

7.3.2024

# 13. INNSBRUCKER SPORT- ÖKONOMIE & -MANAGEMENT SYMPOSIUM

INSTITUT FÜR SPORTWISSENSCHAFT  
UNIVERSITÄT INNSBRUCK

**Ausrichter:** Prof. Dr. Martin Schnitzer (LFU Innsbruck, AUT)  
Prof. Dr. Holger Preuß (Johannes Gutenberg Universität Mainz)

**Organisation:** Mag. (FH) Cornelia Praxmarer-Kohlí (LFU Innsbruck, AUT)  
Dr. Norbert Schütte (Johannes Gutenberg Universität Mainz)

## PARTNER DES SYMPOSIUMS



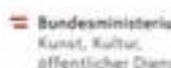
INNS' BRUCK 



UNIVERSITÄT  
BAYREUTH



UMIT  
the health & life sciences university

 Bundesministerium  
Kunst, Kultur,  
öffentlicher Dienst und Sport

AURORA  
EUROPEAN UNIVERSITIES  
ALLIANCE

MEI  
MANAGEMENT CENTER  
INNSBRUCK

KU LEUVEN

tiSport

ASKÖ 

ASVO  
Tirol

SPORT  
UNION 



## Inhalt

<b>Scientific Board des Symposiums</b> .....	<b>7</b>
<b>Opening</b> .....	<b>7</b>
<b>Keynote I</b> .....	<b>7</b>
<b>Block I, 14:40-16:00</b> .....	<b>8</b>
<b>Sportpolitik &amp; -governance</b> .....	<b>9</b>
Legitimation der Förderung von Spitzensport – ein Versuch .....	9
Institutionelles Fehlverhalten im Sport – Konzeptionelle Überlegungen für die Sportgovernance	12
Staatliche Sportpolitik auf Ebene der Bundesländer .....	14
<b>Fußball</b> .....	<b>16</b>
Professionalisierung, Kommerzialisierung und Mediatisierung des Frauen-Fußballs – Eine Gefahr für seine von Fans wahrgenommenen Charakteristiken? .....	16
Christiano Ronaldo & Co. - Der Einfluss von Spielertransfers europäischer (Top)Spieler nach Saudi-Arabien auf das europäische Wettkampfsystem .....	18
<b>English Speaking Session 1</b> .....	<b>20</b>
Evaluating the Environmental Impact of Greece vs Ireland Football Match.....	20
Governance and the sustainability of women´s football .....	22
Destination Saudi: Exploring the Impact of Transfers to Emerging Leagues on Football Player Brands .....	24
Rivalry between tournaments: LIV Golf vs PGA Tour in fans' perception .....	26
<b>Block II, 16:30-17:50</b> .....	<b>28</b>
<b>Sportökonomie</b> .....	<b>29</b>
Schummeln im Schach – Verändern Künstliche Intelligenz und Doping den Sport? .....	29
Virtual Event Twins und Virtual Event Substitutes – mehr als digitalisierte Rituale in Zeiten der Krise? Eine quantitative Untersuchung am Beispiel des Kongresses „blickpunkt sportmanagement“.....	31
<b>Olympia und Events</b> .....	<b>37</b>
UEFA vs. Super League – Ringen um Deutungshoheit .....	37
Die Ehrenamts-Historie von Volunteers bei den Special Olympics World Games 2023 - Führt Sport-Event-Volunteering zu einem nachhaltigen Ehrenamt? .....	39
<b>English Speaking Session 2</b> .....	<b>41</b>
Need of Reconceptualisation? Neutrality and Autonomy of the Olympic Movement .....	41
Athletes´ Protest and Activism Regarding Freedom of Expression through Rule 50 of the Olympic Charter .....	43
Application of the World Café as a participatory method in youth sport research: Practical insights for sport organizations .....	45
<b>Block III, 18:20-19:40</b> .....	<b>49</b>
<b>Sport NPO und Nachhaltigkeit</b> .....	<b>50</b>
Ökonomischer Nutzen von Sport im Freien. Gestaltung von urbanen grünen Räumen unter Beachtung der saisonalen Besonderheiten.....	50
Dark Sustainability .....	52

<b>Konsumentenbefragung</b> .....	<b>54</b>
Spiel, Satz, Event? Befragungsbefunde zu deutschen Tenniszuschauern bei ATP/WTA-Turnieren .....	54
Konsumentenbefragung zur klimafreundlichen „Vor-Ort-Mobilität“ zu Sport- und Freizeiteinrichtungen und die Konsumentennutzung von digitalen Technologien .....	56
<b>English Speaking Session 3</b> .....	<b>59</b>
Image to action: Exploring Coaches´perceptions of their reputational influence on athlete creativity.....	59
<b>Richtiges zitieren der Beiträge aus diesem Abstractband</b> .....	<b>61</b>
<b>Impressum</b> .....	<b>61</b>

## 13. Innsbrucker Sportökonomie & - Management Symposium

VORTRAGSTHEMA „SAAL INNSBRUCK“		
<b>Eröffnung (Schnitzer/Schütte)</b>	<b>14.00-14.15</b>	<b>Univ.-Prof. Dr. Anna Buchheim (Innsbruck, AUT), Dekanin Univ.-Prof. Martin Schnitzer, PhD (Innsbruck, AUT), Institutsleiter</b>
	<b>14.15-14.40</b>	<b>Keynote: Where can we host the Winter Olympic Games in the future? A climate change perspective Steiger, Robert (Innsbruck, AUT)</b>
<b>Sportpolitik &amp; -governance (Preuß)</b>	<b>14.40-15.00</b>	Wadsack, R. (Salzgitter, GER): Legitimation der Förderung von Spitzensport - ein Versuch
	<b>15.00-15.20</b>	Kleissner, A. (Wernberg, AUT): Vilnius Definition des Sports 3.0: Neuerungen auf europäischer Ebene und Implikationen
	<b>15.20-15.40</b>	Baumeister, J. (Bayreuth, GER): Institutionelles Fehlverhalten im Sport: Konzeptionelle Überlegungen für die Sportgovernance
	<b>15.40-16.00</b>	Wojciechowski, T. (Backnang; GER): Staatliche Sportpolitik auf Ebene der Bundesländer
<b>16.00-16.30</b>		Pause
<b>AI-Digitalisierung - E-Sports (Kurscheidt)</b>	<b>16.30-16.50</b>	Schu, K. (Mainz, GER): Schummeln im Schach – Verändern Künstliche Intelligenz und Doping den Sport?
	<b>16.50-17.10</b>	Bär, S. (Bayreuth, GER), Beens, M. (Salzgitter, GER), Janson, T. (Weimar, GER) & Kurscheidt, M. (Bayreuth, GER): Virtual Event Twins und Virtual Event Substitutes – mehr als digitalisierte Rituale in Zeiten der Krise? Eine quantitative Untersuchung am Beispiel des Kongresses „blickpunkt sportmanagement“
	<b>17.10-17.30</b>	Heidenreich, H. (Bayreuth, GER) & Wachholz, F. (Innsbruck, AUT): Community Attitude: Wie die eSports-Community aufstrebende Verbandsstrukturen im eSport wahrnimmt und beurteilt
	<b>17.30-17.50</b>	Schöttl, K. & Metz, V. (Seeburg, AUT): Funktionsweise der Social Media Algorithmen und ihre Bedeutung im Kontext des Sportmanagements/der Sportkommunikation
<b>17.50-18.20</b>		Pause
<b>Sport NPO und Nachhaltigkeit (Schunk)</b>	<b>18.20-18.40</b>	Praxmarer-Kohli, C. (Innsbruck, AUT), Stura, C. (Kufstein, AUT) & Schnitzer, M. (Innsbruck, AUT): Frauen in non-profit Sportorganisationen in Tirol – Rollenverständnis und Führungsverhalten.
	<b>18.40-19.00</b>	Wallrodt, S. (Koblenz, GER) & Barth, M. (Innsbruck, AUT): Multilevelanalyse von Sportvereinen – Reproduktion und Vergleich von Ergebnissen aus der Schweiz und Deutschland
	<b>19.00-19.20</b>	Reuß, K. (München, GER): Ökonomischer Nutzen von Sport im Freien. Gestaltung von urbanen grünen Räumen unter Beachtung der saisonalen Besonderheiten
	<b>19.20-19.40</b>	Schütte, N. (Mainz, GER): Dark Sustainability
<b>Schluss (Schnitzer/Schütte)</b>	<b>19.40-20.00</b>	<b>Abschlussdiskussion und Ausblick auf Veranstaltungen 2025</b>

### 13. Innsbrucker Sportökonomie & - Management Symposium

VORTRAGSTHEMA „SAAL TIROL“		
<b>Eröffnung (Schnitzer/Schütte)</b>	<b>14.00-14.15</b>	<b>Univ.-Prof. Dr. Anna Buchheim (Innsbruck, AUT), Dekanin Univ.-Prof. Martin Schnitzer, PhD (Innsbruck, AUT), Institutsleiter</b>
	<b>14.15-14.40</b>	<b>Keynote: Where can we host the Winter Olympic Games in the future? A climate change perspective Steiger, Robert (Innsbruck, AUT)</b>
<b>Fußball (Schütte)</b>	<b>14.40-15.00</b>	Frenger, M. (Saarbrücken, GER): Die richtige Mischung macht's? – Teamzusammenstellung und Erfolg im europäischen Fußball
	<b>15.00-15.20</b>	Rose, L.-D. (Mainz, GER): Professionalisierung, Kommerzialisierung und Mediatisierung des Frauen-Fußballs – Eine Gefahr für seine von Fans wahrgenommenen Charakteristiken?
	<b>15.20-15.40</b>	Reichel, K., Weiland, M., Brandt, C. & Kurscheidt, M. (Bayreuth, GER): Cristiano Ronaldo & Co. – Der Einfluss von Spielertransfers europäischer (Top)Spieler nach Saudi-Arabien auf das europäische Wettkampfsystem
	<b>15.40-16.00</b>	Schunk, H., Spindler, V. (Wiesbaden, GER) & Könecke, T. (Leuven, BEL): Image und Markenpersönlichkeit der deutschen Fußball-Nationalmannschaft vor und nach der FIFA Fußball-WM 2022 in Qatar
<b>16.00-16.30</b> Pause		
<b>Olympia und Events (Könecke)</b>	<b>16.30-16.50</b>	Schubert, M., Preuß, H. & Hannawacker, A. (Mainz, GER): „UEFA vs. Super League – Ringen um Deutungshoheit“
	<b>16.50-17.10</b>	Rinker, Y. (Mainz, GER): Gigantismus bei den Olympischen Winterspielen: Mythos oder Realität? Eine vergleichende Analyse der Einnahmen der Olympischen Winterspiele seit 2002
	<b>17.10-17.30</b>	Hannawacker, A. & Rose, L.-D. (Mainz, GER): Die Ehrenamts-Historie von Volunteers bei den Special Olympics World Games 2023 – Führt Sport-Event-Volunteering zu einem nachhaltigen Ehrenamt?
	<b>17.30-17.50</b>	Fritz, G. (Frankfurt): Olympische Erziehung im Umfeld der Spiele: Das Deutsch-Französische Olympischen Jugendlager 2024 Paris
<b>17.50-18.20</b> Pause		
<b>Konsumenten- befragung (Happ)</b>	<b>18.20-18.40</b>	Kurscheidt, M., Ferrauti, F., Rosier, A. & Reichel, K. (Bayreuth, GER): Spiel, Satz, Event? Befragungsbefunde zu deutschen Tenniszuschauern bei ATP/WTA-Turnieren
	<b>18.40-19.40</b>	Happ, E., Scholl-Grisseemann, U. (Hall, AUT), Schöttl, S. & Gamper, N. (Innsbruck, AUT): Konsumentenbefragung zur klimafreundlichen „Vor-Ort-Mobilität“ zu Sport- und Freizeiteinrichtungen und die Konsumentennutzung von digitalen Technologien (Methodische Learnings und erste Ergebnisse von „Gondelgesprächen“)
<b>Schluss (Schnitzer/Schütte)</b>	<b>19.40-20.00</b>	<b>Abschlussdiskussion und Ausblick auf Veranstaltungen 2025</b>

### 13. Innsbrucker Sportökonomie & - Management Symposium

VORTRAGSTHEMA „SAAL MAINZ“		
<b>Eröffnung</b>	14.00–14.15	Univ.-Prof. Dr. Anna Buchheim (Innsbruck, AUT), Dekanin Univ.-Prof. Martin Schnitzer, PhD (Innsbruck, AUT), Institutsleiter
	14.15–14.40	<b>Keynote: Where can we host the Winter Olympic Games in the future? A climate change perspective Steiger, Robert (Innsbruck, AUT)</b>
<b>English speaking session (Fritz)</b>	14.40–15.00	Konstantopoulos, I (Lausanne, SWI): Greening the Game: Evaluating the Environmental Impact of Greece vs Ireland Football Match (ONLINE)
	15.00–15.20	Candeo da Silva, AL. (Mainz, GER): Governance and the sustainability of women's football
	15.20–15.40	Jaufenthaler, P., Koll, O. (Innsbruck, AUT) & Grohs, R. (Seeburg, AUT): Destination Saudi: Exploring the Impact of Transfers to Emerging Leagues on Football Player Brands
	15.40–16.00	Brandt, C., Heidenreich, H., Reichel, K. & Kurscheidt, M. (Bayreuth, GER): Rivalry between tournaments: LIV Golf vs PGA Tour in fans' perception
	16.00–16.30	Pause
<b>English speaking session (Reichel)</b>	16.30–16.50	Sheehan, V. & Schubert, M. (Mainz, GER): Need of Reconceptualisation? Neutrality and Autonomy of the Olympic Movement Revisited
	16.50–17.10	Delgado, M. (Mainz, GER): Athletes' Protest and Activism Regarding Freedom of Expression through Rule 50 of the Olympic Charter
	17.10–17.30	Kogler, A. (Innsbruck, AUT): Application of the World Café as a participatory method in youth sport research: Practical insights for sport organizations
	17.30–17.50	Zhang, Y. (Drammen, NOR): The Application of Generative AI in Sports Events Marketing and Planning
	17.50–18.20	Pause
<b>English speaking session (Schnitzer)</b>	18.20–18.40	Pöll, K., Steiger, R., (Innsbruck, AUT), Knowles, N., Ruddy, M. (Waterloo, CAN): Impacts of climate change on summer mountain tourism: A review
	18.40–19.00	Reimeir, E., Scheiber, S. & Schnitzer, M. (Innsbruck, AUT): Challenges in measuring the economic impact in participatory sports events – the case study of the Mountain- and Trail running World Championships Innsbruck-Stubai 2023
	19.00–19.20	Asare, M., Seekircher, V., Kössler, B. & Schnitzer, M. (Innsbruck, AUT): Image to action: Exploring coaches' perceptions of their reputational influence on athlete creativity.
	19.20–19.40	Lintumäki, P., Wetzel, L., Anderlan, R. & Schnitzer, M. (Innsbruck, AUT): Football Clubs as Facilitators of Regional Brand Equity (ONLINE)
<b>Schluss (Schnitzer/Schütte)</b>	19.40–20.00	<b>Abschlussdiskussion und Ausblick auf Veranstaltungen 2025</b>

## **Scientific Board des Symposiums**

Prof. Dr. Markus Kurscheidt, Universität Bayreuth

Prof. Dr. Thomas Könecke, Katholieke Universiteit Leuven

Prof. Dr. Holger Schunk, Universität Mainz

Dr. Norbert Schütte, Universität Mainz

Prof. Mag. Martin Schnitzer, PhD, Universität Innsbruck

## **Opening**

**Eröffnung des Symposiums durch Buchheim, A. (Innsbruck, AUT), Dekanin & Schnitzer, M. (Innsbruck, AUT), Institutsleiter**

(DO 7.03.24, 14:00 – 14:15 Uhr)

## **Keynote I**

**Steiger, R. (Innsbruck, AUT): Where can we host the Winter Olympic Games in the Future? A climate change perspective**

(DO 7.03.24, 14:15 – 14:40 Uhr)

**Block I, 14:40-16:00**

**Sportpolitik & -governance**

**Saal Innsbruck**

- **Wadsack, R. (Salzgitter, GER):** Legitimation der Förderung von Spitzensport – ein Versuch
- **Baumeister, J. (Bayreuth, GER):** Institutionelles Fehlverhalten im Sport – Konzeptionelle Überlegungen für die Sportgovernance
- **Wojciechowski, T. (EHiP, GER):** Staatliche Sportpolitik auf Ebene der Bundesländer

**Fußball**

**Saal Tirol**

- **Rose, L.-D. (Mainz, GER):** Professionalisierung, Kommerzialisierung und Mediatisierung des Frauen-Fußballs – Eine Gefahr für seine von Fang wahrgenommene Charakteristiken?
- **Reichel, K., Weiland, M., Brandt, C. & Kurscheidt, M. (Bayreuth, GER):** Cristiano Ronaldo & Co. – Der Einfluss von Spielertransfers europäischer (Top)Spieler nach Saudi-Arabien auf das europäische Wettkampfsystem

**English Speaking Session 1**

**Saal Mainz**

- **Konstantopoulos, I. (Lausanne, SWI):** Greening the Game: Evaluating the Environmental Impact of Greece vs Ireland Football Match
- **Candeo da Silva, AL. (Mainz, GER):** Governance and the sustainability of women's football
- **Jaufenthaler, P., Koll, O. (Innsbruck, AUT) & Grohs, R. (Seeburg, AUT):** Destination Saudi: Exploring the Impact of Transfers to Emerging Leagues on Football Player Brands
- **Brandt, C., Heidenreich, H., Reichel, K. & Kurscheidt, M. (Bayreuth, GER):** Rivalry between tournaments: LIV Golf vs PGA Tour fans' perception



## Sportpolitik & -governance

**Wadsack, R. (Salzgitter, GER)**

**Legitimation der Förderung von Spitzensport – ein Versuch**

Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften

Vorweg: Es besteht höchster Respekt vor Menschen, die im Spitzensport aktiv sind und ihr Leben den dazu notwendigen Bedingungen unterwerfen. In diesem Beitrag geht es nicht um Sportgroßveranstaltungen, diese müssten gesondert betrachtet werden.

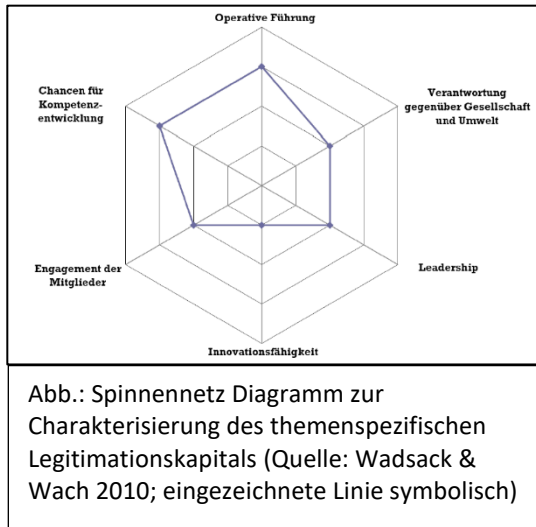
Es geht darum, schlüssige Begründungen dafür zu liefern, warum öffentliche Gelder in die Finanzierung von Spitzensport investiert werden sollen. Eine Frage die in den Diskussionen um den Spitzensport immer wieder vorkommt. Immerhin wird dem Sport eine Eigenweltlichkeit zugeordnet, welche auch durch eigene Regelungsinstanzen unterstützt wird (vgl. Mittag 2023, 25/26; Heinemann 2007, 68-72). Damit kann die Erschließung von Geldern aus öffentlichen Kassen als Verlassen dieser Begrenzung interpretiert werden und muss der Begründungslogik des zuwendenden Bereiches folgen. Zwei Zitate sollen die Frage zur Begründung von Spitzensport flankieren. Bislang dominiert die Bezugnahme auf Medaillen.

„Dem Vorteil für ‚den Sport‘ steht das Arbeitsleid und der Konsumverzicht der Steuerzahler gegenüber.“ (Kirsch & Kempf 2002, 254)

„Die Legitimation bzw. das Legitimationskapital drücken die sachlich argumentierte gesellschaftliche Bedeutung des Sportvereins [Spitzensports] zu einem bestimmten Zeitpunkt aus.“ (nach: Wadsack & Wach 2010, 5)

Um Spitzensport zu ermöglichen, wird ein komplexes Beziehungsnetzwerk von Institutionen betrieben, in das neben den Olympiastützpunkten u. a. wissenschaftliche Institutionen, medizinische Einrichtungen, die FES das IAT und die NADA eingebunden sind (Produktions-Kooperative-Spitzensport, vgl. Wadsack 2024 i. E.). Weitgehend beruhen die Aktivitäten auf einer Finanzierung durch das zuständige Bundesministerium.

