.00		19.00			
...	Abendprogramm Open End	...			

## Vortragsprogramm am 30.06.2017

Session I				
	Raum 4	Raum 5	Raum 6	Raum 7
Zeit	Sport: Motor der Regionalentwicklung	Fußball: Partizipation und Integration	Leadership in Sportorganisationen	Ökonomischer Missbrauch des Sports
13.30	(1) Effekte einer Mega-Sportveranstaltung auf das Image und die touristischen Aktivitäten eines Nicht-Ausrichterlandes. Das Beispiel Island und die UEFA Euro 2016 <b>S. Adam</b> , O. Wohlfart, A. Hodeck	(4) Exit, Voice, and Loyalty bei Fußballfans – Was beeinflusst das Fanverhalten bei Unzufriedenheit? <b>J. Flatau</b>	(7) Egoisten nur im Fußball? Eine Analyse zu Motiven ehrenamtlichen Engagements in sportartspezifischen und -übergreifenden Organisationen“ <b>M. Frenger, M. Hämerle</b> , E. Emrich, C. Pierzoch	(10) Zufall oder Können? Eine Effizienzanalyse des Online-Sportwettenmarktes <b>J. Gross, L. Rebeggiani</b>
14.00	(2) Die ökonomische Bedeutung des Hockenheimrings für die Stadt und die Region Hockenheim <b>M. Horn</b>	(5) Ja ich will! Permission Marketing in Profifußballclubs <b>D. Habenstein</b>	(8) Leadership cultures in sports organizations <b>B. Römmelt</b>	(11) Korruptionsgefährdung des Sports in der Wahrnehmung unterschiedlicher Akteure <b>K. Herrmann</b> , M. Frenger, E. Emrich
14.30	(3) Möglichkeiten der Regionalisierung des Sportsattellitenkontos: Methodische Vorgehensweisen, Datenerfordernisse und Realisierungschancen <b>G. Ahlert</b>	(6) Fußballclubs im Spannungsfeld zwischen gesellschaftlicher Verantwortung und fortschreitender Internationalisierung <b>M. Becker, M. Breuer</b> , S. Kaiser	(9) Entscheidungsspielräume finanzverantwortlicher Personen in Sportvereinen – diskretionär, individuell oder strukturell vorbestimmt? <b>M. Hämerle</b> , E. Emrich, C. Pierzoch	(12) Insolvencies in Professional Sports: Evidence from German Football <b>S. Szymanski, D. Weimar</b>

Session II				
	Raum 4	Raum 5	Raum 6	Raum 7
Zeit	Radsport-Ökonomie	Qualifikation von Sportmanagern	Sportgroßveranstaltungen: Wie weit darf der Sport gehen?	Attraktivierung von Sport
15.30	(13) Bikameralismus in nationalen Sportverbänden <b>T. Wojciechowski</b>	(16) Strukturmuster für Karriereverläufe von Sportmanagern. Ansätze auf der Grundlage einer empirischen Untersuchung. <b>G. Trosien, M. Ratz, R. Hattemer, J. Bischoff, U. Semblat</b>	(19) Inszenierung von Erlebnissen im touristischen Wettbewerb. Eine Fallstudie am Beispiel des Eiger Ultra Trails <b>T. Ströbel, C. Moesch</b> , S. Buser	(22) Pay or Nature? The relative weights of pecuniary incentives and course conditions in endurance races <b>P. Becker, J. Prinz</b>
16.00	(14) „Doping im Radsport. Die radelnden Apotheken?“ Eine indirekte Befragung zu Dopingprävalenzen amerikanischer Radsportler unterschiedlicher Leistungslevels <b>W. Pitsch, M. Frenger</b> , E. Emrich	(17) Profilquoten für Leistungssportler bei der Hochschulzulassung. Ein Zwischenstand. <b>T. Könecke</b>	(20) Erwartungen und Erfahrungen lateinamerikanischer Stakeholder an die Olympischen Spiele 2016 in Rio de Janeiro <b>L. dos Santos</b> , A. Hodeck, G. Hovemann	(23) The Star-Quality of Foreign Players: Analyzing Attendance Effects in the Deutsche Eishockey Liga <b>N. Longley</b>
16.30	(15) Welche Firmen werben im Radsport? Eine explorative Analyse von Sponsoren im Radsport <b>M. Thern</b> , M. Frenger, E. Emrich	(18) Demographische Entwicklungen und ihre Auswirkungen auf die Liga-Organisation des Nachwuchsfußballs <b>F. Schmidt</b>	(21) Ski WM 2017: Nachhaltigkeit + Innovation = Vermächtnis (NIV) <b>J. Stettler, A. Wallebohr</b>	(24) Public sector sports grant´s distribution principles´ preference and implementation at different sports levels <b>V. Buldas</b>

## Vortragsprogramm am 01.07.2017

Session III				
	Raum 4	Raum 5	Raum 6	Raum 7
Zeit	Tour de France 2017 Grand Départ	Ökonomisierung von Zuschauersport	Investoren und Sponsoren im Sport	Corporate Governance
9.00	(25) Forecasting Tour de France TV audiences <b>D. van Reeth</b>	(28) Reiseverhalten von Branded Fan Communities – ein Beispiel des DFB Fanclub Nationalmannschaft im Hinblick auf die FIFA-WM 2018 <b>G. Fritz</b>	(31) Regulation von beherrschendem Einfluss im deutschen Profifußball – Die Zukunft der 50+1-Regel aus Sicht aktueller und potentieller Investoren <b>S. B. Bauers, G. Hovemann</b>	(34) Nachhaltigkeit, Menschenrechte und Transparenz für Olympische Spiele – Wunsch und Wirklichkeit im Spiegel neuer Umfrageergebnisse <b>F. Gassmann, E. Emrich, C. Pierdzioch, T. Meyer</b>
9.30	(26) Kommunale Sportpolitik und Sportgroßveranstaltungen – der Tour-de-France-Auftakt in Düsseldorf und Mönchengladbach 2017 <b>J. Schwark</b>	(29) Enjoying the Game-Enjoying the Burger? (Un)Healthy Food Choices of Sport Spectators <b>J. Over</b>	(32) Strategic Equity Partnerships between Sponsors and Professional Football Clubs in Germany – A Discussion about Motives and Added Value <b>T. Duffner, G. Hovemann</b>	(35) A novel look at event legacy: Politicians' personal legacies from Olympic bids and referenda <b>T. Könecke, M. de Nooij, M. Schubert, H. Schunk</b>
10.00	(27) Einfluss von Sportgroßveranstaltungen auf die Produkt- und Preispolitik von lokale Gastronomiebetrieben <b>J. Janssen, T. Corinth</b>	(30) Back to traditional stadium names – fans' role in financing naming rights through crowdfunding <b>C. Huth</b>	(33) Image transfer between a Bundesliga soccer club and its location <b>C. Fischer</b>	(36) Bestimmung von Club Corporate Governance Profilen bei deutschen professionellen Fußballvereinen mittels Conjoint-Analyse <b>S. Adam, J. Lammert, G. Hovemann</b>

Vortragsprogramm Stand 20.05.2017, Änderungen vorbehalten