Grundkonzept für die Erarbeitung einer Argumentationsgrundlage soll hier der Ansatz des Legitimationskapitals sein, wie er oben in dem zweiten Zitat angerissen wurde. In der Abbildung sind die ursprünglich erarbeiteten Komponenten zu sehen, wie sie für Sportvereine erarbeitet wurden. Grundsätzlich lassen sich diese aber auf Spitzensport und die Spitzenfachverbände als Sachwalter übertragen. Das Gesamtkonzept ist als ein Typ des immateriellen Kapitals, wie z. B. der Marken-Wert, im Sinne der Betriebswirtschaftslehre zu verstehen.



Der für das Legitimationskapital geforderte Bezug auf die gesellschaftliche Bedeutung erfordert ein entsprechendes Zielsystem. In der sportökonomischen Darstellung dominiert die Betrachtung in wirtschaftlichen Bezugsgrößen, wie dem BIP bzw. der Erfassung wirtschaftlicher messbarer Größen (vgl. z. B. Breuer 2014, Preuß 2012, sowie: [www.sportsatellitenkonto.de](http://www.sportsatellitenkonto.de)). Eine gesellschaftliche Argumentation benötigt allerdings einen weitergefassten Rahmen, der eine Akzeptanz für den Bezugsbereich Gesellschaft umfasst.

Im Jahr 2009 hatten das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit und das Umweltbundesamt die Entwicklung eines „Nationalen Wohlfahrts Index (NWI)“ beauftragt,

der eine komplexere Zielstellung beinhalten sollte als das BIP. Er umfasst 20 Dimensionen aus den Bereichen Wirtschaft, Soziales und Umwelt (vgl. <https://www.nationaler-wohlfahrtsindex.de/de/dimensionen>; aktualisiert als NWI 3.0: Held et al. 2022).

In einem ersten Anlauf kann dieses Konzept zumindest mit einigen Bezügen als Anhaltspunkt für die Komponente „Verantwortung gegenüber Gesellschaft und Umwelt“ im Rahmen des Legitimationskapital-Ansatz genutzt werden. Die anderen Ansatzpunkte finden sich bei den beteiligten Sportverbänden. Beispiele:

- Engagement der Mitglieder / Spitzensportler:innen: Sportliches und außersportliches persönliches Auftreten
- Kompetenzentwicklung: Duale Karriere, Fürsorge für die Athlet:innen nach der Sportlaufbahn
- Innovationsfähigkeit: Anpassung an die Sportentwicklung
- Operative Führung: Finanzgebaren, Corporate Governance
- Leadership: Agile Führungsarbeit, Zielorientierung

Neben Aspekten des „Staatsmarketing“ beruhen viele gesellschaftliche Aspekte, die typisch ins Feld geführt werden, auf der Vorbildwirkung spitzensportlichen Tuns v. a. für Kinder und Jugendliche. Die entsprechende Wirkung wissenschaftlich abzubilden ist jedoch sehr komplex und fordert im Grunde eine multidisziplinäre Vorgehensweise. Daumann (2018, 39) stellte fest: „Die ... positiven sozio-educativen Effekte sind jedoch empirisch nicht nachgewiesen.“

Maßgeblich wäre ein wirkungsanalytischer Ansatz (siehe z. B. Sager et al. 2021), der den Zusammenhang von Wahrnehmung spitzensportlicher Aktivität bis zur Auswirkung auf individuelles Handeln belegt. Konsequenz, Zielstrebigkeit, Leistungsbereitschaft müssten genauso gut aufgenommen werden, wie dysfunktionale Effekte.

## Literatur

- Breuer, Chr.; Wicker, P.; Orłowski, J. (2014): Zum Wert des Sports. Wiesbaden: Springer Gabler
- Daumann, F. (2018): Finanzierung des Sport: Darstellung und Analyse der Legitimation der Sportförderung in Deutschland. – In: A. Litvin; M. Breuer; F. Daumann (Hrsg.): Sport, Staat und Politik – Perspektiven aus der Russischen Föderation und Deutschland. Göttingen: Cuvillier, 37-50.
- Heinemann, K. (2007): Einführung in die Soziologie des Sports, 5. Auflage. Schorndorf: Hofmann.

### 13. Innsbrucker Sportökonomie & - Management Symposium

- Held, B.; Rodenhäuser, D.; Diefenbacher, H. (2022): NWI 3.0: Methodenbericht Nationaler Wohlfahrtsindex 3.0, IMK/Hans-Böckler-Stiftung. Abruf unter: [file:///Users/prof.ronaldwadsack/Downloads/p\\_imk\\_study\\_78\\_2022.pdf](file:///Users/prof.ronaldwadsack/Downloads/p_imk_study_78_2022.pdf); 12.03.2024.
- Kirsch, G.; Kempf, H. (2002): Staatliche Finanzierung des Sports – Ein Auslaufmodell? – In: H.-D. Horch; J. Heydel; A. Sierau (Hrsg.): Finanzierung des Sports. Aachen: Meyer & Meyer, 254-266.
- Mittag, J. (2023): Wer entscheidet in der Sportpolitik? Strukturen und Akteure. – In: Informationen zur politischen Bildung 4/2023, 16-27.
- Preuß, H., Alfs, C. & Ahlert, G. (2012). Sport als Wirtschaftsbranche. Der Sportkonsum privater Haushalte in Deutschland. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Sager, F.; Hadorn, S.; Balthasar, A.; Mavrot, C. (2021): Politikevaluation. Wiesbaden: Springer VS.
- Wadsack, R. (2024 i. E.): Olympiastützpunkte als Element der Produktion spitzensportlicher Leistungen. – In: Frenger, M.; Haut, J.; Klein, M.; Thieme, L. (Hrsg.): Zum Gedenken an Eike Emrich. Schorndorf: Hofmann.
- Wadsack, R.; Wach, G. (2010): Legitimationskapital als Ressource von Sportvereinen. – In: Sciamus, 4/2010, 1-14.

**Baumeister, J. (Bayreuth, GER)**

**Institutionelles Fehlverhalten im Sport  
– Konzeptionelle Überlegungen für die  
Sportgovernance**

Universität Bayreuth

Der Sport liefert zahlreiche Beispiele für institutionelles Fehlverhalten, ob die Vergabe der Fußball-Weltmeisterschaft 2006, systematisches Doping im Radsport oder sexualisierte Gewalt im Deutschen Schwimmverband. Stets sind mit der Aufdeckung auch erhebliche – teils über Jahre andauernde – Belastungen für die jeweiligen Institutionen selbst verbunden. In der Folge werden oftmals Forderungen nach einer umfassenden Aufarbeitung des Geschehens erhoben. Problematisch dabei ist jedoch, dass bislang weder eine klare Definition noch ein einheitliches Verständnis von Aufarbeitung existiert. Zudem werden in der Praxis oftmals vorschnell Debatten über Prävention und Intervention initiiert ohne sich zunächst ausreichend mit der Vergangenheit und den daraus abzuleitenden Konsequenzen auseinanderzusetzen. Für eine zielgerichtete Aufarbeitung gilt es somit zunächst zu klären, was Aufarbeitung ist und welche konzeptionellen Grundlagen für Aufarbeitung notwendig sind.

In einem ersten Schritt soll eine Analyse von sechs unterschiedlichen Forschungsdisziplinen und Themenfeldern Input für eine Grundkonzeption von Aufarbeitung liefern. Der Umgang mit dem (1) Nationalsozialismus hat den Aufarbeitungsbegriff geprägt. Erkenntnisse aus den verschiedenen Phasen der Aufarbeitung und einem sich im Zeitablauf wandelnden Verständnis von Aufarbeitung eignen sich dabei auch zur Generalisierung. Die (2) katholische Kirche steht seit 2010 in einem umfangreichen Aufarbeitungsprozess zu sexualisierter Gewalt. Trotz einem im institutionellen Vergleich mittlerweile hohen Standard bei Intervention und Prävention zeigen sich vielfach Schwierigkeiten, den Wunsch nach Aufarbeitung in zielgerichtete Maßnahmen zu überführen. Das politikwissenschaftlich geprägte Konzept von (3) Transitional Justice behandelt die Aufarbeitung von Menschenrechtsverletzungen durch staatliche Akteure. Aufgrund der inhaltlichen Nähe des Konzepts ergeben sich Erkenntnisse für die Aufarbeitung in den Bereichen Aufklärung und Wahrheitssuche (Truth Seeking), Anerkennung von Unrecht, Rechenschaft (Accountability), Entschädigung und Wiedergutmachung, Erinnerungspolitik und Versöhnung sowie Verfassungs- und Rechtsreformen (Governance). (4) Compliance Management ist ein betriebswirtschaftliches Tool zur Prävention von institutionellem Fehlverhalten, das einige konzeptionelle Grundlagen liefert. Der Umgang mit Non-Compliance ist hierbei jedoch nachgelagert. Der ebenfalls betriebswirtschaftlich orientierte Ansatz (5) Krisenmanagement zeigt Parallelen zu Aufarbeitungsstrukturen, fokussiert jedoch stark auf externe Ereignisse oder interne Management-Fehler und wenig auf institutionelles Fehlverhalten. Zudem erfolgt oft keine nachhaltige Krisenbewältigung. Konzepte im Bereich der (6) Corporate Governance bieten mit dem präventiven Ansatz der Good Governance ein normatives Konzept für ethisches Handeln in Institutionen. Zudem sind Partizipation und Stakeholder-Orientierung eine wichtige Grundlage für die Aufarbeitung.

Im Sport ist unter dem Oberbegriff Integrität eine dynamische Entwicklung für die Governance zu verzeichnen. Es geht dabei um die Integrität von Wettbewerben (Doping, Wettbewerbsmanipulation), die Integrität von Organisationen (Good Governance) und die Integrität bzw. den Schutz von Personen (Gewalt, Missbrauch, Menschenrechte). Der Schwerpunkt liegt in allen Feldern insbesondere auf strukturell-präventiven Maßnahmen, aber kaum auf dem Umgang mit tatsächlichem Fehlverhalten.

Aus vorstehender Analyse bleibt festzuhalten: Ein angemessener Umgang mit Fehlverhalten ist nur über eine umfassende Aufarbeitung möglich. Die betrachteten Ansätze – auch im Sport – befassen sich allerdings vorrangig mit Prävention und in Teilen mit Intervention; eine

verstärkte Analyse der Vergangenheit unterbleibt jedoch in vielen Fällen. Dies liegt möglicherweise auch daran, dass Aufarbeitung ein weitgehend unspezifisches Feld ohne klare konzeptionelle Grundlage darstellt. Die Entwicklung einer interdisziplinären, themenunabhängigen „Theorie der Aufarbeitung“ wäre deshalb wünschenswert. Grundlage dabei ist ein Verständnis von Aufarbeitung als ganzheitlicher, prozessorientierter Ansatz, der Zeit benötigt. Zudem ist eine Einbindung in Strategie, Kultur und Governance der Institution notwendig.

Ein im Rahmen eines Aufklärungsprojekts der katholischen Kirche entwickeltes Aufarbeitungsmodell kann als erste konzeptionelle Grundlage für eine ganzheitliche Aufarbeitung dienen (Weber & Baumeister 2023). Basis ist hierbei stets die Aufklärung des Geschehenen, die unabhängig und unter Einbindung der relevanten Anspruchsgruppen erfolgen sollte. Zentral sind dabei die Fragen „was ist geschehen?“ auf quantitativer und qualitativer Ebene, „wie konnte es geschehen?“ mit Blick auf die Rahmenbedingungen ex ante sowie „wie wurde damit umgegangen?“ hinsichtlich des Umgangs ex post. Nach erfolgter Aufklärung kann die Bewältigung der Vergangenheit erfolgen. Hier geht es um Betroffene und deren individuelle Unterstützung und eine gesellschaftliche Anerkennung durch die Institution. Auf institutioneller Ebene sind individuelle Konsequenzen für Beschuldigte und Mitwisser (sog. Bystander) sowie Maßnahmen zur Fürsorge von etwaigen Sekundärbetroffenen (z.B. traumatisierte oder verunsicherte Mitarbeiter) zu prüfen. Neben einer Bewältigung der Vergangenheit ist in gleichem Maße ein Lernen aus der Vergangenheit erforderlich. Dies betrifft die Steuerung der Gegenwart mit Blick auf Interventionsprozesse und operative Governance sowie die Gestaltung der Zukunft in Bezug auf Präventionskonzepte und strategische Governance bzw. Institutionenkultur.

Mithilfe eines ganzheitlichen Aufarbeitungskonzepts kann institutionelles Fehlverhalten proaktiv bearbeitet werden. Dadurch ist es möglich negative Auswirkungen für die Institution abzufedern und bestenfalls sogar in positive Effekte umzuwandeln.

#### **Literatur:**

- Andresen, Sabine (2022): Das große Schweigen überwinden. In: Sabine Andresen, Daniel Deckers und Kirsti Kriegel (Hg.): Das Schweigen beenden Beiträge zur Aufarbeitung sexuellen Kindesmissbrauchs. Berlin: Unabhängige Kommission zur Aufarbeitung sexuellen Kindesmissbrauchs, S. 82–88.
- Athleten Deutschland e.V. (2023): Integrität und Good Governance im Sport – Handlungsbedarf in Politik und Verbänden. Anhörung im Sportausschuss des Deutschen Bundestages. Online verfügbar unter [https://athleten-deutschland.org/wp-content/uploads/AD\\_Anhoerung-Sportausschuss\\_Integritaet-und-Good-Governance\\_15032023.pdf](https://athleten-deutschland.org/wp-content/uploads/AD_Anhoerung-Sportausschuss_Integritaet-und-Good-Governance_15032023.pdf).
- Brechtken, Magnus (Hg.) (2021): Aufarbeitung des Nationalsozialismus. Ein Kompendium. Wallstein-Verlag. Göttingen: Wallstein Verlag.
- Deutsches Institut für Normung (2023): DIN EN ISO 22361, Sicherheit und Resilienz - Krisenmanagement - Leitlinien (ISO 22361:2022). = Security and resilience - crisis management - guidelines (ISO 22361:2022). Berlin: Beuth Verlag GmbH (Deutsche Norm).

**Wojciechowski, T. (EHiP, GER)**

**Staatliche Sportpolitik auf Ebene der Bundesländer**

Europäische Hochschule für Innovation und Perspektive

### **Zielsetzung und Forschungsfrage**

Die Förderung des Sports ist in Deutschland eine gemeinsame Aufgabe von Bund, Ländern und Kommunen. Sie ist auf Bundesebene nicht in der Verfassung verankert, wohl aber in fast allen Landesverfassungen (Hölscheidt, 2021). Neben den Staatszielbestimmungen in den Landesverfassungen gibt es in einigen Bundesländern Gesetze und/oder Richtlinien zur Sportförderung und in allen Bundesländern fällt der Sport in den Zuständigkeitsbereich eines Ministeriums. In diesem Beitrag werden die Muster der staatlichen Governance des Sports in Deutschland auf Länderebene analysiert und die folgende Forschungsfrage beantwortet: Wie ist die staatliche Governance des Sports in Deutschland auf Länderebene ausgestaltet?

### **Literaturübersicht und theoretischer Hintergrund**

Aktuelle Publikationen zur Sport-Governance in Deutschland konzentrieren sich überwiegend auf die Bundesebene und betrachten die Länderebene meist nur oberflächlich (Breuer & Novy, 2017; Daumann, 2019; Kurscheidt & Deitersen-Wieber, 2011; Meier, 2022; Pahl & Zimmer, 2019). Es ist in föderalen Staaten wie Deutschland charakteristisch, dass sowohl der Bund als auch die Länder über eine eigene Staatsgewalt verfügen. Im Rahmen der geteilten Gesetzgebungskompetenz kommt den Ländern eine wichtige Rolle bei der Ausgestaltung der Sport-Governance zu, die sie in Deutschland auf unterschiedliche Weise wahrnehmen.

### **Forschungsdesign, Methodik und Datenanalyse**

Datengrundlage der empirischen Untersuchung sind die sportbezogenen Staatszielbestimmungen der Landesverfassungen sowie die Sportfördergesetze und -richtlinien der 16 Bundesländer. Diese werden inhaltsanalytisch ausgewertet, um die darin verankerten Zuständigkeiten und Förderbereiche differenziert analysieren zu können. Darüber hinaus werden die ministerielle Einordnung des Sports in den Bundesländern und die Haushaltspläne der Bundesländer für 2022 analysiert.

### **Ergebnisse und Diskussion**

In fast allen Bundesländern ist der Sport als Staatsziel in der Verfassung verankert. In acht Bundesländern gibt es sowohl Gesetze als auch Richtlinien zur Sportförderung, in einem Bundesland „nur“ ein Gesetz zur Sportförderung und in sieben Bundesländern gibt es ausschließlich Richtlinien zur Sportförderung. Diese landesverfassungsrechtlichen Regelungen enthalten schwache Formulierungen über die Förderungswürdigkeit des Sports und freiwillige Verpflichtungen der Bundesländer und zum Teil der Kommunen zur Sportförderung. Die Sportfördergesetze und -richtlinien behandeln unterschiedliche Themen wie Sportstättenbau, Sport für alle, Hochleistungssport, Gesundheitssport, Behindertensport, Schulsport oder Sportveranstaltungen.

In zehn Bundesländern ist der Sport dem Innenministerium, in drei Bundesländern dem Bildungsministerium, in zwei Bundesländern dem Sozial- bzw. Gesundheitsministerium und in einem Bundesland der Staatskanzlei zugeordnet. Dies zeigt sowohl eine Heterogenität der ministeriellen Zuständigkeiten auf Landesebene als auch eine Konzentration auf die Innenministerien. In drei Bundesländern gibt es einen eigenen Sportausschuss auf parlamentarischer Ebene, in acht Bundesländern einen kombinierten Innen- und Sportausschuss, in drei Bundesländern einen kombinierten Bildungs- und Sportausschuss, in einem Bundesland einen kombinierten Sozial-, Gesundheits- und Sportausschuss und in einem Bundesland einen Landessportbeirat mit Vertretern des Landessportbundes. In acht

Bundesländern wird der für den Sport zuständige Ausschuss von einem Mitglied der Partei des Ministerpräsidenten geleitet, in drei von einem Mitglied einer Koalitionspartei und in fünf von einem Mitglied einer Oppositionspartei. Acht Ausschussvorsitzende gehören einer Partei rechts der Mitte und acht einer Partei links der Mitte an. Ein klares Muster bezüglich der parteipolitischen Verteilung ist nicht zu erkennen.

Insgesamt haben die deutschen Bundesländer eine finanzielle Förderung des Sports für das Jahr 2022 mit rund 1,2 Milliarden Euro eingeplant. Die Höhe der Sportförderung in den Bundesländern variiert dabei zwischen 450.000 Euro (Stadtstaat Bremen) und 364 Millionen Euro (Nordrhein-Westfalen) und liegt im Durchschnitt bei 77 Millionen Euro. Der relative Anteil der Sportförderung an den Länderhaushalten reicht von 0,01% (Stadtstaat Bremen) bis 0,71% (Stadtstaat Berlin) und liegt im Durchschnitt bei 0,24%.

### **Schlussfolgerung und Implikation**

Die institutionelle Verankerung des Sports ist von Bundesland zu Bundesland unterschiedlich. So ist die Förderung des Sports nicht mehr in allen Bundesländern nur eine freiwillige Aufgabe auf staatlicher und kommunaler Ebene, sondern in einigen Bundesländern als Pflichtaufgabe verankert. Die Annäherung an die Zuständigkeit des Ministeriums für Inneres und Sport dürfte einerseits dem Sport zugutekommen, da er dadurch in einem starken Ministerium verankert ist, andererseits impliziert sie aufgrund der unterschiedlichen ministeriellen Zuständigkeiten erhöhte Transaktionskosten im Hinblick auf den Schulsport. Die Höhe der von den Ländern bereitgestellten Sportmittel variiert sowohl in absoluten Zahlen als auch im Verhältnis zu den Landeshaushalten. Es gibt keinen eindeutigen Zusammenhang zwischen der ministeriellen Zuordnung des Sports und der Höhe der Sportförderung, weder in absoluten Zahlen noch in Relation zu den staatlichen Haushalten. Für die Praxis bedeutet dies, dass die Sportmanager einen genauen Blick auf die Situation in ihrem jeweiligen Bundesland werfen müssen und es verschiedene Regelungsmodelle gibt, welche die weitere Entwicklung der staatlichen Sportpolitik anregen können.

### **Literatur**

- Breuer, C., & Novy, T. (2017). Germany: Autonomy, Partnership and Subsidiarity. In J. Scheerder, A. Willem, & E. Claes (Eds.), *Sport Policy Systems and Sport Federations. A Cross-National Perspective* (pp. 157-178). palgrave macmillan.
- Daumann, F. (2019). *Grundlagen der Sportökonomie* (3. Aufl.). UVK.
- Hölscheidt, S. (2021). Sport in der Verfassung. In S. Lorz, T. Regenfus, A. Röthel, & H.-D. Spengler (Eds.), *Recht, Sport, Technik und Wirtschaft in mehrdimensionalen Perspektiven* (S. 232-241). Duncker & Humblot.
- Kurscheidt, M., & Deitersen-Wieber, A. (2011). Sport Governance in Germany. In C. Sobry (Ed.), *Sports Governance in the World. A Socio-Historic Approach. The organization of Sport in Europe: a patch-work of institutions, with few shared points* (pp. 259-304). Éditions Le Manuscrit.
- Meier, H.E. (2022). Sportpolitik und Sportpolitikwissenschaft. In A. Güllich & M. Krüger (Eds.), *Grundlagen von Sport und Sportwissenschaft. Handbuch Sport und Sportwissenschaft* (S. 431-448). Springer Spektrum.
- Pahl, J.B., & Zimmer, A. (2019). Sport als Politik: Vereine vor neuen Herausforderungen. In M. Freise & A. Zimmer (Eds.), *Zivilgesellschaft und Wohlfahrtsstaat im Wandel. Akteure, Strategien und Politikfelder* (S. 361-391). Springer VS.

## Fußball

**Rose, L.-D. (Mainz, GER)**

**Professionalisierung, Kommerzialisierung  
und Mediatisierung des Frauen-Fußballs –  
Eine Gefahr für seine von Fans  
wahrgenommenen Charakteristiken?**

Johannes-Gutenberg-Universität Mainz

Frauen-Fußball hat in den letzten Jahrzehnten weltweit einen enormen Aufschwung an Beliebtheit und Bekanntheit erlangt, sodass dieser immer mehr Aufmerksamkeit auf sich zieht – sowohl von der Gesellschaft, den Medien, der Wirtschaft, als auch der Wissenschaft. Besonders die FIFA Frauen-Fußball-Weltmeisterschaft 2023 in Australien/Neuseeland zeigte, durch bspw. neue TV-Zuschauer\*innen-Rekord (Reuters, 2023) und hohe Ticket- wie auch Merchandise-Verkäufe (Gorman, 2023), dass Frauen-Fußball vermehrt Sichtbarkeit erlangt und von steigender sozialer Bedeutung ist.

Trotz dessen steht der Frauen-Fußball weiterhin im Schatten des Männer-Fußballs, in all den genannten Bereichen. Denn bedingt durch die Entwicklung der Sportart Fußball als eine „Männerdomäne“ (Kampmann, 2011), einschließlich des Verbots bzw. dem Verpönen der Ausübung dessen seitens Frauen (Skillen et al., 2022; Crawford & McGowan, 2019; Stell & Reid, 2020), lag der Fokus der Wirtschaft, der Medien und der Gesellschaft Jahrzehnte lang überwiegend - wenn nicht sogar ausschließlich - auf dem Männer-Fußball. Auch das wissenschaftliche Forschungsinteresse hat sich bislang stark auf den Männer-Fußball inklusive seiner Fans konzentriert, weshalb der Umfang an wissenschaftlicher Forschung, der im Bereich des Frauen-Fußballs und seiner Fankultur vorhanden ist, keinesfalls mit dem des Männer-Fußballs vergleichbar ist (Okholm Kryger et al., 2022).

Mit der zunehmenden Entwicklung des Frauen-Fußballs wurden jedoch auch schon wichtige Forschungserkenntnisse erlangt: Schallhorn et al. (2023) fanden bspw. heraus, dass Frauen-Fußball-Fans aus Australien und Deutschland 1) den authentischen Charakter, 2) die Nähe sowie die fast schon persönliche Beziehung zu den Spielerinnen, 3) die freundliche, offene Atmosphäre in den Stadien und zudem 4) die inklusive Willkommenskultur am Frauen-Fußball schätzen, aber auch 5) die mangelnde Medienpräsenz, Kommerzialisierung und Professionalisierung kritisieren. In einer weiteren, auf den Erkenntnissen von Schallhorn et al. (2023) aufbauenden, Forschung von Kunert et al. (angenommen, noch nicht veröffentlicht) konnten bei einem Vergleich der Wahrnehmung des Frauen-Fußballs und seiner Fankultur aus Sicht von australischen und deutschen Fans vereinzelt länderspezifische Besonderheiten in Bezug auf die genannten Charakteristiken nachgewiesen werden. Trotz der Besonderheiten des Frauen-Fußballs in den jeweiligen Ländern zeigte sich erneut, dass dieser im Gesamten länderübergreifend als authentisch, nahbar, familienfreundlich und inklusiv wahrgenommen wird (siehe auch Allison & Pope, 2022; Thomson et al., 2023). Deutlich wurde in der Studie von Kunert et al. (angenommen, noch nicht veröffentlicht) zudem, dass sich Fans eine zunehmende Sichtbarkeit des Frauen-Fußballs in den Medien und mehr zur Verfügung stehende finanzielle Ressourcen wünschen, damit die Entwicklung des Frauen-Fußballs voranschreiten kann.

Der Wunsch seitens Fans nach einer steigenden Mediatisierung und Professionalisierung bringt jedoch auch den Aspekt einer damit einhergehenden zunehmenden Kommerzialisierung des Frauen-Fußballs mit sich. Wirft man einen Blick auf den Männer-Fußball, so wird die ausgeprägte immer weiter steigende Kommerzialisierung von seinen Fans, aufgrund der Angst vor dem Verlust der traditionellen Fankultur, kritisiert, was sich negativ auf die emotionale Beziehung zwischen Fans und Vereinen auswirkt (Ronald & Jean-Pierre, 2019). In Anbetracht der durch die Fanforschung erlangten Erkenntnisse stellt sich damit die Frage, inwiefern eine steigende Professionalisierung, Mediatisierung und Kommerzialisierung des Frauen-Fußballs



eine Gefahr für seine von den Fans wahrgenommenen und geschätzten Charakteristiken darstellt. Dies wird innerhalb des Vortrages diskutiert, indem ein Ausblick auf mögliche weitere Forschung im Bereich des Frauen-Fußballs gegeben wird.

### Literatur

- Allison, R., & Pope, S. (2022). Becoming fans: Socialization and motivations of fans of the England and U.S. women's national football teams. *Sociology of Sport Journal*, 39(3), 287-297. <https://doi.org/10.1123/ssj.2021-0036>
- Crawford, F., & McGowan, L. (2019). *Never say die: The hundred-year overnight success of Australian women's football*, New South, Sydney.
- Gorman, A. (2023). 'Matildas jerseys outsell past editions 13 to 1, as Australian fans clamour for more merchandise'. *The Guardian*. Zugriff am 19. Februar 2024 unter: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2023/aug/15/how-to-buy-matildas-merchandise-jerseys-selling-out-nike-demand-australia-diy-make-your-own-vs-england-2023-womens-world-cup>
- Kampmann, C. (2011). Fußballerinnen — Frauen in einer Männerdomäne. In Heck, A., Kampmann, C., Kosmann, M., & Rübler, H. (Hrsg.), *Fußball und der die das Andere. Gender and Diversity* (Band 1., S. 10-67). Centaurus Verlag & Media, Herbolzheim. [https://doi.org/10.1007/978-3-86226-949-5\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-86226-949-5_2)
- Kunert, J., Rose, L.-D., & Schallhorn, C. (angenommen, noch nicht veröffentlicht). 'Til it's Done' – The Legacy of the 2023 FIFA Women's World Cup. Insights from Australian and German Women's Football Fans. In Coombs, D. S. & Yanity, M. (Hrsg.), *Politics, Social Issues and the 2023 FIFA Women's World Cup (Critical Research in Football)*. Routledge.
- Okholm Kryger, K., Wang, A., Mehta, R., Impellizzeri, F. M., Massey, A., & McCall, A. (2022). Research on women's football: a scoping review. *Science and Medicine in Football*, 6(5), 549-558. <https://doi.org/10.1080/24733938.2020.1868560>
- Reuters. (2023, August 22). Women's World Cup final draws record TV figures in Spain, England. Zugriff am 19. Februar 2024 unter: <https://www.reuters.com/sports/soccer/womens-world-cup-final-draws-record-tv-figures-spain-england-2023-08-21/>
- Ronald, B. S., & Jean-Pierre, D. (2019). The role of commercialisation of the European football business for the emotional bond between fans and clubs. *Advances in Management*, 12(1), 8-29.
- Schallhorn, C., Symons, K., Kunert, J., & Rose, L.-D. (2023). Inclusive, inviting, inspiring: Insights into the experiences of women's football fans in Australia and Germany. *International Review for the Sociology of Sport* (online first). <https://doi.org/10.1177/10126902231215296>
- Skillen F., Byrne H., Carrier J., & James, G. (2022). 'The game of football is quite unsuitable for females and ought not to be encouraged': A comparative analysis of the 1921 English Football Association ban on women's football in Britain and Ireland. *Sport in History*, 42(1), 49–75. <https://doi.org/10.1080/17460263.2021.2025415>
- Stell, M., & Reid, H. (2020). *Women in boots: Football and feminism in the 1970s*. North Melbourne: Australian Scholarly Publishing.
- Thomson, A., Hayes, M., Hanlon, C., Toohey, K., & Taylor, T. (2023). Women's professional sport leagues: A systematic review and future directions for research. *Sport Management Review*, 26(1), 48–71. <https://doi.org/10.1080/14413523.2022.2066391>

**Reichel, K., Weiland, M., Brandt, C. & Kurscheidt, M. (Bayreuth, GER)**

**Christiano Ronaldo & Co. - Der Einfluss von Spielertransfers europäischer (Top)Spieler nach Saudi-Arabien auf das europäische Wettkampfsystem**

Universität Bayreuth

Seit Beginn der Transferoffensive im Sommer 2023 investierten Fußballvereine aus Saudi-Arabien über 950 Millionen Euro in Spielertransfer, wovon knapp 700 Millionen Euro für Spieler aus europäischen Vereinen ausgegeben wurden. Gleichzeitig ist die Saudi Pro League, neben der englischen Premier League, die einzige Liga mit einem negativen Transfersaldo von 880 Mio. Euro (transfermarkt.de, 2023).

Diese Entwicklung wird von Teilen der europäischen Fans und Fußballfunktionären kritisch gesehen und mögliche Konsequenzen auf die europäische Sport Governance werden diskutiert. Folgende Fragestellung steht im Fokus dieser Arbeit: Wie wirkt sich der Einfluss von Spielertransfers europäischer (Top)Spieler nach Saudi-Arabien auf das europäische Wettkampfsystem aus?

Die Sport Governance umfasst u.a. die Organisation, Regulierung und Steuerung des Ligensports. So folgt eine Sportliga neben den angebots- und nachfragegesteuerten Mechanismen den sportartspezifischen Regeln. Modelltheoretisch erläutert Renz (2020) die Beziehung zwischen sportlichem und wirtschaftlichem Wettbewerb sowie die Zusammenhänge zwischen den jeweiligen Märkten.

Im Rahmen einer systematischen Erhebung von Sekundärdaten in Online-Datenbanken und Suchmaschinen (u.a. DBIS und Google Scholar) wurden die Spielerwechsel nach Saudi-Arabien ausgewertet und analysiert. Die Qualität der Spieler (N=33) wird durch ein frei zugängliches Ratingsystem der Plattform whoscored.com, welches für die europäischen Top-5 Ligen auf einheitliche Kriterien und Maßstäbe zurückgreift, gemessen.

Erste Ergebnisse bestätigen folgende Erkenntnisse:

(1) Die Qualität der nach Saudi-Arabien gewechselten Spieler hinsichtlich des europäischen Team- und Ligendurchschnitts ist signifikant höher ( $t(32) = 1.981, p = 0.028$ ).

(2) Für Spieler aus den europäischen Vereinen wurden im Schnitt etwas höhere Ablösesummen bezahlt, welche knapp 11 % über dem Marktwert lagen. Dabei weisen die durchschnittlichen Transfers eine mittlere Korrelation zwischen Ablösesumme und Marktwert auf ( $t(28) = -1.2198, p = 0.2327$ ). Folglich sind die Abweichungen zwischen Marktwert und Ablösesumme als gering einzuschätzen und liegen im marktüblichen Bereich.

Die jüngsten Transferentwicklungen im saudi-arabischen Fußball haben für viel Aufmerksamkeit in der Öffentlichen Diskussion gesorgt. Im typischen Austausch von Spielertalenten und Geldflüssen wechselten innerhalb einer Transferphase über 30 Spieler aus dem europäischen Markt in die Saudi Pro League.

Die Saudi Pro League profitiert dabei durch die enge Bindung an den Staat und die daraus resultierende finanzielle Unterstützung.

Der finanzielle Vorteil zeigt sich jedoch nicht in deutlich zu hoch angesetzte Ablösesummen einzelner Transfers, sondern er summiert sich in dem Volumen an hochpreisigen Transfers. Aus sportlicher Sicht stellten die Abgänge der Spieler für die europäischen Ligen einen sportlichen Verlust dar. Folglich konkurrierenden die europäischen Vereine temporär wirtschaftlich mit einem weiteren Mitstreiter, wenngleich Sie sportlich, d.h. auf europäischen Wettbewerben, nicht in Konkurrenz treten. Überproportionale Investitionen, im Durchschnitt um das Fünffache über dem Marktwert liegend, zeigen sich dagegen bei den Ablösesummen saudi-arabischer Spieler innerhalb der Saudi Pro League. Hintergrund ist die Vorgabe des

Verbandes, dass mindestens drei Plätze in der Startelf von inländischen Spielern besetzt sein müssen.

Abschließend lassen sich weitreichende Konsequenzen auf das europäische Wettkampfsystem zum gegenwärtigen Zeitpunkt nicht belegen. Inwieweit diese jüngste Entwicklung darüber hinaus langfristig und nachhaltig sein wird, lässt sich zum jetzigen Zeitpunkt kaum abschätzen. Zumal strategische Entscheidungen im saudi-arabischen Fußball von wenigen Entscheidungsträgern im Land getroffen werden.

#### **Literatur**

Renz, M. (2020). Internationaler Wettbewerb europäischer Profifußballligen. Ökonomisch-rechtliche

Analyse der Wettbewerbskonzentration und Ligastrukturen, Wiesbaden.

Transfermarkt.de (2023f). Transfersalden (Einnahmen und Ausgaben).  
[https://www.transfermarkt.de/transfers/transfersalden/statistik/plus/0?sa=&saision\\_id=2023&saision\\_id\\_bis=2023&land\\_id=&nat=&kontinent\\_id=&pos=&w\\_s=&plus=0](https://www.transfermarkt.de/transfers/transfersalden/statistik/plus/0?sa=&saision_id=2023&saision_id_bis=2023&land_id=&nat=&kontinent_id=&pos=&w_s=&plus=0)

## English Speaking Session 1

**Konstantopoulos, I. (Lausanne, SWI)**

**Evaluating the Environmental Impact of Greece vs Ireland Football Match**

University of Lausanne

### Research objectives/questions

The project aimed at measuring the environmental impact of the Greece vs Ireland football match held on the 16th of June 2023, for the European Qualifiers. Accordingly, the research question was defined as follows:

What was the overall carbon footprint of the Greece vs Ireland football match and which particular, areas caused the highest emissions?

### Methodology

Primary and secondary data were obtained and used for calculating the emissions. Secondary data was provided by the management of the "OPAP Arena", regarding the energy, water and food consumption, and generated waste including single-use plastics, recyclables, and mixed waste. The detailed travel distances and modes of transportation of both teams and their respective staff were provided by the Hellenic Football Federation (HFF). Primary data was collected through a survey distributed to both teams' fans. The survey was created in Greek and subsequently translated into English to acquire responses from both Greek and Irish fans. Emissions were calculated using the formula below:

$$\text{CO}_2\text{eq Total} = \text{CO}_2\text{eq (Energy + Water + Waste + Food + Refreshments + Greek Team Travel + Irish Team Travel + Greek Fans Travel + Irish Fans Travel)}$$

### Preliminary results

A total of 1.175.336 t CO<sub>2</sub>eq, across Scope 1, 2 and 3 emissions, was calculated for the football match. Subsequently, a 57,5kg CO<sub>2</sub>eq emissions per spectator was calculated. In particular:

Scope 1 emissions related to the event were estimated to account for 2% of total CO<sub>2</sub>eq emissions.

Scope 2 emissions stemmed from electricity consumption, generating 73.048kg CO<sub>2</sub>eq (6,21 %).

Scope 3 emissions made up the majority of the event's generating 1.102.288t CO<sub>2</sub>eq (91,79%).

In total, 87,69% of the event's total emissions came from fan travel, 3,6% from team travel, 0,0027% from water consumption, 0,246% from food consumption, 0,057% from refreshments, and 0,19% from waste (mixed + recyclables).

### Relevance of findings

The study's results clearly indicate that the Greece vs. Ireland football match had a significant environmental impact, primarily driven by fan travel, in accordance with relevant scientific literature (Collins et al., 2007; Dosumu et al., 2017; Loewen & Wicker, 2021; Triantafyllidis et al., 2018). Our study reveals a relatively higher carbon footprint of 57,5 kg CO<sub>2</sub>eq per spectator compared to similar studies. This can be attributed to the inevitable air travel of a relatively high amount of Irish fans (2.348) and also, much longer air travel distances. Taking into consideration the season of the year (June) and Athens as a major touristic destination among

Europeans, it can be assumed that a significant portion of the respondents combined their vacation with attending the match.

### **Disclosure Statement**

This project was funded by the Hellenic Football Federation and UEFA as part of their FSR activities.

### **References**

- Collins, A., Flynn, A., Munday, M., & Roberts, A. (2007). Assessing the Environmental Consequences of Major Sporting Events: The 2003/04 FA Cup Final. *Urban Studies*, 44(3), 457- 476. 00420980601131878
- Dosumu, A., Colbeck, I., & Bragg, R. (2017). Greenhouse gas emissions as a result of spectators travelling to football in England. *Scientific Reports*, 7:6986. DOI:10.1038/s41598-017-06141-y
- Loewen, C., & Wicker, P. (2021). Travelling to Bundesliga matches: the carbon footprint of football fans. *Journal of Sport & Tourism*, 25(3), 253-272. <https://doi.org/10.1080/14775085.2021.1932562>
- Triantafyllidis, S., Ries, J.R., & Kaplanidou, K. (2018). Transportation in Collegiate Sport- ing Events: Comparing On-Campus and Off-Campus Stadium Locations. *Sustainabil- ity*, 10(241). doi:10.3390/su10010241

**Candeo da Silva, AL. (Mainz, GER)**

**Governance and the sustainability of women's football**

Johannes-Gutenberg-University Mainz

Women's football is one of the pillars of FIFA's strategic plan known as "FIFA 2.0". Despite organising women's football since 1990, the main governing body of football only started giving the sport more attention and investment after it was deeply involved in corruption scandals. To demonstrate to their stakeholders how committed they were to good governance and social responsibility FIFA unveiled their strategic plan known as "FIFA 2.0" in 2016. Now, human rights are at the centre of FIFA's institutional mission and identity and is paramount to conclude the goals of expanding football, delivering a better experience for fans and institutional strength. Consequently, including girls and women in football became a priority at FIFA singling out its role in promoting gender equality. However, in most cases, it is observed that female footballers are still victims of structural injustices.

Inside the structures of football, the same executives that once prevented the development of the female game still hold positions of power. This translates to actions that still privilege the male game, providing them with more opportunities to develop their capacities. To change that, as Iris Marion Young defines in *Responsibility for Justice* (2011), collective action is necessary to produce effective structural changes. Instead of focusing on past acts, Young (2011) proposes a forward-looking scheme. Therefore, the transformation of current actions is necessary.

To effectively do so, we need to borrow concepts from institutional theory and virtuous institutions. Institutional theory is founded in the idea that institutions are not immune to the external context influencing its practices and procedures. The actors inside the organisations are subordinate to a common set of rules and normative conventions. Those are key for the institution to be perceived as legitimate.

Investing in women's football was one way for FIFA to rebuild its legitimacy after going through an institutional crisis. But, without deep structural changes in positions of leadership, the investment is flawed. The institutionalisation of women's football at FIFA is defined by a document called "Women's Football Strategy". However, the goals of such are deeply rooted in a commercial logic, rather than focusing on improving the conditions of play. And that, according to Beadle & Moore (2016), is a sign of distortion of the character of an institution. A virtuous institution is one that focuses on well-being through its practices, rather than the power, status, and financial gains it can provide.

The consequence of FIFA focusing on the latter is a vicious cycle that threatens the growth of women's football: the lack of investments and uneven introduction of girls to the game produces a disparity in the quality of the games which creates a belief that the female game is not aesthetically pleasing and, thus, it is deemed as not commercially attractive and, also, receives fewer daily media coverage.

**References**

- Beadle, R., & Moore, G. (2006). MacIntyre on Virtue and Organization. *Organization Studies*, 27(3), 323–340. <https://doi.org/10.1177/0170840606062425>
- Buchanan, A., & Keohane, R. O. (2006). The Legitimacy of Global Governance Institutions. *Ethics & International Affairs*, 20(4), 405–437. <https://doi.org/10.1111/j.1747-7093.2006.00043.x>
- Cunningham, G. B. (2007). Creating and Sustaining Gender Diversity in Sport Organizations. *Sex Roles*, 58(1-2), 136–145. <https://doi.org/10.1007/s11199-007-9312-3>
- Elsley, B., & Nadel, J. H. (2019). *Futbolera: a history of women and sports in Latin America*. University Of Texas Press. C.

### 13. Innsbrucker Sportökonomie & - Management Symposium

- FIFA. (2016, October 13). FIFA President Infantino unveils “FIFA 2.0: The Vision for the Future.” [www.fifa.com](https://www.fifa.com/about-fifa/president/media-releases/fifa-president-infantino-unveils-fifa-2-0-the-vision-for-the-future-2843428). <https://www.fifa.com/about-fifa/president/media-releases/fifa-president-infantino-unveils-fifa-2-0-the-vision-for-the-future-2843428>
- FIFA. (2018). Women’s Football Strategy. <https://digitalhub.fifa.com/m/baafcb84f1b54a8/original/z7w21ghir8jb9tguvbcq-pdf.pdf>
- Krech, M. (2020). Towards Equal Rights in the Global Game? FIFA Strategy for Women’s Football as a Tightly Bounded Institutional Innovation. *Tilburg Law Review*, 25(1), 12–26. <https://doi.org/10.5334/tilr.190>
- Moore, G., & Beadle, R. (2006). In Search of Organizational Virtue in Business: Agents, Goods, Practices, Institutions and Environments. *Organization Studies*, 27(3), 369–389. <https://doi.org/10.1177/0170840606062427>
- Pouliopoulos, T., & Georgiadis, K. (2021). FIFA and UEFA, a critical review of the two organizations through the lens of institutional theory and MacIntyre’s philosophical schema. *Soccer & Society*, 22(7), 1–13. <https://doi.org/10.1080/14660970.2021.1896498>
- Young, I. M. (2011). *Responsibility for justice*. Oxford University Press.

**Jaufenthaler, P., Koll, O. (Innsbruck, AUT) & Grohs, R. (Seeburg, AUT)**

**Destination Saudi: Exploring the Impact of Transfers to Emerging Leagues on Football Player Brands**

University of Innsbruck, Seeburg Castle  
University – Private University

### **Einleitung und Forschungsfragen**

Aus einer Marketingperspektive sind Athlet:innen selbst Marken, die wiederum von Sponsoren als Botschafter für die Unternehmen genützt werden, weil sie eine hohe Bekanntheit haben und für bestimmte Imagedimensionen stehen, die ein Sponsor mit der eigenen Marke in Verbindung bringen will. Cristiano Ronaldo folgen beispielsweise fast 600 Millionen Menschen auf Instagram, und Sponsoren wie etwa die Wellness-Marke Therabody und die Kryptowährungsbörse Binance zahlen mehr als zwei Millionen Euro für einen einzigen gesponserten Post von Cristiano Ronaldo (Kurier, 2023), da sie erwarten, dass die Bekanntheit und das Image von Cristiano Ronaldo auf den Sponsor abfärben.

Entscheidend dabei ist zu verstehen, welche Imagedimensionen beziehungsweise Assoziationen – neben Bekanntheit und Reichweite – mit Athlet:innen verbunden sind. Bisherige Studien bauen auf einer Netzwerkperspektive (Human Associative Memory, Anderson & Bower, 1973) auf und postulieren, dass Konsument:innen Assoziationen zu Athlet:innen (wie auch zu Sportevents, Teams, Ligen etc.) haben, die sich in Kategorien entwickeln (z.B. Persönlichkeitseigenschaften, sportliche Leistungen), in Beziehungen zueinander stehen, und eine bestimmte Valenz aufweisen (e.g., Gladden & Funk, 2002). Eine gebräuchliche Methode, derartige Assoziationsnetzwerke darzustellen, ist die semantische Netzwerkanalyse (Teichert & Schöntag, 2010).

Weniger untersucht ist, wie bestimmte Einflüsse diese Netzwerke verändern. Erste Studien legen nahe, dass beispielsweise Skandale von Athlet:innen negative Assoziationen auslösen können (Sato et al., 2015). Noch nicht untersucht sind hingegen die Folgen von aktiven Entscheidungen von Sportstars, die von Konsument:innen ambivalent oder als reputationsabträgliche Signale aufgefasst werden können. Ein Verständnis derartiger Folgen kann Athlet:innen bei ihren Entscheidungen helfen, aber auch Sponsoren erste Einsichten geben in Bezug auf die Konsequenzen von bestimmten Entscheidungen von Athlet:innen für die Wertigkeit ihres Sponsoringinvestments.

Konkret untersucht die aktuelle Studie, wie sich in der Konsument:innenwahrnehmung der Wechsel eines Topstars (Cristiano Ronaldo) aus den europäischen Topligen in die schwächere und unbedeutendere Saudi Professional League (Saudi-Arabien) auf das Assoziationsnetzwerk dieses Sportstars auswirkt. Die Studie untersucht folgende Forschungsfragen:

FF1: Wie sieht das Assoziationsnetzwerk von Cristiano Ronaldo nach dem Wechsel in die Saudi Professional League aus im Vergleich zu vor dem Wechsel?

FF2: Welche Assoziationskategorien sind nach dem Wechsel in die Saudi Professional League präsenter oder weniger präsent als vor dem Wechsel?

FF3: Wie verhält sich die Valenz der Assoziationskategorien nach dem Wechsel in die Saudi Professional League im Vergleich zu vor dem Wechsel?

### **Empirische Untersuchung**

In der empirischen Untersuchung wurden freie Assoziationen zu Cristiano Ronaldo erhoben, sowohl kurz vor seinem Wechsel aus der englischen Premier League in die Saudi Professional League (Dezember 2022), als auch nachdem er mehrere Monate in der neuen Liga gespielt hatte (Oktober 2023). Zusätzlich wurde die wahrgenommene Valenz jeder genannten



### 13. Innsbrucker Sportökonomie & - Management Symposium

Assoziation auf einer Skala von 1 (=sehr negativ) bis 7 (=sehr positiv) abgefragt. Die Stichprobe setzte sich jeweils aus Studierenden der Universität Innsbruck zusammen, mit insgesamt 796 Teilnehmer:innen in der ersten Umfrage 2022 und 698 neuen Teilnehmer:innen in der zweiten Umfrage 2023.

Zur Analyse der Daten wurden zunächst semantische Netzwerkanalysen durchgeführt, um das Assoziationsnetzwerk von Cristiano Ronaldo nach dem Wechsel in die Saudi Professional League mit jenem vor dem Wechsel zu vergleichen. Zudem wurden Assoziationskategorien gebildet, um ihre Präsenz, sowie ihre Valenz, vor und nach dem Wechsel zu vergleichen. Die Ergebnisse werden beim 13. Innsbrucker Sportökonomie und -management Symposium präsentiert.

#### **Literatur**

- Anderson, J.R., & Bower, G.H. (1973). Human associative memory. Washington, DC: Winston and Sons.
- Gladden, J. M., & Funk, D. C. (2002). Developing an understanding of brand associations in team sport: Empirical evidence from consumers of professional sport. *Journal of Sport Management*, 16(1), 54-81.
- Kurier (2023). Cristiano Ronaldo bestbezahlter Instagram-Star: So viel verdient er pro Posting, 21.07.2023, 13:45, <https://kurier.at/stars/cristiano-ronaldo-bestbezahlter-instagram-star-so-viel-verdient-er-pro-posting/402531253>, abgerufen am 02.03.2024.
- Sato, S., Ko, Y. J., Park, C., & Tao, W. (2015). Athlete reputational crisis and consumer evaluation. *European Sport Management Quarterly*, 15(4), 434-453.
- Teichert, T. A., & Schöntag, K. (2010). Exploring consumer knowledge structures using associative network analysis. *Psychology & Marketing*, 27(4), 369-398.

**Brandt, C., Heidenreich, H., Reichel, K. & Kurscheidt, M. (Bayreuth, GER) Rivalry between tournaments: LIV Golf vs PGA Tour in fans' perception**

University of Bayreuth

One characteristic of sports are monopoly competitions. The literature suggests that a single dominant entity would optimally serve spectator interests (e.g. Neale, 1964). Despite this, certain sports, notably individual ones like boxing, defy this assumption with the presence of rival or niche competition (Longley, 2013; Rosner & Shropshire, 2011). In such cases the sport competitions need to strive for legitimacy, to guarantee their survival. Golf offers a case study on this legitimacy dynamics since 2021 with the establishment of the LIV Tour as a direct competitor to the long-standing PGA Tour. The LIV Tour, financed by the Saudi Arabian Public Investment Fund, made significant success by recruiting major athletes from the PGA, provoking the latter to ban these players from their competitions. Recognized as definitive stakeholders (Senaux, 2008), fans play a central role in providing legitimacy to sports organizations. Therefore, the study research, how fans perceive the golf tours and their legitimacy?

In the realm of organizational theory, the concept of legitimacy plays a pivotal role in understanding the dynamics of an organization's existence within a social system. According to Meyer and Rowan (1977), organizations actively seek legitimacy, which can be defined as "the perceived appropriateness of an organization to a social system in terms of rules, values, norms, and definitions" (Deephouse et al., 2017, p. 32). Concerning PGAs strive for legitimacy Nite et al. (2023) investigates how actors within the PGA frame messages to shape perceptions of legitimacy. The results highlight three framing strategies: First, they emphasise the sacredness of PGA's traditions and legacy. Second, the messaging portrays LIV as a destroying the game. Third, they highlight the value of PGA golfs meritocratic structures. Contrary to that our study investigates which framings the fans use.

Therefore, we conducted 17 semi-structured online interviews, employing a selective and snowball sampling approach. The participants included 2 journalists, 3 professionals, and 13 fans all of them amateur players. Their age is ranging from 23 to 60. Each interview lasted between 22 minutes to 1 hour and 19 minutes, delving into diverse topics such as background information, consumption patterns, perceptions of PGA versus LIV, and insights on the potential merger. The data analysis utilized a thematic approach, drawing on the method outlined by Braun and Clarke (2022).

The preliminary results show that fans absorb the PGA's framing (tradition, meritocracy, destring the game). However, intriguingly, a subset of fans also delegitimises the PGA and legitimises the LIV by the framing. These fans describe the PGA as outdated, particularly in its adherence to traditions, and express concern that meritocracy might neglect relevant stakeholders. In contrast, the LIV gains legitimatisation by these fans, who believe it challenges the status quo, particularly in welcoming and engaging younger audiences. This dual reception underscores the complexity of fan perspectives, reflecting a nuanced interplay between institutional framing and diverse fan interpretations. Additionally, the fans pay attention to the topic of sportswashing – which was not described by Nite et al. (2023). One reason might be that this is more relevant in the European context, than in the US context, where Nite et al. (2023) did their research.

## References

- Deephouse, D. L., & Suchman, M. C. (2013). Legitimacy in organizational institutionalism in R. Greenwood, C. Oliver, K. Sahlin, and R. Suddaby (Eds.), *The Sage handbook of organizational institutionalism* (pp. 49–77). Sage.
- Longley, N. (2013). *An absence of competition: The sustained competitive advantage of the monopoly sports leagues*. Springer.

### 13. Innsbrucker Sportökonomie & - Management Symposium

- Meyer, J. W., & Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: formal structure as myth and ceremony. *American Journal of Sociology*, 83, 340–363. doi: 10.1086/226550
- Neale, W. (1964). The Peculiar Economics of Professional Sports: A Contribution to the Theory of the Firm in Sporting Competition and in Market Competition. *The Quarterly Journal of Economics*, 78(1), 1–14.
- Nite, C., Keaton, A., Neff, P., & Fulk, C. (2023). The legitimacy work of institutional disruption and maintenance: examining the rivalry between LIV golf and the professional golf association. *European Sport Management Quarterly*, 1–21. <https://doi.org/10.1080/16184742.2023.2229848>
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20, 571–610. doi: 10.2307/258788
- Senaux, B. (2008). A stakeholder approach to football club governance. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 4(1) doi: 336-359 1504/IJSMM.2008.017655
- Rosner, S., & Shropshire, K. L. (2011). Emerging and niche leagues. In S. Rosner & K. L. Shropshire (Eds.), *The business of sports* (2nd ed., pp. 99–104). Jones & Bartlett Learning.

**Block II, 16:30-17:50**

**AI – Digitalisierung – E-Sports**

**Saal Innsbruck**

- **Schu, K. (Mainz, GER):** Schummeln im Schach – Verändern Künstliche Intelligenz und Doping den Sport?
- **Bär, S. (Bayreuth, GER), Beens, M. (Salzgitter, GER), Janson, T. (Weimar, GER), Kurscheidt, M. (Bayreuth, GER):** Virtual Event Twins und Virtual Event Substitutes – mehr als digitalisierte Rituale in Zeiten der Krise? Eine quantitative Untersuchung am Beispiel des Kongresses „blickpunkt sportmanagement“

**Olympia und Events**

**Saal Tirol**

- **Schubert, M., Preuß, H. & Hannawacker, A. (Mainz, GER):** UEFA vs. Super League – Ringen um Deutungshoheit
- **Rinker, Y. & Preuß, H. (Mainz, GER):** Financial Gigantism at the Olympic Winter Olympics: Myth or reality? A Comparative analysis of the revenues of the Winter Olympics since 2002
- **Hannawacker, A., Rose, L.-D. & Preuß, H. (Mainz, GER):** Die Ehrenamts-Historie von Volunteers bei den Special Olympics World Games 2023 – Führt Sport-Event-Volunteering zu einem nachhaltigen Ehrenamt?

**English Speaking Session 2**

**Saal Mainz**

- **Sheehan, V. & Schubert, M. (Mainz, GER):** Need of Reconceptualisation? Neutrality and Autonomy of the Olympic Movement
- **Delgado, MF. (Mainz, GER):** Athletes' Protest and Activism Regarding Freedom of Expression through Rule 50 of the Olympic Charter
- **Kogler, AM. (Innsbruck, AUT):** Application of the World Café as a participatory method in youth sport research: Practical insights for sport organizations

## Sportökonomie

**Schu, K. (Mainz, GER)**

Johannes-Gutenberg-Universität  
Mainz

### **Schummeln im Schach – Verändern Künstliche Intelligenz und Doping den Sport?**

Dieser Vortrag befasst sich mit den aktuellen Entwicklungen im Schachsport, insbesondere mit häufiger werdenden Betrugsvorwürfen, unter Berücksichtigung der jüngsten Entwicklungen der künstlichen Intelligenz (KI) und der kognitiven Leistungssteigerung (KE). Im Verlauf der Präsentation soll eine Studie vorgestellt werden, die die Verbreitung von KI-basiertem Betrug und „Kognitive Enhancement“ und die Wirksamkeit bestehender Richtlinien (Anti-Betrugs- und Anti-Doping-Maßnahmen) evaluieren möchte.

In der geplanten Studie sollen Regelkunde, sowie diverse Verhaltensmuster, beispielsweise das Tätigen von zulässigen und unzulässigen Handlungen (kognitive Leistungssteigerung, technische Unterstützung etc.) zur Verbesserung der Schachleistung erfragt werden. Unterschieden wird dabei zwischen klassischen Over-the-Board-Partien und Online-Partien. Teilnahmeberechtigt sind Schachspieler\*innen mit Schachwertungszahl aus dem klassischen Schach (Elo oder DWZ; keine reinen Online-Wertungszahlen von chess.com o.ä.). Teilnehmende, die unter 16 Jahren alt sind oder gegenwärtig medizinisch verschriebene Medikamente einnehmen, die möglicherweise kognitiv leistungssteigernd wirken (z.B. Methylphenidat/Ritalin oder Modafinil), sind nicht berechtigt, an der Studie teilzunehmen. Die Umfrage soll sowohl offline bei Schachturnieren als auch online über verschiedene Plattformen gestreut werden, um Teilnehmer aller Spielstärken einzuladen.

Diese Studie liefert Einblicke in die vielschichtigen Herausforderungen des Betrugs im Schach und bietet den Schachverbänden und -organisationen, sowie Wettbewerbsorganisatoren wertvolle Informationen über die Wirksamkeit bestehender Präventions- und Sanktionsmaßnahmen. Weiterhin sollen die Ergebnisse ein besseres Verständnis für Strategien zur Sicherung der Integrität des Sports fördern.

### **Literatur**

- Becker, D., Connolly, J., Lentz, P., & Morrison, J. (2006). Using The Business Fraud Triangle to predict Academic Dishonesty among Business Students. *Academy of Educational Leadership Journal*, 10(1), 37-54. Retrieved from [www.proquest.com/scholarly-journals/using-business-fraud-triangle-predict-academic/docview/214232023/se-2](http://www.proquest.com/scholarly-journals/using-business-fraud-triangle-predict-academic/docview/214232023/se-2)
- Deutscher Schachbund (2021). Anti-Doping-Ordnung des Deutschen Schachbundes (DSB). Abgerufen auf [www.schachbund.de/schach-doping.html](http://www.schachbund.de/schach-doping.html)
- Deutscher Schachbund (2023). Turnierordnung des Deutschen Schachbundes (DSB). Abgerufen auf [www.schachbund.de/turnierordnung.html](http://www.schachbund.de/turnierordnung.html)
- Dietz, P., Ulrich, R., Dalaker, R., Striegel, H., Franke, A. G., Lieb, K., & Simon, P. (2013). Associations between physical and cognitive doping--a cross-sectional study in 2.997 triathletes. *PloS one*, 8(11), e78702. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0078702>
- Fédération Internationale des Échecs (2014): Anti-Cheating Guidelines. In: FIDE-Handbook. Abgerufen auf [www.fide.com/FIDE/handbook/Anti%20Cheating%20Guidelines.pdf](http://www.fide.com/FIDE/handbook/Anti%20Cheating%20Guidelines.pdf)
- Fédération Internationale des Échecs (2014): Anti-Cheating Guidelines for Arbiters. In: FIDE-Handbook. Abgerufen auf [www.arb.fide.com/wp-](http://www.arb.fide.com/wp-)

### 13. Innsbrucker Sportökonomie & - Management Symposium

content/uploads/2014/11/downloads\_2014\_  
Annex\_19B\_Anti\_cheating\_Guidelines\_for\_\_Arbitersfinal.pdf

Fédération Internationale des Échecs (2022): Anti-Cheating Regulations. In: FIDE Handbook. Abgerufen auf <https://handbook.fide.com/chapter/AntiCheatingRegulations>

Fédération Internationale des Échecs (2023): FIDE Handbook. Abgerufen auf [www.handbook.fide.com/](http://www.handbook.fide.com/)

Gray, S. J. & Porreca, R. (2023) Explaining elite athletes' corruption behaviours: a comparative analysis of doping and match fixing, *International Journal of Sport Policy and Politics*, DOI: 10.1080/19406940.2023.2290118

**Bär, S. (Bayreuth, GER), Beens, M. (Salzgitter, GER), Janson, T. (Weimar, GER), Kurscheidt, M. (Bayreuth, GER)**

**Virtual Event Twins und Virtual Event Substitutes – mehr als digitalisierte Rituale in Zeiten der Krise? Eine quantitative Untersuchung am Beispiel des Kongresses „blickpunkt sportmanagement“**

Universität Bayreuth, Ostfalia  
Hochschule für angewandte  
Wissenschaften

### **Problem- und Zielstellung**

Durch die Corona-Pandemie wurde die Entwicklung virtueller und virtualisierter Events gefördert, weil physische Events nur eingeschränkt stattfinden konnten. Ein hoher Anteil der virtuellen Events wurde als Event Substitute konzipiert. Dabei fungiert das virtuelle Event unter Verwendung der etablierten Eventmarke des physischen Events lediglich als temporärer Ersatz des traditionellen physischen Events, um später wieder zur ursprünglichen Eventkonzeption zurückzukehren (Bär, 2022).

Mit der steigenden Anzahl virtueller Eventangebote nahm auch die Souveränität im Umgang mit digitalen Inhalten zu. Insbesondere die Virtualisierung - die Anreicherung mit virtuellen Komponenten - hat zu einer Bereicherung physischer Events geführt. Virtual Reality- und Augmented Reality-Elemente können das Event-Erleben intensivieren. Zusätzlich zu einem physisch existenten Event kann ein virtuelles Zwillingsevent – ein Virtual Event Twin - konzipiert werden. Die bestehende Konzeption und die gewonnenen Erfahrungen werden dabei übertragen und für die virtuelle Umsetzung genutzt (Grieves, 2002, 2005, 2006, 2011, 2019, Grieves & Vickers, 2017). Das virtuelle Event stellt damit ein ergänzendes Angebot dar, das physische Event wird nicht substituiert.

Die Eventveranstalter wollten ihren treuen Teilnehmern unter Nutzung erfolgreicher Eventmarken eine Orientierung ermöglichen, mit ihnen in Kontakt bleiben und traditionelle Events bewahren. Auf Turner (1964, 1969) geht die Erkenntnis zurück, dass Symbolik und Rituale in schwierigen Zeiten als Konstanten wirken, die Sicherheit bieten.

Als Untersuchungsgegenstand wurde die zwanzigste Auflage des Kongresses „blickpunkt sportmanagement“ gewählt, welche am 23. November 2020 unter dem Motto "WorldWideSport – #sportbusiness im Internet" an der Hochschule Ostfalia in Salzgitter stattfand. Die Sportmanagement-Tagung mit namhaften Gästen wurde aufgrund der Corona-Pandemie erstmals als rein virtuelles Event online durchgeführt. Anhand einer quantitativen empirischen Studie sollte folgende zentrale Forschungsfrage beantwortet werden:

Durch welche Faktoren wird die Eventmarkentreue (Event Brand Loyalty) beeinflusst?

### **Theoretischer Hintergrund**

Als Erklärungsmodell für die Existenz von Eventmarkencommunities dient die Theorie der sozialen Identität von Tajfel (1974, 1982), wonach Personen ihre soziale Identität aus der Zugehörigkeit zu einer spezifischen sozialen Kategorie ableiten, welche auch durch die Mitgliedschaft in Organisationen, z.B. einem Sportverein oder Fanclub, geprägt und aufgewertet werden kann (Turner, 1987). Eventmarkencommunities sind Gruppen, die ein Event Jahr für Jahr gemeinschaftlich besuchen und soziale Aktivitäten sowie Rituale damit verknüpfen (Drengner et al., 2012). Sie gründen auf der engen Bindung an eine Eventmarke (Muñiz & O'Guinn, 2001). Psychologische Markengemeinschaften bestehen aus Menschen, die eine gemeinsame Präferenz für eine bestimmte Marke haben. Diese Perspektive des starken Gemeinschaftsgefühls ähnelt der „Communitas“ (Arnould & Price, 1993), deren Begriff und Konzeption von Turner (1964, 1969) geprägt wurden. Wesentlich ist eine besondere Gemeinschaftlichkeit, in der keine klaren sozialen Strukturen bestehen und für die Ritualdauer sonst geltende Hierarchien aufgehoben sind.

Eventmarkenvertrauen drückt aus, in welchem Maße sich Eventteilnehmer auf eine Eventmarke verlassen (Chaudhuri & Holbrook, 2001). Es wird durch die Markenbekanntheit, das Markenimage und die Markenzufriedenheit beeinflusst. Eventmarkenzufriedenheit ist das Ergebnis eines positiven Soll-Ist-Vergleiches zwischen den Erwartungen und den von einer Eventmarke erbrachten Leistungen (Homburg et al., 2005; Kaas & Runow, 1984; Oliver, 1980). Eventmarkenloyalität und -bindung werden durch Eventmarkenzufriedenheit und -vertrauen beeinflusst (Esch et al., 2002). Eventmarkentreue bzw. -loyalität lässt sich über Eventteilnehmer definieren, die immer wieder das gleiche Event besuchen und dabei auch durch Kleidung und Verhalten als Evangelisten für die Eventmarke auftreten (Aaker, 1992a; Aaker, 1992b; Weinberg, 1980). Einfluss auf die Eventmarkentreue und -bindung üben Eventmarkenzufriedenheit, -image, -sympathie und -vertrauen aus (Esch et al., 2002; Chaudhuri & Holbrook, 2001; Aaker, 1992b).

#### **Untersuchungsdesign, Methodologie und Datenanalyse**

Die Daten wurden während des Kongresses und zwei Wochen danach über das Portal [soscisurvey.de](http://soscisurvey.de) mittels eines Online-Fragebogens erhoben. Die 410 Eventteilnehmer erhielten den Fragebogen-Link per E-Mail. Zudem wurde der Link auch während des Kongresses gepostet. In der finalen Stichprobe von  $n = 155$  waren 83 Personen (56,46%) männlich, 63 (42,86%) weiblich und eine (0,68%) divers.

50,97% (79) der Teilnehmer hatten bereits zuvor am Kongress teilgenommen, wobei 23,87% (37) drei Teilnahmen oder mehr angaben, 14,84% (23) zweimal und 12,26% (19) einmal teilnahmen. Für 49,03% (76) war die Teilnahme eine Premiere. 69,68% (108) der Teilnehmer verfügten über keine Erfahrung mit Online-Kongressen, wohingegen 14,84% (23) bereits an einem, 5,16% (8) an zwei und 10,32% (16) an drei oder mehr teilgenommen hatten.

54,42% (80) der Teilnehmer gehörten der Altersgruppe 20 – 24 Jahre an, 17,01% (25) waren 25-29 Jahre, 7,48% (11) 35-39 Jahre und 6,12% (9) 30-34 Jahre alt. 42,18% (62) waren Studenten und 10,88% (16) Absolventen der Hochschule Ostfalia und 12,93% (19) Studenten an einer Universität. 9,52% (14) waren in der Sportbranche tätig.

Für die Fragebogengestaltung wurden existierende Skalen verwendet und an den Untersuchungskontext angepasst. Die Befragten bewerteten Statements auf fünfstufigen Likert-Skalen (1 = Ich stimme voll und ganz zu. ... 5 = Ich stimme überhaupt nicht zu.).

Das Messmodell wurde mittels konfirmatorischer Faktorenanalyse (CFA) validiert. Es umfasste Messungen der Eventmarkentreue bzw. -loyalität (Event Brand Loyalty), des Eventmarkenvertrauens (Event Brand Trust), der Gesamtzufriedenheit mit der Eventmarke (Overall Satisfaction), des psychologischen Gemeinschaftsgefühls (Psychological Sense of Community), der Zufriedenheit mit den Referenten (Satisfaction with Speakers) als Kernkomponente und der emotionalen Erfahrungen (Emotional Experiences). Die Analyse erfolgte mit der Software SmartPLS für Strukturgleichungsmodellierung (Hair et al., 2022).

Beim Maß für die Anpassungsgüte Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) gilt ein Wert von  $SRMR < 0,10$  (Hu & Bentler, 1999) als gute Anpassung, welche mit  $SRMR = 0,096$  erreicht wurde. Für das inkrementelle Anpassungsmaß Normed Fit Index (NFI) von Bentler & Bonett (1980) stellen NFI-Werte über 0,9 eine gute Anpassung dar. Der vorliegende  $NFI = 0,744$  wies auf eine noch akzeptable Anpassungsgüte des Modells hin.

Die Teststatistik Chi-Quadrat ( $\chi^2$ ) offenbarte einen akzeptablen Anpassungsgrad:  $\chi^2 (104) = 497,715$ ;  $p < 0,001$ . Zur Interpretation als Gütemaß kann  $\chi^2$  durch die Anzahl der Freiheitsgrade (Degrees of Freedom df) dividiert werden. Die Division  $\chi^2/df = 497,715/104$  (bei einbezogenen 105 Fällen) =  $4,728 < 5$  ergab gemäß Bollen (1989) eine befriedigende Anpassung.

Alle Konstrukte wiesen Cronbachs Alpha-Werte über der Benchmark von 0,70 (Hair et al., 2016) auf, denn sie reichten von 0,788 bis 0,923. Die Composite Reliability-Werte der Konstrukte lagen zwischen 0,876 und 0,943. Die Ergebnisse zeigten, dass alle Konstrukte



ausreichend reliabel waren, da ihre Koeffizienten die empfohlenen Schwellenwerte von 0,70 (Nunnally & Bernstein, 1967) und 0,60 (Bagozzi & Yi, 1988) deutlich überstiegen.

Die standardisierten Faktorladungen aller Items lagen im Bereich von 0,734 bis 0,928, überschritten damit den von Bagozzi & Yi (1988) vorgeschlagenen Wert von 0,5 erheblich und wiesen eine signifikante Ladung mit dem entsprechenden latenten Konstrukt aus, was auf eine zufriedenstellende konvergente Validität hindeutet (Garson, 2016).

Die Average Variance Extracted (AVE)-Werte aller Konstrukte der CFA reichten von 0,662 bis 0,846 und befanden sich damit über dem erforderlichen Mindestwert von 0,50 (Fornell & Larcker, 1981), was ebenfalls auf eine ausreichende konvergente Validität hinweist.

#### **Resultate und Erkenntnisse**

Die Zustimmungswerte der Befragten beim Konstrukt „Eventmarkentreue/-loyalität“ im arithmetischen Mittel (1,48) waren besonders hoch, wobei alle vier Items eine starke Zustimmung erfuhren. Auch die Konstrukte „Zufriedenheit mit Referenten“ (1,63), „Gesamtzufriedenheit mit der Eventmarke“ (1,68), „Emotionale Erfahrungen (1,92) und Eventmarkenvertrauen (1,92) erhielten hohe mittlere Zustimmungswerte.

Es wurden Regressionsanalysen durchgeführt, um die Hypothesen zu testen.

Im Ergebnis zeigte sich gemäß Cohen (1988) eine signifikante schwache bis moderate positive Korrelation zwischen dem psychologischen Gemeinschaftsgefühl und den emotionalen Erfahrungen ( $\beta = 0,266$ ,  $p < 0,01$ ), weshalb H1 angenommen werden konnte.

Es konnte gemäß H2 ein signifikanter positiver Effekt der emotionalen Erfahrungen auf die Gesamtzufriedenheit mit der Eventmarke nachgewiesen werden, der moderat bis stark ( $\beta = 0,473$ ,  $p < 0,001$ ) ausgefallen ist.

In Übereinstimmung mit H3 wurde ein signifikant positiver Zusammenhang zwischen der Zufriedenheit mit den Referenten und der Gesamtzufriedenheit mit der Eventmarke durch eine moderate Korrelation bestätigt ( $\beta = 0,416$ ,  $p < 0,001$ ).

Gemäß H4 offenbarte sich eine signifikante positive Beziehung und eine nach Cohen (1988) starke Korrelation zwischen den zwischen der Zufriedenheit mit den Referenten und den emotionalen Erfahrungen ( $\beta = 0,642$ ,  $p < 0,001$ ).

Durch eine moderate bis starke signifikante positive Korrelation ( $\beta = 0,440$ ,  $p < 0,001$ ) wurde entsprechend H5 ein positiver Einfluss der emotionalen Erfahrungen auf die Eventmarkentreue bestätigt.

H6 folgend zeigten sich ein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Eventmarkenvertrauen und der Eventmarkentreue sowie eine moderate bis starke Korrelation ( $\beta = 0,423$ ;  $p < 0,001$ ).

Ein positiver Einfluss der Gesamtzufriedenheit mit der Eventmarke auf die Eventmarkentreue konnte nicht nachgewiesen werden ( $\beta = 0,032$ ;  $p = 0,795$ ). H7 war abzulehnen.

In Beantwortung der Forschungsfrage lässt sich konstatieren, dass die emotionalen Erfahrungen und das Eventmarkenvertrauen die beiden Faktoren sind, welche die Eventmarkentreue signifikant beeinflussen.

Eine deutliche Mehrheit von 87,07% der Befragten bevorzugt künftig einen virtualisierten Kongress, weil dadurch auch Personen, die sonst wegen zu großer Entfernung oder aus zeitlichen, finanziellen und ökologischen Gründen nicht anreisen würden, die Teilnahme ermöglicht wird. Die Aufhebung räumlicher Restriktionen führt zur Zielgruppenerweiterung. Die Virtualisierung hat eine Erhöhung der Reichweite durch Flexibilisierung und Globalisierung zur Folge. Diese Vermeidung von Kapazitätsbeschränkungen kann zu einer Steigerung der Anzahl der Eventteilnehmer führen.

## Schlussfolgerungen und Implikationen

Aufgebautes Vertrauen in eine Eventmarke (Event Brand Trust) übt erheblichen Einfluss auf die Absicht bisheriger Besucher aus, weiterhin an diesem Event teilzunehmen, denn es zeigten sich ein signifikanter Zusammenhang und eine moderate bis starke positive Korrelation zwischen dem Eventmarkenvertrauen und der Eventmarkentreue. Unter den Items erwiesen sich das Markenvertrauen und das Vertrauen in den Markennamen als am wirksamsten. Weiterhin erfahren Zuverlässigkeit, Verlässlichkeit, Ehrlichkeit, Glaubwürdigkeit und Kompetenz des Kongresses in hohem Maße Zustimmung. Investitionen in den Aufbau einer Eventmarke sind somit lohnenswert und machen sich auch in schwierigen Zeiten bezahlt.

Emotionale Erfahrungen korrelieren ebenfalls direkt und moderat bis stark mit der Eventmarkentreue, insbesondere dann, wenn es gelingt, die Teilnehmer zu begeistern, ein spannendes Programm anzubieten und positive Emotionen zu erzeugen. Sie können sehr stark durch die Zufriedenheit mit den Referenten erzeugt werden, wohingegen das psychologische Gemeinschaftsgefühl diesbezüglich einen deutlich geringeren Einfluss ausübt. Die Strategie, auf prominente Referenten zu setzen, hat sich bewährt. In Bezug auf die Gesamtzufriedenheit mit dem Event haben die emotionalen Erfahrungen das etwas größere Gewicht im Vergleich mit der Zufriedenheit mit den Referenten.

Die deutliche Mehrheit der Befragten präferiert künftig ein virtualisiertes Event. Die virtuelle Realisierung des Kongresses hat Erweiterungsmöglichkeiten sowie zusätzliche Perspektiven und Optionen eröffnet, die langfristig zu einer Erhöhung der geographischen Reichweite und einer Zielgruppenerweiterung führen können.

## Literatur

- Aaker, D. A. (1992a). The Value of Brand Equity. *Journal of Business Strategy*, 13(4), 27-32.
- Aaker, D. A. (1992b). *Management des Markenwerts*. Frankfurt a. M., New York: Campus.
- Arnould, E. J. & Price, L. L. (1993). River magic: Extraordinary experience and the extended service encounter. *Journal of Consumer Research*, 20(1), 24-45.
- Bär, S. (2022). At Home AND Together? Virtual Event Twins und Virtual Event Substitutes als Coronabuster. In: Zanger, C. (Hrsg.): *Events und Wege aus der Krise*. Wiesbaden: Springer Gabler, 91-116.
- Bagozzi, R.P. & Yi, Y. (1988). On the Evaluation of Structural Equation Models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16 (1), 74-94.
- Bentler, P. M., & Bonett, D. G. (1980). Significance Tests and Goodness-of-Fit in the Analysis of Covariance Structures, *Psychological Bulletin*, 88: 588-600.
- Bollen, K. A. (1989). *Structural Equations with Latent Variables*. New York u.a.: Wiley.
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty. *Journal of Marketing*, 65(2), 81-93.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Hillsdale, N.J.: L. Erlbaum Associates.
- Drengner, J., Jahn, S., & Gaus, H. (2012). Creating loyalty in collective hedonic services: The role of satisfaction and psychological sense of community. *Schmalenbach Business Review*, 64(1), 59-76.
- Esch, F. R., Geus, P., & Langner, T. (2002). Brand Performance Measurement zur wirksamen Markennavigation. *Controlling*, 14(8-9), 473-482.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics. *Journal of Marketing Research*, 18(3), 382-388.

- Garson, G.D. (2016). *Partial Least Squares Regression and Structural Equation Models*. Asheboro: Statistical Associates Publishers.
- Grieves, M. (2002). *PLM Initiatives [Powerpoint Slides]*. Paper presented at the Product Lifecycle Management Special Meeting, December 3, 2002, University of Michigan Lurie Engineering Center.
- Grieves, M. (2005). *Product Lifecycle Management: the new paradigm for enterprises*. *International Journal of Product Development*, 2(1/2), 71-84.
- Grieves, M. (2006). *Product Lifecycle Management: Driving the Next Generation of Lean Thinking*. New York: McGraw-Hill.
- Grieves, M. (2011). *Virtually Perfect: Driving Innovative and Lean Products through Product Lifecycle Management*. Cocoa Beach, FL: Space Coast Press.
- Grieves, M. (2019). *Virtually Intelligent Product Systems: Digital and Physical Twins*. In: *Complex Systems Engineering: Theory and Practice*, Flumerfelt, S. et al. (eds.), American Institute of Aeronautics and Astronautics 2019, pp. 175-200.
- Grieves, M. & Vickers, J. (2017). *Digital Twin: Mitigating Unpredictable, Undesirable Emergent Behavior in Complex Systems*. In: Kahlen F.-J.; Flumerfelt S.; Alves A. (editors). *Transdisciplinary Perspectives on Complex Systems: New Findings and Approaches*. Cham: Springer International Publishing 2017, 85–113.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (3rd edition)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135.
- Homburg, C., Koschate, N., & Becker, A. (2005). *Messung von Markenzufriedenheit und Markenloyalität*. In: Esch, F.-R. (Hrsg.): *Moderne Markenführung*, 4. Aufl., Wiesbaden: Gabler, 1393-1408.
- Hu, L.-T., & Bentler, P. M. (1998). *Fit Indices in Covariance Structure Modeling: Sensitivity to Underparameterized Model Misspecification*, *Psychological Methods*, 3(4): 424-453.
- Kaas, K.-P., & Runow, H. (1984). *Wie befriedigend sind die Ergebnisse der Forschung zur Verbrauchenzufriedenheit? Die Betriebswirtschaft*, 44(3), 451-460.
- Muñiz, A. M. & O'Guinn, T. C. (2001). *Brand Community*. *Journal of Consumer Research*, 27(4), 412-432.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1967). *Psychometric Theory (Vol. 226)*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Oliver, R. L. (1980). *A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions*. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Tajfel, H. (1974). *Social Identity and Intergroup Behaviour*. *Social Science Information/sur les sciences sociales*, 13(2), 65–93.
- Tajfel, H. (1982). *Social Identity and Intergroup Relations*. *European Studies in Social Psychology*, Cambridge: Cambridge University Press 1982.
- Turner, V. W. (1964). *Betwixt and Between. The Liminal Period in Rites de Passage*. In: Helm, J. (Ed.), *Symposium on New Approaches to the Study of Religion*. *Proceedings of the 1964 Annual Spring Meeting of the American Ethnological Association*. Seattle WA: University of Washington Press, 4–20.
- Turner, V. W. (1969). *The Ritual Process: Structure and Antistructure*. New York: Performing Arts Journal Publications 1969.

### 13. Innsbrucker Sportökonomie & - Management Symposium

Turner, V. W. (1987). *The Anthropology of Performance*. New York: Performing Arts Journal Publications.

Weinberg, P. (1980). Markentreue und Markenwechsel. In: Hoyos, C. G.; Kroeber-Riel, W.; von Rosenstil, L.; Strümpel, B. (Hrsg.): *Grundbegriffe der Psychologie: Gesamtwirtschaft, Markt, Organisation*, München 1980, 162-168.

## Olympia und Events

**Schubert, M., Preuß, H. & Hannawacker, A. (Mainz, GER)**     **UEFA vs. Super League – Ringen um Deutungshoheit**

Johannes-Gutenberg-Universität Mainz

Im Dezember 2023 verkündete der Europäische Gerichtshof (EuGH) sein Urteil im Fall FIFA und UEFA gegen an der European Super League beteiligte Vereine. Die Richter befanden, dass die Regeln der FIFA und der UEFA bezüglich der Autorisierung vereinsübergreifender Fußballwettbewerbe durch Dritte gegen EU-Wettbewerbsrecht verstoßen (ECJ, 2023). Den Regeln fehle es an Kriterien und detaillierten Verfahrensvorschriften, die geeignet sind, ihre Transparenz, Objektivität, Nichtdiskriminierung und Verhältnismäßigkeit zu gewährleisten. Ferner stellte der EuGH fest, dass die Androhung von Sanktionen seitens der beiden Verbände gegenüber an der Super League beteiligten Vereinen und Spielern ein Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung darstellt. Das Urteil besitzt somit das Potential, die bestehenden Wettbewerbsstrukturen im europäischen Profifußball in den kommenden Jahren erheblich zu verändern. Gleichzeitig hoben die Richter die Bedeutung von Chancengleichheit und sportlichem Erfolg im Hinblick auf die Zulassung zu Wettbewerben hervor.

Sowohl die UEFA als auch die Akteure, die das Projekt der Super League verfolgen, waren in Folge des Urteils bemüht, die Entscheidung für sich als Erfolg zu reklamieren und Deutungshoheit über den Diskurs zu erlangen. Ziel des Vortrags ist es zum einen, die Ereignisse im April 2021 rund um die Verkündigung der European Super League kritisch zu reflektieren und Erklärungsansätze für das damalige Scheitern des Projekts zu liefern. Zum anderen werden Implikationen des EuGH-Urteils abgeleitet für die Zukunft des europäischen Vereinsfußballs.

### Literatur

ECJ. (2023). The FIFA and UEFA rules on prior approval of interclub football competitions, such as the Super League, are contrary to EU law. Press Release No 203/23.

**Rinker, Y. & Preuß, H. (Mainz, GER) Financial Gigantism at the Olympic Winter Olympics: Myth or reality? A comparative analysis of the revenues of the Winter Olympics since 2002**

Johannes-Gutenberg-University Mainz

Under the Olympic motto "citius, altius, fortius", the Winter Olympics, as the world's most important winter sports event, have undergone a remarkable journey (Chappelet, 2002). Despite the widespread criticism of over-commercialization and gigantism that has accompanied both the Olympic movement and the staging of the Games (Preuss et al., 2020), our study aims to provide a detailed insight into the financial dynamics of the Winter Olympics over the last two decades.

By analyzing the revenues of the Organizing Committees for the Olympic Games (OCOGs) from 2002 to 2022 using purchasing power parity and inflation adjustment (Preuss & Schnitzer, 2015), we shed light on the real revenues and their development. This methodology enables a meaningful comparison of the real revenues of the OCOGs across the Olympic Winter Games analyzed.

Contrary to the assumption of a rapid increase in revenues due to gigantism, our analysis reveals only a moderate increase. The results suggest that despite the commercial momentum and increased scale of the Games, revenues have only grown moderately in real terms, indicating a more sustainable economic development than commonly assumed. These findings not only offer a clear picture of real growth, but also provide valuable insights into the economic impact and long-term financial health of the Winter Olympics.

This study thus provides important insights into the economic impact of the Olympic Games and contributes to a more nuanced understanding of the financial dynamics shaping the modern Olympic Games.

### **Literature**

Chappelet (2002). From Lake Placid to Salt Lake City: The challenging growth of the Olympic Winter Games Since 1980. *European Journal of Sport Science*, 2(3), 1–21. <https://doi.org/10.1080/17461390200072302>

Preuss, H., Scheu, A., & Weitzmann, M. (2020). Zur Situation Olympischer Spiele in Deutschland. In R. Streppelhoff & A. Pohlmann (Eds.), *Sportgroßveranstaltungen in Deutschland: Band 1: Bewegende Momente* (pp. 18–33). Bundesinstitut für Sportwissenschaft.

Preuss, H., & Schnitzer, M. (2015). Organization Costs for a Fifa World Cup and Their Significance During a Bid. *Event Management*, 19(1), 57–72. <https://doi.org/10.3727/152599515X14229071392981>

**Hannawacker, A., Rose, L.-D. & Preuß, H. (Mainz, GER)**

**Die Ehrenamts-Historie von Volunteers bei den Special Olympics World Games 2023 - Führt Sport-Event-Volunteering zu einem nachhaltigen Ehrenamt?**

Johannes-Gutenberg-Universität  
Mainz

### **Einleitung & Forschungsziel**

Der Sport in Europa, insbesondere der Breitensport, wird maßgeblich von ehrenamtlich engagierten Menschen in Sportvereinen und -organisationen getragen (Hellmund, 2017). Ohne Ehrenamtliche wäre die Existenz zahlreicher Sportvereine und -organisationen in ihrer heutigen Form nicht denkbar. Die Zahl der Ehrenamtlichen ist jedoch rückläufig, wie der „Deutsche Freiwilligensurvey 2014-2019“ zeigt: Er weist einen Verlust von fast einem Zehntel (9,4%) der Ehrenamtlichen in Sportvereinen innerhalb von fünf Jahren auf (Braun et al., 2022).

Die bisherige Forschung hat sich vor allem auf die Analyse der Motive, Erwartungen und Zufriedenheit von Volunteers bei Sportgroßevents konzentriert (Grimes, 2022). Nur wenige Studien, wie die von Kotrou und Downward (2016), haben bisher den Einfluss des freiwilligen Engagements bei Sport-Events auf langfristiges freiwilliges Engagement untersucht. Die angewandte Forschung deutet darauf hin, dass es eine Verschiebung von langfristigen zu kurzfristigen ehrenamtlichen Tätigkeiten gibt, wobei das Verständnis der Motivationen und Bindungsstrategien dieser speziellen Gruppe von Ehrenamtlichen noch lückenhaft ist (Braun et al., 2022).

Ziel dieser Studie ist es daher, die Ehrenamtshistorie von Volunteers bei Sportgroßevents zu analysieren, um festzustellen, ob die Tätigkeit einen nachhaltigen Einfluss auf ihr ehrenamtliches Engagement nach dem Event hat und damit Sportvereine und -organisationen unterstützt. Als Auftakt-Event wurden die Special Olympics World Games 2023 in Berlin gewählt, da dieses Sportgroßevent ein Extrem unter vielen Sport-Events, die im Jahr 2024 untersucht werden, darstellt.

### **Methode**

In Anlehnung an das Modell von Werkmann (2014) wurde ein Online-Fragebogen entwickelt. In Zusammenarbeit mit dem Organisationskomitee der Special Olympics World Games 2023 wurde der Fragebogen an alle Volunteers des Events im November 2023, also vier Monate nach der Veranstaltung, verschickt. Insgesamt wurden n=515 Fragebögen ausgefüllt und anschließend ausgewertet.

## Ergebnisse

Tab. 1 *Post-Event Intention sich ehrenamtlich zu engagieren (Quelle: Eigene Darstellung)*

Nach meinem Einsatz als Sport-Event-Volunteer ist mein/e ...	M	SD	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz
Grundlegende Intention, mich ehrenamtlich zu engagieren...	5,17	1,220	21,620	511	< 0,001	1,168
Intention, mich erneut bei einem Großsportevent als Volunteer zu engagieren...	5,76	1,394	28,508	511	< 0,001	1,756
Intention, mich bei einem kleineren Sportevent als Volunteer zu engagieren...	5,00	1,332	16,993	511	< 0,001	1,000
Intention, mich bei einem Vereinssportevent als Volunteer zu engagieren...	4,63	1,298	11,031	511	< 0,001	0,633
Intention, mich im Bereich des Sportvereinswesens zu engagieren...	4,41	1,245	7,525	511	< 0,001	0,414
Intention, mich im Bereich des Sportverbandwesens zu engagieren...	4,17	1,262	3,046	511	0,002	0,170
Intention, mich im Bereich außerhalb des Sports zu engagieren...	4,74	1,211	13,903	511	< 0,001	0,744
grundlegendes Interesse am Ehrenamt/an Freiwilligenarbeit...	5,13	1,189	21,550	511	< 0,001	1,133
Bewusstsein über die Bandbreite an Möglichkeiten für Engagement im Ehrenamt...	5,28	1,228	23,507	511	< 0,001	1,275

Gemessen auf einer Likert-Skala von 1 (Abnahme) bis 7 (Zunahme)

Die Ergebnisse zeigen signifikante Unterschiede zur neutralen Kategorie, wobei in allen genannten Testbereichen eine positive mittlere Differenz festgestellt wurde (s. Tab. 1). Dies deutet darauf hin, dass die Intention, sich nach dem Event in einem der abgefragten Bereiche freiwillig zu engagieren, gestiegen ist.

## Diskussion

Die Ergebnisse zeigen einen positiven Einfluss der Special Olympics World Games 2023 auf die Intention der Volunteers, sich auch nach dem Event ehrenamtlich zu engagieren. Diese und weitere Ergebnisse der Studie tragen dazu bei, zu untersuchen, wie ehrenamtliche Tätigkeiten in Sportvereinen und -organisationen von Volunteer-Tätigkeiten bei Sport-Events profitieren können, um dem Rückgang des ehrenamtlichen Engagements in Sportvereinen und -organisationen entgegenzuwirken.

## Literatur

- Braun, S., Sielschott, S., & Burrmann, U. (2022). Ehrenamtliches und freiwilliges Engagement im Sport: Sportbezogene Sonderauswertung der "Deutschen Freiwilligensurveys" von 2014 bis 2019". Bonn: Bundesinstitut für Sportwissenschaft.
- Evans, M. B., Shirazipour, C. H., Allan, V., Zanhour, M., Sweet, S. N., Martin Ginis, K. A., & Latimer-Cheung, A. E. (2018). Integrating insights from the parasport community to understand optimal Experiences: The Quality Parasport Participation Framework. *Psychology of Sport and Exercise*, 37, 79-90. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2018.04.009>
- Grimes, A. (2022). Development of Evidence-Informed Recommendations for Training Disability Sport Event Volunteers. Dissertation, Queen's University Kingston, Ontario, Canada.
- Hellmund, F. (2017). Guide to EU Sport Policy. European Olympic Committees & EU Office.
- Koutrou, N., & Downward, P. (2016). Event and club volunteer potential: The case of women's rugby in England. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 8(2), 207-230.
- Lockstone, L., Smith, K., & Baum, T. (2010). Volunteering flexibility across the tourism sector. *Managing Leisure*, 15(1-2), 111-127.



## English Speaking Session 2

**Sheehan, V. & Schubert, M. (Mainz, GER**

**Need of Reconceptualisation? Neutrality and Autonomy of the Olympic Movement**

Johannes-Gutenberg-Universität Mainz

The Olympic Movement's response to the Russian invasion of Ukraine has brought attention to a significant ethical dilemma surrounding political neutrality in sports governance. The status of Russian and Belarusian athletes and teams in international sport has become a contentious issue, prompting this study to explore the principle of political neutrality within the Olympic Movement. With a lack of explicit explanations from sport governing bodies, this study seeks to provide philosophical and legal justifications for the decision to ban Russian and Belarusian athletes and teams from international competitions as a consequence of non-sporting circumstances. The research examines various dimensions, including philosophical, legal, historical, and political aspects, to address the underlying problem. Taking a governance approach, the study evaluates the application of neutrality within the Olympic Movement and challenges its suitability in the context of politics and capitalism.

The study specifies the concept of neutrality in relation to the purpose it is meant to serve in the context-specific field by exploring the roots of neutrality in the Ancient Olympic Games in Greece and at the establishment of the modern Olympic Movement in Switzerland. The philosophical legal analysis is based on the transition of the Olympic Truce from the Ancient to the Modern Olympic Games. This helps to identify the internal and external functions of the principle of political neutrality within the Olympic Movement: protection of the integrity of sporting competitions and preservation of the autonomy of the Olympic Movement.

Accordingly, it observes neutrality in the practice of the Olympic Movement and challenges the applicability of the principle of neutrality in the social realm around politics and capitalism. It analyses the causes and effects of measures taken against Russia and Belarus, aiming to establish a framework for the use of neutrality in governance. The findings suggest that there are no legitimate justifications for aligning exclusion with political neutrality in the case of Russian and Belarusian teams and athletes. However, an exception is identified in football governance, where commercial contractual arguments can be reconciled with political neutrality when excluding Russian teams and clubs from competitions.

To address future global challenges that breach international law, the thesis proposes the incorporation of transparent procedures and limitations regarding political neutrality into the Olympic Charter of the International Olympic Committee. This would provide a clear framework for decision-making and enhance the governance of the Olympic Movement in navigating complex political situations while upholding its fundamental principles. The conducted research adds value to the field of sport policy and politics with well-founded insights into an existing ethical dilemma on political neutrality. For the governance of the Olympic Movement, the thesis establishes a theoretical basis for sport-political recommendations. From the holistic people-centred perspective, the undertaken research attempts to put sport at the service of humanity and protect and support athletes in the mutual quest for athletic excellence.

### References

Chappelet, J. L. (2016). Autonomy and governance: Necessary bedfellows in the fight against corruption in sport. In *Global Corruption Report Sport* (1st ed.). Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315695709-12/3-autonomy-governance-necessary-bedfellows-fight-corruption-sport-jean-loup-chappelet-idheap-swiss-graduate-school>

### 13. Innsbrucker Sportökonomie & - Management Symposium

- Heerd, D., B., G. (2022). Asser International Sports Law Blog | Reactions of International Sport Organisations to the Russian Invasion of Ukraine: An Overview—By Daniela Heerd & Guido Battaglia. <https://www.asser.nl/SportsLaw/Blog/post/reactions-of-international-sport-organisations-to-the-russian-invasion-of-ukraine-an-overview-by-daniela-heerd-and-guido-battaglia>
- Jacob, F. (2020). 1 Sports, Politics, and Capitalism or: The Immoral Corruption of a Human Pleasure. In 1 Sports, Politics, and Capitalism or: The Immoral Corruption of a Human Pleasure (pp. 1–8). De Gruyter Oldenbourg. <https://doi.org/10.1515/9783110679397-001>
- Lindholm, J. (2022). How Russia’s invasion of Ukraine shook sports’ foundation. The International Sports Law Journal, 22(1), 1–4. <https://doi.org/10.1007/s40318-022-00211-8>
- Meeuwsen, S., & Kreft, L. (2022). Sport and Politics in the Twenty-First Century. Sport, Ethics and Philosophy, 1–14. <https://doi.org/10.1080/17511321.2022.2152480>
- Næss, H. E. (2022). The Neutrality Paradox in Sport: Governance, Politics and Human Rights after Ukraine. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-15680-9>
- Wiater, P. (2023). Peaceful and Neutral Games: The Human Rights Perspective on Banning Russian and Belarussian Athletes from International Sports Competitions. VerfBlog. <https://verfassungsblog.de/peaceful-and-neutral-games/>

**Delgado, M. F. (Mainz, GER)**

**Athletes' Protest and Activism Regarding  
Freedom of Expression through Rule 50 of  
the Olympic Charter**

Johannes-Gutenberg-Universität Mainz

Rule 50 has served the International Olympic Committee (IOC) for several years, but as of lately, it has sparked conversations on its legitimacy within the Olympic context given the rise of athlete activism.

Over the years, athletes have used the Olympic Games to express their grievances and have protested in many editions of this festival (Boykoff, 2017). Rule 50 bans any demonstration in any Olympic venue regarding racial, social and political propaganda. This rule has been considered a violation of the human right of freedom of expression by some because of the recent growing power of athletes' voices (Chappelet, 2020).

This study aims to review Rule 50 and its relevance in the Olympic Movement in regard to it being a violation of freedom of expression or not. The study also attempts to find a middle ground between the IOC and the athletes in which both can be at peace with what Rule 50 indicates, represents and demands, whether this includes changes to the rule itself or not.

Does the multiplicity of the participants' opinions mitigate in favor of what is already established or towards a change or abolishment of Rule 50? What could these changes look like? Are they feasible? A qualitative study consisting of a document analysis and semi-structured interviews on four groups of Olympic stakeholders was conducted to answer these questions.

Athletes are known to follow rules, but in terms of Rule 50, it is important that all those affected by it have a comprehensive understanding of why the rule exists and how it serves the Olympic Movement. In context, the participants agree that there should be some limits to freedom of expression, especially during the Olympic Games. Participants also agree that athletes should be more involved in the decision-making process of the IOC, especially with rules that affect them directly.

The author then proposes analyzing Rule 50 through the philosophy and history of the Olympic Truce; thus, asking athletes to leave their speech at the doors of the Olympic Games in order to come together through the practice of sport, considering that the mission of the IOC is that of unifying rather than dividing the sport community of the world.

## **References**

- Abrahamson, A. (2020, October 25). This year of living dangerously, and surely the Olympics can and should be reimagined. Retrieved from <https://www.3wiresports.com/articles/2020/10/25/this-year-of-living-dangerously-and-surely-the-olympics-can-and-should-be-reimagined?rq=Rule%2050>
- Australian Olympic Committee. (2020, August 14). AOC Athletes' Commission releases survey results on self-expression at Olympic Games. Retrieved from <https://www.olympics.com.au/news/aoc-athletes-commission-releases-survey-results-on-self-expression-at-olympic-games/>
- Athlete 365. (2020a). Rule 50 Guidelines. Retrieved from <https://www.olympic.org/-/media/document%20library/olympicorg/news/2020/01/rule-50-guidelines-tokyo-2020.pdf>
- Athlete 365. (2020b). Framework: Rule 50 – Athlete Consultation. Retrieved from <https://d2g8uwgn11fzhj.cloudfront.net/wp-content/uploads/2020/08/25111654/Rule50-Athlete-Consultation-Framework-Timeline.pdf>

### 13. Innsbrucker Sportökonomie & - Management Symposium

- Babjaková, R., Deten, S., Etoré, J., Geurtjens, K., Moerland, R., & Nelen, H. (2016). Olympic Idealism and Human Rights Infringements: How Athletes Cope with an Uncomfortable Reality. *Maastricht Series in Human Rights*, 437-452.
- Boykoff, J. (2017). Protest, activism, and the Olympic Games: An overview of key issues and iconic moments. *The International Journal of the History of Sport*, 34(3-4), 162-183.
- Canadian Olympic Committee. (2020, August 26). Canadian Olympic Committee Athletes' Commission recommendations for Rule 50. Retrieved from [https://olympic.ca/wp-content/uploads/2020/09/COC\\_Rule-50-recommendation\\_EN-1.pdf](https://olympic.ca/wp-content/uploads/2020/09/COC_Rule-50-recommendation_EN-1.pdf)
- Chappelet, J. L. (2020). The unstoppable rise of athlete power in the Olympic system. *Sport in Society*, 23(5), 795-809.
- Cottrell, M. P., & Nelson, T. (2011). Not just the Games? Power, protest and politics at the Olympics. *European Journal of International Relations*, 17(4), 729-753.
- Elsborg, S. (2020, February 11). A fist of freedom or a fist of iron? Rule 50 and the Olympic paradox. Retrieved from [https://playthegame.org/news/comments/2020/0995\\_a-fist-of-freedom-or-a-fist-of-iron-rule-50-and-the-olympic-paradox/](https://playthegame.org/news/comments/2020/0995_a-fist-of-freedom-or-a-fist-of-iron-rule-50-and-the-olympic-paradox/)
- International Olympic Committee. (2023). The Olympic Charter. In force as from 15 October 2023. Lausanne: International Olympic Committee.
- Mestre, A. (2008). The legal basis of the Olympic Charter. *The International Sports Law Journal*, (1-2), 100-102.
- Syrigos, A. (2009). Olympic Truce from Myth to Reality. In *Olympic Truce: Sport as a Platform for Peace* (pp. 21-24). Athens: The International Olympic Truce Centre.
- Wellington, H. H. (1979). On freedom of expression. *The Yale Law Journal*, 88(6), 1105-1142.

**Kogler, A. M. (Innsbruck, AUT)**

**Application of the World Café as a participatory method in youth sport research: Practical insights for sport organizations**

University of Innsbruck

The objective of promoting positive development for youth who participate in organized sport is highly regarded worldwide (e.g., Holt et al., 2017). A dominant approach in positive youth development is the perspective that youth sport provides a context for teaching life skills that can be transferred to other settings such as home, school, and community (Gould & Carson, 2008). Contemporary research in early childhood education recognizes that children are capable, creative social agents who both shape and are shaped by their social situations and can therefore be involved in the research process (Einarsdóttir, 2007). This approach is often justified by the claim that children and adolescents are experts in their own lives (Burke, 2005).

Qualitative research techniques are well-suited for gaining a broad range of insights into the area of interest from the participants' perspective (Ritchie et al., 2014). Recent research in sport and physical activity has used participatory action research (PAR) to challenge conventional approaches to knowledge production by using creative methods such as the World Café (Pettican et al., 2023). Researchers in sport for development have emphasized the value of PAR in developing, implementing, and evaluating sport and physical activity programs (Rich & Misener, 2020) as well as in co-producing guidelines with health professionals (Van De Ven et al., 2022).

The World Café is growing in popularity and is designed to enable participants to express their thoughts and ideas as part of a process of action and change (Brown & Isaacs, 2005). This method is effective in generating evidence that is relevant to both academics and practitioners (Schiele et al., 2022). As a participatory tool that fosters collaborative conversations and knowledge sharing (Schiele et al., 2022), this method is flexible, time-efficient, and can be used for research prioritization (MacFarlane et al., 2016; Schiele et al., 2022).

The setting of a World Café is intended to establish a relaxed atmosphere that encourages productive and informal discourse by representing a neutral space where individuals feel comfortable engaging with one another, avoiding the nervous or tense situations that often arise during interviews (The World Café Community Foundation, 2024). One of the fundamental principles of the World Café method is that the participants collectively possess the knowledge and skills required to address the topic at hand, thus eliminating the need for external expertise (Lagrosen, 2019). The large group process transitions into small group conversations through separate discussion tables, typically consisting of no more than four to six people, and three or more 20-minute rounds of conversation per table (Brown & Isaacs, 2005). The aim of these smaller conversation rounds is to develop insights and shared learnings on a topic of interest (Schiele et al., 2022). The conversation rounds are designed to build on each other, with participants switching tables and forming new discussion groups during each subsequent round. This facilitates the exchange of fresh ideas, knowledge, experiences, and connections related to the table questions that are significant to their community or life (Tan & Brown, 2005).

The World Café is a useful tool for discussing future directions and has been shown to be effective for problem identification and modelling (Vacik et al., 2014). Integrating the World Café method into research designs can expand the reference sample size and broaden the range and scope of individual views on a given topic (Löhr et al., 2020). Thus, the World Café complements other research methods by guiding the exploration and examination of themes. It is well-suited for use by non-academic groups, including small non-profits, community-based organizations, and educational institutions, due to its flexible and seemingly simple nature (The World Café Community Foundation, 2024).

To investigate the application of the World Café in organized youth sport, we conducted an intrinsic case study methodology with 18 young golfers (14 males, 4 females) aged 10 to 20 years from the Golf Team Tyrol. The World Café documents (tablecloths and cardboard papers) were captured in photographs and table conversations were recorded and transcribed, following the practice of other researchers (e.g., Carson, 2011; Hummell et al., 2023). We used qualitative content analysis to analyze the transcribed table discussions and documents. The high level of participation was crucial in obtaining diverse viewpoints, which contributed to the scientific value of the final results in terms of priorities, knowledge gaps, and recommendations in each area of interest. Our findings demonstrated that the utilization of the World Café method allowed for the incorporation of diverse perspectives without prioritizing or imposing consensus (Fouché & Light, 2011), which may be beneficial in the design of youth sport programs. In addition, the results showed that the setting fostered a collaborative spirit and promoted active participation, leading to a positive and enthusiastic work atmosphere. Participants who were more comfortable with writing were able to provide their statements in written form, without the need for oral contributions. By applying the World Café, we were able to successfully frame issues within different themes, which also aligns with the findings of other colleagues (e.g., Decker-Lange et al., 2022; Estacio & Karic, 2016; Jori et al., 2020; Löhr et al., 2020).

The World Café is a recent qualitative research method that, to our knowledge, has not yet been widely employed with children and adolescents. Given the exploratory nature of the study, we chose to conduct it in a homogenous group setting based on a common sport. Our experience has shown that the World Café method is suitable for achieving research objectives by sharing perceptions and identifying key issues. As a participatory research method, the World Café allows youth to have more agency in determining the flow of the data generation process and was therefore found to be highly applicable in a youth sport context. Further, this research advances the use of participatory methods, such as the World Café, in youth sport to inform sport development research and practice. Our work demonstrates the potential value of centering participant experiences to understand sport development outcomes in robust and contextualized ways. This shift from top-down approaches to bottom-up participatory research is necessary for co-creating knowledge and benefiting both science and society (Rich et al., in press). We suggest that the World Café method may be integrated into future research on the potential of development of and through sport approaches in a youth context.

To enhance youth sport programs in the future, it is vital to observe the unique requirements of different sports and sport organizations in a nuanced manner, considering the contextual characteristics and integrating the youth athlete and the youth sport system (Dorsch et al., 2022). Therefore, it is essential for sport organizations to not only comply with global trends and guidelines but also customize the content of individual initiatives to the specific context of their young athletes (Rich et al., 2022). To implement targeted interventions, leaders in sport organizations should understand athletes as individuals who are shaped by multiple influential elements at all levels of their environment. Research can provide valuable insights into this process, as demonstrated by our contribution in this paper.

#### References

- Brown, J., & Isaacs, D. (2005). *The World Café: Shaping our Futures through Conversations that matter*. BK Berrett-Koehler Publishers.
- Burke, C. (2005). "Play in Focus": Children researching their own Spaces and Places for Play. *Children, Youth and Environments*, 15(1), 27–53.
- Carson, L. (2011). Designing a Public Conversation using the World Café Method. *Social Alternatives*, 30(1), 10–14.
- Decker-Lange, C., Lange, K., Dhaliwal, S., & Walmsley, A. (2022). Exploring Entrepreneurship Education Effectiveness at British Universities – An Application of the World Café Method. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 5(1), 113–136. <https://doi.org/10.1177/2515127420935391>

- Dorsch, T. E., Smith, A. L., Blazo, J. A., Coakley, J., Côté, J., Wagstaff, C. R. D., Warner, S., & King, M. Q. (2022). Toward an Integrated Understanding of the Youth Sport System. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 93(1), 105–119. <https://doi.org/10.1080/02701367.2020.1810847>
- Einarsdóttir, J. (2007). Research with Children: Methodological and Ethical Challenges. *European Early Childhood Education Research Journal*, 15(2), 197–211. <https://doi.org/10.1080/13502930701321477>
- Estacio, E. V., & Karic, T. (2016). The World Café: An innovative Method to facilitate Reflections on Internationalisation in higher Education. *Journal of Further and Higher Education*, 40(6), 731–745. <https://doi.org/10.1080/0309877X.2015.1014315>
- Fouché, C., & Light, G. (2011). An Invitation to Dialogue: ‘The World Café’ In Social Work Research. *Qualitative Social Work*, 10(1), 28–48. <https://doi.org/10.1177/1473325010376016>
- Gould, D., & Carson, S. (2008). Life Skills Development through Sport: Current Status and Future Directions. *International Review of Sport and Exercise Psychology*, 1(1), 58–78. <https://doi.org/10.1080/17509840701834573>
- Holt, N. L., Neely, K. C., Slater, L. G., Camiré, M., Côté, J., Fraser-Thomas, J., MacDonald, D., Strachan, L., & Tamminen, K. A. (2017). A Grounded Theory of Positive Youth Development through Sport based on Results from a Qualitative Meta-Study. *International Review of Sport and Exercise Psychology*, 10(1), 1–49. <https://doi.org/10.1080/1750984X.2016.1180704>
- Hummell, C., Shaikh, M., & Bean, C. (2023). Current State and Future Directions for Youth Sport Evaluation Practices: An Empirical Study. *Managing Sport and Leisure*, 1–22. <https://doi.org/10.1080/23750472.2023.2184714>
- Jori, F., Chenais, E., Boinas, F., Busauskas, P., Dhollander, S., Fleischmann, L., Olsevskis, E., Rijks, J. M., Schulz, K., Thulke, H. H., Viltrop, A., & Stahl, K. (2020). Application of the World Café Method to discuss the Efficiency of African Swine Fever Control Strategies in European Wild Boar (*Sus Scrofa*) Populations. *Preventive Veterinary Medicine*, 185, 105178. <https://doi.org/10.1016/j.prevetmed.2020.105178>
- Lagrosen, Y. (2019). The Quality Café: Developing the World Café Method for Organisational Learning by including Quality Management Tools. *Total Quality Management & Business Excellence*, 30(13–14), 1515–1527. <https://doi.org/10.1080/14783363.2017.1377606>
- Löhr, K., Weinhardt, M., & Sieber, S. (2020). The “World Café” as a Participatory Method for Collecting Qualitative Data. *International Journal of Qualitative Methods*, 19, 160940692091697. <https://doi.org/10.1177/1609406920916976>
- MacFarlane, A., Galvin, R., O’Sullivan, M., McInerney, C., Meagher, E., Burke, D., & LeMaster, J. W. (2016). Participatory Methods for Research Prioritization in Primary Care: An Analysis of the World Café Approach in Ireland and the USA. *Family Practice*, cmw104. <https://doi.org/10.1093/fampra/cmw104>
- Pettican, A., Goodman, B., Bryant, W., Beresford, P., Freeman, P., Gladwell, V., Kilbride, C., & Speed, E. (2023). Doing together: Reflections on facilitating the Co-Production of Participatory Action Research with marginalised Populations. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 15(2), 202–219. <https://doi.org/10.1080/2159676X.2022.2146164>
- Rich, K. A., & Misener, L. (2020). Get active Powassan: Developing Sport and Recreation Programs and Policies through Participatory Action Research in a Rural Community Context. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 12(2), 272–288. <https://doi.org/10.1080/2159676X.2019.1636850>

### 13. Innsbrucker Sportökonomie & - Management Symposium

- Rich, K., Nicholson, M., Randle, E., Donaldson, A., O'Halloran, P., Staley, K., Kappelides, P., Nelson, R., & Belski, R. (2022). Participant-Centered Sport Development: A Case Study using the Leisure Constraints of Women in Regional Communities. *Leisure Sciences*, 44(3), 323–342. <https://doi.org/10.1080/01490400.2018.1553124>
- Rich, K., Smith, R., & Giles, A. R. (in press). *Participatory Research in Sport and Physical Activity*. Routledge.
- Ritchie, J., Lewis, J., McNaughton Nicholls, C., & Ormston, R. (Eds.). (2014). *Qualitative Research Practice: A Guide for Social Science Students and Researchers* (Second edition). Sage.
- Schiele, H., Krummacker, S., Hoffmann, P., & Kowalski, R. (2022). The “Research World Café” as Method of Scientific Enquiry: Combining Rigor with Relevance and Speed. *Journal of Business Research*, 140, 280–296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.10.075>
- Tan, S., & Brown, J. (2005). The World Café in Singapore: Creating a Learning Culture Through Dialogue. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 41(1), 83–90. <https://doi.org/10.1177/0021886304272851>
- The World Café Community Foundation. (2024). *The World Café*. <https://theworldcafe.com/about-us/history/>
- Vacik, H., Kurttila, M., Hujala, T., Khadka, C., Haara, A., Pykäläinen, J., Honkakoski, P., Wolfslehner, B., & Tikkanen, J. (2014). Evaluating Collaborative Planning Methods supporting Programmebased Planning in Natural Resource Management. *Journal of Environmental Management*, 144, 304–315.
- Van De Ven, K., Boardley, I., & Chandler, M. (2022). Identifying Best-practice amongst Health Professionals who work with People using Image and Performance enhancing Drugs (IPEDs) through Participatory Action Research. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 14(2), 199–215. <https://doi.org/10.1080/2159676X.2021.1898457>



**Block III, 18:20-19:40**

**Sport NPO und Nachhaltigkeit**

**Saal Innsbruck**

- **Reuß, K. (München, GER):** Ökonomischer Nutzen von Sport im Freien. Gestaltung von urbanen grünen Räumen unter Beachtung der saisonalen Besonderheiten
- **Schuette, N. (Mainz, GER):** Dark Sustainability

**Konsumentenbefragung**

**Saal Tirol**

- **Kurscheidt, M., Ferrauti, F., Rosier, A. & Reichel, K. (Bayreuth, GER):** Spiel, Satz, Event? Befragungsbefunde zu deutschen Tenniszuschauern bei ATP/WTA-Turnieren
- **Happ, E., Scholl-Grissemann, U. (Hall in Tirol, AUT), Schättl, S. & Gamper, N. (Innsbruck, AUT):** Konsumentenbefragung zur klimafreundlichen „Vor-Ort-Mobilität“ zu Sport- und Freizeiteinrichtungen und die Konsumentennutzung von digitalen Technologien

**English Speaking Session 3**

**Saal Mainz**

- **Asare, M. (Innsbruck, AUT):** Image to action: Exploring Coaches' perceptions of their reputational influence on athlete creativity.

## Sport NPO und Nachhaltigkeit

**Reuß, K. (München, GER)**

**Ökonomischer Nutzen von Sport im Freien.  
Gestaltung von urbanen grünen Räumen unter  
Beachtung der saisonalen Besonderheiten**

Universität der Bundeswehr München

Mehr als die Hälfte der Weltbevölkerung lebt heute in Städten und eine Zunahme der Konzentration in urbanen Gebieten wird erwartet (Barton & Pretty, 2010, Gianfredi et al., 2021). Städte sind aber nicht zwangsläufig Orte des gesunden Lebens und der Gesundheitszustand der dort lebenden Personen ist nicht gleichmäßig verteilt. Dabei sind einige Unterschiede auch die unterschiedlichen Umweltgegebenheiten zurückzuführen (Moore, Gould & Keany, 2003).

Um Aspekte der menschlichen Gesundheit zu erhalten, wird ein Minimum an physischer Aktivität benötigt (Eigenschenk, 2019). Allerdings erreichen viele Menschen nicht mehr das empfohlene Minimum an physischer Aktivität (Pretty, Peacock, Sellens & Griffin, 2005).

Neben der physischen Aktivität kann auch die Interaktion mit der Natur zu einer Vielzahl an unterschiedlichen gesundheitlichen Vorteilen führen (Keniger et al., 2013). Dieses Potential kann durch physische Aktivitäten in der Natur, sogenannten green exercise genutzt werden. (Flowers et al., 2017). Diesen Aktivitäten wird ein größerer Nutzen für die physische und mentale Gesundheit zugesprochen, als bei sportlicher Aktivität oder Kontakt zu Natur im Einzelnen (Rogerson et al., 2020).

Physische Aktivitäten, die draußen ausgeübt werden, können durch verschiedene Faktoren beeinflusst werden. Mit Ausnahme die bebaute Umwelt können die Aspekte Jahreszeiten, Menge an Tageslicht, Wetter in Form von Temperatur, Wind oder Niederschlag nicht beeinflusst werden (Wagner, Keusch, Yan & Clarke, 2019). Schlechtes Wetter, in Form von Niederschlag, Kälte und Wind, ist dabei eine Hürde, die zu einer Abnahme der physischen Aktivität führt (Ho, et al., 2023; Tucker & Gilliland, 2007).

Ziele dieses Forschungsprojekts ist es zu erfassen, wie urbanen grüne Räume gestaltet werden müssen, sodass die physische Aktivität im Freien ganzjährig auf einem hohen Niveau durchgeführt werden kann.

### Literatur

- Barton, J., & Pretty, J. (2010). What is the best does of Nature and Green Exercise for Improving Mental Health? A Multi-Study Analysis. *Environmental Science and Technology*, 44(10), 3947-3955.
- Eigenschenk, B., Thomann, A., McClure, M., Davies, L., Gregory, M., Dettweiler, U., & Inglés, E. (2019). Benefits of Outdoor Sports for Society. A Systematic Literature Review and Reflections on Evidence. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(937).
- Flowers, E.P., Freeman, P., & Gladwell, V.F. (2017). The Development of Three Questionnaires to Assess Beliefs about Green Exercise. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(1172).
- Gianfredi, V., Buffoli, M., Rebecchi, A., Croci, R., Oradini-Alacreu, A., Stirparo, G., Marion, A., Odone, A., Capolongo, S., & Signorelli, C. (2021). Association between Urban Greenspace and Health: A Systematic Review of Literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(5137).

### 13. Innsbrucker Sportökonomie & - Management Symposium

- Ho, J., Lam, H., Huang, Z., Liu, S., Goggins, W.B., Mo, P., & Chan, E. (2023). Factors affecting outdoor physical activity in extreme temperatures in a sub-tropical Chinese urban population: an exploratory telephone survey. *BMC Public Health*, 23,101.
- Keniger, L.E., Gaston, K.J., Irvine, K.N., & Fuller, R.A. (2013). What are the Benefits of Interacting with Nature? *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 10, 913-935.
- Moore, M., Gould, P., & Keany, B.S. (2003). Global urbanization and impact on health. *International Journal of Hygiene and Environmental Health*, 206, 269-278.
- Pretty, J., Peacock, J., Sellens, M., & Griffin, M. (2005). The mental and physical health outcomes of green exercise. *International Journal of Environmental Health Research*, 15(5), 319-337.
- Rogerson, M., Wood, C., Pretty, J., Schoemakers, P., Bloomfield, D., & Barton, J. (2020). Regular Doses of Nature: The Efficacy of Green Exercise Interventions for Mental Wellbeing. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(1256), 1-15.
- Tucker, P., & Gilliland, J. (2007). The effect of season and weather on physical activity: A systematic review. *Public Health*, 121, 909-922.
- Wagner, A.L., Keusch, F., Yan, T. & Clarke, P.J. (2019). The impact of weather on summer and winter exercise behaviors. *Journal of Sport and Health Science*, 8, 39-45.

**Schuette, N. (Mainz, GER)**

**Dark Sustainability**

Johannes-Gutenberg-Universität Mainz

Mit dem Brundtland-Bericht von 1987 begann die Debatte um die Sustainability (Nachhaltigkeit) (World Commission on Environment and Development 1987). Sie ebbt seitdem nicht ab.

Es finden sich viele Definitionen zur Sustainability. Hier werden drei Begrifflichkeiten unterschieden:

1. **(Positive) Sustainability:** Hierbei geht es um positive Effekte, die so gestaltet werden sollen, dass sie dauerhaft sind. Dies ist auch der klassische Ansatz.
2. **Dark Side of Sustainability:** Da die Diskussionen um die Sustainability so stark wurden, wird in vielen Fällen nur Nachhaltigkeit vorgetäuscht. Am bekanntesten ist hier das „Greenwashing“.
3. **Dark Sustainability:** Hierbei geht es um negative Effekte, also Effekte, die Gesellschaftlich nicht gewollt sind, deswegen auch mehr oder weniger massiv bekämpft werden, die aber eine erstaunliche Dauerhaftigkeit entwickeln. Als Beispiele können Doping, Korruption und sexueller Missbrauch dienen.

Thema des Vortrags ist damit: Was kann man von der Dark Sustainability für die positive lernen und vice versa?

Der **Forschungsstand** lässt sich kurz so skizzieren. Es findet sich sehr viel Literatur zu Sustainability, einiges zur Literatur zur Dark Side of Sustainability aber der Begriff Dark Sustainability wird vermutlich hier zuerst verwendet.

Die **Relevanz** liegt hier darin begründet, dass ein Perspektivwechsel oft neue Erkenntnisse bringen kann. Es gilt nicht nur auf die fehlende Nachhaltigkeit von positiven Effekten zu schauen, sondern sich umzudrehen und auf die Dauerhaftigkeit von negativen Effekten zu blicken. Dies kann zu einem tieferen Verständnis von Sustainability und damit zu dringend gebrauchten Handlungsanweisungen führen.

Schaut man auf das Beispiel der Schmiergeldzahlungen aus dem Bereich der Korruption, so wird aber oft übersehen, dass zwar die Gesellschaft und die Mitbewerber übervorteilt werden, aber der Schmiergeldgeber und auch der -nehmer große Vorteile davon haben. Wir haben es hier mit der Kraft und Macht der Belohnung zu tun (French & Raven (1959)! Belohnung können neben Geld auch andere Ressourcen, Macht und / oder Prestige sein (Horch 1992).

Auf die positive Nachhaltigkeitsdebatte übertragen findet sich, dass es auch hier Belohnungen gibt. So beinhaltet das berühmte Beispiel für nachhaltige Forstwirtschaft von Carlowitz (1732) – es werden nur so viele Bäume entnommen, wie nachwachsen können – ebenfalls eine Belohnung. Diese sind aber langfristiger Art. Das kurzfristige Abholzen erscheint als irrationales Verhalten, wenn man von Notsituationen absieht. Man kennt dieses Phänomen auch als Pattern Variable „Affektivität“ (sofortige Belohnung) bzw. als „affektive Neutralität“ („kann warten“) nach Parsons (1976). Im Grunde aber ist die Fähigkeit kurzfristig auf Belohnungen zu verzichten ein Teil der Erfolgsgeschichte der westlichen Modernisierung, wie schon Max Weber in seinem Werk *„Protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus“* (1904) feststellte.

Blickt man zurück auf die Dark Sustainability so findet sich dort, dass nicht nur Belohnung das gesellschaftsschädliche Agieren antreibt, es ist dort auch die Kraft der kurzfristigen Belohnung aktiv.

**Zusammenfassend** ist festzustellen, dass der beschriebene Perspektivwechsel in der Lage ist, neue Einblicke zu generieren.

### **Literatur**

Carlowitz, H. C. von (1732): *Sylvicultura Oeconomica*, Leipzig: Braun.

French, J. R., & Raven, B. (1959): The bases of social power. In: Cartwright, D. (Hrsg.): *Studies in social power*. Ann Arbor: Institute for Social Research, S. 150-167.

Horch, H.-D., 1992: *Geld, Macht und Engagement in freiwilligen Vereinigungen. Grundlagen einer Wirtschaftssoziologie von Non-Profit-Organisationen*. Berlin: Duncker & Humblot.

Weber, M. (1904): Die protestantische Ethik und der „Geist“ des Kapitalismus. In: *Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik*. 20/1904, S. 1–54

Parsons, T. (1976): *Zur Theorie sozialer Systeme*. Opladen: Westdeutscher Verlag

World Commission on Environment and Development (1987): *Our Common Future*. Oxford: University Press

## Konsumentenbefragung

**Kurscheidt, M., Ferrauti, F., Rosier, A. & Reichel, K. (Bayreuth, GER)**

**Spiel, Satz, Event? Befragungsbefunde zu deutschen Tenniszuschauern bei ATP/WTA-Turnieren**

Universität Bayreuth

Tennis nimmt im Weltsport eine außergewöhnliche Stellung ein. Die Sportart ist global verbreitet und kommerziell organisiert wie kaum eine andere, was sich allein schon an der vielfältigen Herkunft der Spitzenspieler:innen in den Ranglisten der Association of Tennis Professionals (ATP) und Women's Tennis Association (WTA) ablesen lässt. Tennis zählte bereits seit Beginn der Olympischen Sommerspiele der Neuzeit zum olympischen Programm und kehrte nach sechs Jahrzehnten Abstinenz aufgrund der Amateurregeln 1988 zu den Spielen zurück. Aus ökonomischer und Management-Perspektive ist bemerkenswert, dass Tennis weit vor Fußball und anderen hochprofessionalisierten Sportarten bereits im 16. Jahrhundert nach weitgehend einheitlichen Regeln in kommerziellen „Ballhäusern“ betrieben wurde. Auch war die Beteiligung von Frauen am Tennisspiel bereits früh üblich. Indessen bekannten sich die Tennisverbände erst spät zum Vollprofistatus der Spitzenspieler:innen, was Ende der 1960er Jahre die sog. „Open Ära“ begründete und zur Etablierung der ATP sowie WTA Touren führte (Collins, 2010).

Vor dem Hintergrund der historischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bedeutung des Tennissports weltweit ist die sozial- und wirtschaftswissenschaftliche Literaturlage ernüchternd. Weiterhin finden sich die meisten Beiträge zum Tennis in der Sportgeschichte (z.B. Lake, 2015) sowie den naturwissenschaftlichen Teildisziplinen der Sportwissenschaft (Millet et al., 2021). Für die Sportökonomie und das Sportmanagement ist Tennis trotz seiner wirtschaftlichen Relevanz kaum akademisch erschlossen. Somit stellen sich zahlreiche Fragen zu Strukturen und der Organisation von Tennismärkten sowie entsprechenden empirischen Befunden. Die vorliegende Studie setzt bei der Konsumforschung zu Tenniszuschauer:innen von ATP und WTA Turnieren in Deutschland an. Es wird zunächst und im Kern die Frage verfolgt, welche Zuschauergruppen gemessen an den Konsummotiven bei hochrangigen Tennisturnieren anzutreffen sind.

Damit lehnt sich die Studie an die einschlägigen Fragebogenkonstruktionen und Survey-Methoden aus der Sportkonsumforschung an (u.a. Trail & James, 2001). Der verwendete Fragebogen wurde unter Berücksichtigung vorhandener Untersuchungen zum vergleichbaren Golfsport (Lyu & Lee, 2013; Robinson et al., 2004) für Zuschauer:innen von Tennisevents angepasst und 2014 auf einem WTA Turnier in Nürnberg getestet. Eine eventunabhängige Online-Befragung von Tennisfans diente zudem als Pilotstudie (Fuhrmann, 2019). Auf der Grundlage wurde ein Cluster-Sampling bei dem ATP Tour 250-Turnier in Stuttgart sowie dem WTA Tour 500 Turnier in Berlin in den Jahren 2021, 2022 und 2023 durchgeführt. Dabei handelt es sich um anerkannte Tennisevents jeweils im Juni auf Rasen mit führenden Spieler:innen der Weltrangliste zur Vorbereitung auf den Grand Slam in Wimbledon. Diese Studie fokussiert sich auf den Vergleich von Befunden zwischen den beiden Turnieren anhand des Samples aus 2022 (N=353 für Stuttgart und N=279 für Berlin).

In Clusteranalysen werden bei beiden Turnieren jeweils vier Zuschauergruppen identifiziert: Tennisfans aus der Region (35-40%), eventorientierte Sportfans (21-32%), Gelegenheits-Sportfans (19-21%) und Begleitpersonen (11-19%). Auffällig ist der hohe Bildungsgrad der Besucher:innen und der hohe weibliche Anteil bei dem WTA Turnier. Demgegenüber sind die ATP Zuschauer:innen stärker durch das Interesse an der Sportart Tennis und den Spielern geprägt. Generell ziehen die Turniere indes wenig überregionale Besucher:innen. Somit lässt sich zusammenfassen, dass Tenniszuschauer:innen – zumindest in Deutschland – weniger

durch eine emotionale Fankultur mit hoher Identifikation wie bei den Teamsportarten gekennzeichnet sind. Andererseits werden durch die „kultivierte“ Atmosphäre bei Tennisturnieren eine Mehrheit an weniger identifizierten, aber durchaus interessierten Sport- bzw. Eventfans angezogen. Diese Konsumkultur bei Tennisevents als „Gesellschaftsereignis“ sollte von den Turniervermarkter:innen stärker in den Fokus genommen werden.

#### **Literatur**

- Collins, B. (2010). *History of Tennis* (2nd Ed.). New Chapter Press.
- Fuhrmann, D. (2019). *Fankultur im deutschen Tennissport: Eine empirische Erhebung.* (Masterarbeit Sportökonomie) Universität Bayreuth.
- Lake, R. J. (2015). *A social history of tennis in Britain.* Routledge.
- Lyu, S., & Lee, H. (2013). Market segmentation of golf event spectators using leisure benefits. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(3), 186–200.
- Millet, G. P., Brocherie, F., & Burtscher, J. (2021). Olympic sports science: Bibliometric analysis of all Summer and Winter Olympic sports research. *Frontiers in Sports and Active Living*, 3, Article 772140. <https://doi.org/10.3389/fspor.2021.772140>
- Robinson, M. J., Trail, G. T., & Kwon, H. (2004). Motives and points of attachment of professional golf spectators. *Sport Management Review*, 7(2), 167–192.
- Trail, G. T., & James, J. D. (2001). The motivation scale for sport consumption: Assessment of the scale's psychometric properties. *Journal of Sport Behavior*, 24(1), 108–127.

**Happ, E., Scholl-Grisseemann, U.  
(Hall in Tirol, AUT), Schättl, S. &  
Gamper, N. (Innsbruck, AUT)**

**Konsumentenbefragung zur klimafreundlichen  
„Vor-Ort-Mobilität“ zu Sport- und  
Freizeiteinrichtungen und die  
Konsumentennutzung von digitalen  
Technologien**

UMIT Tirol, Universität Innsbruck

## **Einleitung und Forschungsfragen**

Obwohl für Tirol-Urlauber und Einheimische der eigene PKW bislang als präferiertes Verkehrsmittel für die Vor-Ort-Mobilität (z.B. Fahrt von und zu Sport- und Freizeitaktivitäten) gilt, existieren dennoch eine Reihe von Trends, die zeigen, dass sich auch in diesem Bereich eine Änderung abzeichnet (Mailer et al., 2019). Dazu gehören der Trend zur Urbanisierung, die Steigende Bedeutung der Gen Z als Gästeschicht (PKW gilt nicht mehr als Statussymbol, Rückgang von Führerscheinbesitz, etc.) sowie das zunehmende Umwelt- und Klimabewusstsein über alle Bevölkerungsschichten hinweg (European Commission, 2021) in Verbindung mit der Tatsache, dass Tirol-Urlaub sehr stark mit der „Nähe zur Natur“ in Verbindung gebracht wird. Aus Sportwissenschaftlicher Sicht zeigt sich zudem, dass aktive Mobilität im Urlaub (i.S.v. zu Fuß gehen und Radfahren) ein wichtiger Impuls für eine Verhaltensänderung hinsichtlich der Alltagsmobilität darstellt und dadurch der zunehmenden Inaktivität der Gesellschaft entgegenwirkt (Renninger et al., 2022).

In vielen alpinen Ferienorten wurden die Optionen für nachhaltige Fortbewegung stetig ausgebaut und verbessert. TouristInnen und Einheimische sind sich ihres ökologischen Fußabdrucks durchaus bewusst, zeigen aber tendenziell wenig Bereitschaft, ihr Verhalten wesentlich zu ändern - einfache bzw. alltägliche Maßnahmen, wie die Nutzung umweltfreundlicher Mobilität vor Ort, scheinen hingegen von vielen TouristInnen akzeptiert und gewünscht (Scuttari et al., 2019). Studien zeigen jedoch auch, dass der Übergang zu einem nachhaltigen Mobilitätsangebot in Tourismusdestinationen sehr komplex ist (Scuttari et al., 2019). Es gibt ein erhebliches Forschungsinteresse an Fernreisen und an den An- und Abreisemustern von TouristInnen und Einheimischen, jedoch ist die Mobilität von TouristInnen und Einheimischen während ihres Aufenthalts am Zielort wenig untersucht (Bursa et al., 2022).

## **Zielsetzung**

Diese Studie beschäftigt sich damit, wie man Einheimische und TouristInnen ansprechen und motivieren kann, nachhaltige Vor-Ort-Mobilitätsangebote zu Sport- und Freizeiteinrichtungen in Anspruch zu nehmen. Es geht darum herauszufinden welche Anreize zur Nutzung klimafreundlicher Vor-Ort-Mobilität mit Unterstützung digitaler Technologien man setzen muss, welche das Kundenerlebnis nicht schmälern. Daraus ergibt sich folgende Forschungsfrage: Welche Motivations- und Hinderungsfaktoren zur Nutzung von klimafreundlicher Vor-Ort-Mobilität zu Sport- und Freizeitaktivitäten gibt es?

## **Empirische Studie**

Als Grundlage für die Studie dient das Motivation-Opportunity-Ability-Model von MacInnis et al. (1991). Der Ursprung des MOA-Modells liegt in der Informationsverarbeitungstheorie, wurde jedoch auch umfassend im Bereich der Verbraucherverhaltensforschung angewandt und beschäftigt sich mit der Thematik, warum Menschen bestimmte Handlungen ausführen (Happ et al., 2023). In dieser Studie wurden einheimische Personen und TouristInnen (in 2 Skigebieten, Dezember 2023) in Bezug auf ihre Motivation, Opportunity und Ability im Zusammenhang mit klimafreundlicher Vor-Ort-Mobilität bei Gondelgesprächen (qualitativer Forschungsansatz) befragt. Die teilstrukturierten Interviews wurden während der Gondelfahrt im Skigebiet geführt. Aufgrund der Besonderheit des Befragungsortes wurde der Fragebogen und das Studiendesign passend für den Ort der Befragung und die zur Verfügung gestellte Zeit (Gondelfahrt) konzipiert.



## Ergebnisse und Diskussion

Nur die Hälfte der mit dem Auto in den Urlaub angereisten TouristInnen nutzen dieses auch als Transportmittel vor Ort. Bursa et al. (2022a) liefern hierfür eine mögliche Erklärung: In ihrer Studie kam es zu einem relativ hohen Anteil an Fahrten mit öffentlichen Verkehrsmitteln im Skisport, was auf das speziell auf die Bedürfnisse von Skifahrern und Snowboardern zugeschnittene Angebot an Skibussen im Winter zurückzuführen ist. Die Analyse der Interviews zeigt, dass die Entfernung zur Bushaltestelle ein entscheidender Einflussfaktor bei der Wahl des Transportmittels sowohl für Einheimische als auch TouristInnen ist. Die Nähe zur Bushaltestelle wird von allen Befragten als Motivation für die Nutzung des Busses genannt. Dieses Ergebnis lässt sich auch in die andere Richtung beobachten. Die Entfernung zur nächstgelegenen Bushaltestelle ist auch der am häufigsten genannte Grund gegen die Nutzung des Busses (sprich für das Auto).

Die Interviews zeigen, dass sowohl Einheimische als auch TouristInnen die Informationen zur Vor-Ort-Mobilität als leicht zugänglich empfinden. Trotzdem entscheiden sie sich durchaus für das Auto, obwohl sie gut über die klimafreundlichen Verkehrsangebote informiert sind. Begründet wurde dies erneut mit dem Komfort und damit, dass es praktischer sei mit dem Auto zu fahren. Was auffällt ist, dass die Befragten jeweils die entgegengesetzt gleichen Argumente für die Wahl für den Bus oder für das Auto aufführen. So meinten die TouristInnen, die sich für den Bus entschieden haben, es sei praktischer mit dem Bus zu fahren. Demnach kann die Studie von Le-Klähn und Hall (2013), in Bezug auf die persönlichen Präferenzen bestätigt werden.

Die Einheimischen betonen den Zeitfaktor und ein zu häufiges Umsteigen in der Wahl gegen das öffentliche Verkehrsmittel. Die Fahrt mit dem Auto wird als deutlich schneller und effizienter beschrieben. Diese Ergebnisse decken sich mit der Studie von Mailer (2018), welche aufzeigt, dass BesucherInnen sich entscheiden mit dem Auto in die Alpenregionen zu reisen, weil sie die ineffiziente Mobilität am Zielort und die Inflexibilität der öffentlichen Verkehrsmittel fürchten.

## Literatur

- Bursa, B., Mailer, M., & Axhausen, K. W. (2022a). Intra-destination travel behavior of alpine tourists: A literature review on choice determinants and the survey work. *Transportation*, 49(5), 1465–1516. <https://doi.org/10.1007/s11116-022-10267-y>
- European Commission. Directorate General for Climate Action. (2021). *Climate change: Report*. Publications Office. Abgerufen am 10. Februar 2024 von <https://data.europa.eu/doi/10.2834/437>
- Happ, E., Schnitzer, M., & Scholl-Grisseemann, U. (2023). Ski touring on groomed slopes— Exploring an alpine winter sports trend and potential tourism product. *Tourism Management Perspectives*, 48, 101155. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101155>
- MacInnis, D. J., Moorman, C., & Jaworski, B. J. (1991). Enhancing and measuring consumers' motivation, opportunity, and ability to process brand information from ads. *Journal of Marketing*, 55(4), 32–53. <https://doi.org/10.1177/002224299105500403>
- Mailer, M., Abegg, B., Jänicke, L., & Bursa, B. (2019). Mobilitätsbedingte Klimawirkung einer alpinen Tourismusdestination: CO<sub>2</sub>-Bilanz und Einschätzung durch Touristen, Bewohner und Beschäftigte. *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft*, 11(2), 211–236. <https://doi.org/10.1515/tw-2019-0013>
- Renninger, D., Kelso, A., Reimers, A. K., Marzi, I., Beck, F., Engels, E. S., Standage, M., & Demetriou, Y. (2022). Motivation and active travel in adolescent girls and boys in Germany – Findings from the ARRIVE study. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 90, 425–437. <https://doi.org/10.1016/j.trf.2022.09.015>

### 13. Innsbrucker Sportökonomie & - Management Symposium

Scuttari, A., Orsi, F., & Bassani, R. (2019). Assessing the tourism-traffic paradox in mountain destinations. A stated preference survey on the Dolomites' passes (Italy). *Journal of Sustainable Tourism*, 27(2), 241–257.  
<https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1428336>

## English Speaking Session 3

**Asare, M. (Innsbruck, AUT)**

**Image to action: Exploring Coaches' perceptions of their reputational influence on athlete creativity.**

University of Innsbruck

With millions of coaches training athletes from the professional level down to youth development, organised sport is shattered across the globe. The goal of leadership in organised sports is to ensure and facilitate shared goals, which is done by influencing the process that ensures performance. Irrespective of the level of sporting competition, one objective of coaches is the creative development of athletes, since it could give athletes a significant advantage over their competitors.

Novel or unforeseen actions as athletes strive to be highly efficient is considered creativity. Creativity could give athletes a significant advantage over their competitors and influencing the development of creativity is essential. Personal reputation is a factor that can influence the process that ensures performance, as coaching reputation triggers the behavioural responses of athletes. Thus, leadership behaviours are directly related to performance. Due to the intuitive appeal of creativity, we examine the perceived reputational influence on athlete creativity through the lens of coaches.

To answer our research question, we employed semi-structured interviews with 17 coaches across various sporting disciplines and professional levels. The goal was to investigate the coaches' experiences, perceptions, expectations and reflections about their reputational influence on the creative development of athletes. Our findings revealed that coaches believe their reputation plays a role in the creative development of athletes although hold different perspectives on creativity. Factors such as coach-athlete relationships and positive coach reputations are essential to influencing athlete's creativity.

### References

- Bryman, A., Bell, E., Reck, J., & Fields, J. (2021). *Social Research Methods* (1st ed.). Oxford University Press.
- Fardilha, F. de S., & Allen, J. B. (2019). Defining, assessing, and developing creativity in sport: a systematic narrative review. *International Review of Sport and Exercise Psychology*, 13(1), 104–127. <https://doi.org/10.1080/1750984X.2019.1616315>
- Furley, P., & Memmert, D. (2018). Can creative role models prime creativity in soccer players? *Psychology of Sport & Exercise*, 37(March), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2018.03.007>
- Heimann, A. L., Ingold, P. V., & Kleinmann, M. (2020). Tell us about your leadership style: A structured interview approach for assessing leadership behavior constructs. *Leadership Quarterly*, 31(4), 101364. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2019.101364>
- Manley, A., Greenlees, I. A., Smith, M. J., Batten, J., & Birch, P. D. J. (2014). The influence of coach reputation on the behavioral responses of male soccer players. *Scandinavian Journal of Medicine and Science in Sports*, 24(2), 111–120. <https://doi.org/10.1111/sms.12108>
- Perez, C. (2020). The narrative interviewer. *Integrating Postmodern Therapy and Qualitative Research*, 81–94. <https://doi.org/10.4324/9780429297410-5>

### 13. Innsbrucker Sportökonomie & - Management Symposium

- Yukl, G. (2012). Effective leadership behavior: What we know and what questions need more attention. *Academy of Management Perspectives*, 26(4), 66–85. <https://doi.org/10.5465/amp.2012.0088>
- Zahno, S., & van der Kamp, J. (2022). When insights based on ecological and cognitive theories to movement science converge—The case of creativity in sports. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.959599>

## **Richtiges zitieren der Beiträge aus diesem Abstractband**

Nachname, erster Buchstabe Vorname. (2024) Titel des Vortrages. In: Schnitzer, M., Schütte, N., & Praxmarer-Kohli, C. Book of Abstracts 13. Innsbrucker Sportökonomie & - Management Symposium, 07.03.2024, Innsbruck, Österreich.

Bspw.:

Schütte, N. (2024) Der Sport: Krisen über Krisen und doch resistent!? In: Schnitzer, M., Schütte, N., & Praxmarer-Kohli, C. Book of Abstracts 13. Innsbrucker Sportökonomie & - Management Symposium, 03.07.2024, Innsbruck, Österreich.

## **Impressum**

### **Herausgeber:**

Schnitzer, M.\* , Schütte, N.\*\* , Praxmarer-Kohli, C.\*

\*LEOPOLD-FRANZENS-UNIVERSITÄT INNSBRUCK | INSTITUT FÜR SPORTWISSENSCHAFT

Fürstenweg 185 | A-6020 Innsbruck

[www.uibk.ac.at/isw](http://www.uibk.ac.at/isw)

\*\* JOHANNES-GUTENBERG-UNIVERSITÄT MAINZ | INSTITUT FÜR SPORTWISSENSCHAFT

Saarstraße 21 | D-55122 Mainz

<http://sport.uni-mainz.de>

**Email:** [sportmanagement-symposium@uibk.ac.at](mailto:sportmanagement-symposium@uibk.ac.at)

**Erstellt von:** Mag. (FH) Cornelia Praxmarer-Kohli

**Wir bedanken uns bei allen Partnern,**

**Mitwirkenden und Zuhörern.**