

Beiträge in Zeitschriften (mit Peer-Review)

- Ströbel, T., Maier, C. & Woratschek, H. (2018). How to reduce turnover intention in team sports? Effect of organizational support on turnover intention of professional team sports athletes. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 8(2), 98-117. DOI: 10.1108/SBM-05-2017-0032.
- O'Reilly, N., Ströbel, T., Pfahl, M. & Kahler, J. (2018). An empirical exploration of sponsorship sales in North American professional sport: Is it time to rethink our approach? *Sport, Business and Management: An International Journal*, 8(1), 15-34. DOI: 10.1108/SBM-07-2016-0035.
- Woratschek, H., Durchholz, C., Maier, C. & Ströbel, T. (2017). Innovations in sport management: The role of motivations and value cocreation at public viewing events. *Event Management*, 21(1), 1-12. DOI: 10.3727/152599516X14786350337262.
- Maier, C., Woratschek, H., Ströbel, T. & Popp, B. (2016). Is it really all about money? A study on incentives in elite team sports. *European Sport Management Quarterly*, 16(5), 592-612. DOI: 10.1080/16184742.2016.1188841.

Beiträge in Zeitschriften

- Ströbel, T. (2017). Buchbesprechung zu „Gibt es noch Marken in der Zukunft? Hybrid Brands – Eine Zukunftsvision für starke Marken“. *transfer Werbeforschung & Praxis*, 63(4), 81.
- Ströbel, T., Stieler, M., Woratschek, H. & Germelmann C. C. (2017). Emotionsforschung – Stimmung, Gefühl und Affekt in der Betriebswirtschaftslehre. *SMAB Research Series 002*, 1-21.
- Woratschek, H. & Ströbel, T. (2009). Sport marketing around the world: Germany. *Sport Marketing Quarterly*, 18(2), 118-119.
- Woratschek, H., Kunz, R. & Ströbel, T. (2007). A brand alliance in the spotlight of sport and the New Media – Where's the beef? *Sport Marketing Europe*, 3, 26-31.

Monographie

- Ströbel, T. (2012). *Die Einflussfaktoren der Markenbewertung im Sport – Eine empirische Analyse der Zusammenhänge bei Klubmarken*. Wiesbaden: Gabler.

Herausgeberschaften

- Ströbel, T. & Germelmann, C. C. (Eds.) (2020, in preparation). Exploring new routes within brand research in sport management. *European Sport Management Quarterly*, 20(1), Special Issue.
- Ströbel, T., Breitbarth, T., Kempf, H., Germelmann, C. C. & Nagel, S. (Eds.) (2017). *The 25th EASM Conference, 5-8 September 2017, Bern and Magglingen, Switzerland. Challenges and Developments of Sport Organisations. Book of Abstracts*. Bern: University of Bern, Bern Open Publishing [e-print]. DOI: 10.7892/boris.105238.

Beiträge in Sammelbänden und Handbüchern

- Ströbel, T., Moesch, C. & Buser, S. (2018). Inszenierung von Erlebnissen im touristischen Wettbewerb – Eine Fallstudie am Beispiel des Eiger Ultra Trails. In G. Nowak (Hrsg.), *(Regional-)Entwicklung des Sports* (S. 193-206). Schorndorf: Hofmann.
- Buser, M., Ströbel, T. & Woratschek, H. (2018, in press). Sport Sponsorship Objectives. In M. Hehr & K. Cortsen (Eds.), *Sportsindustrien og dens omverden - ledelse og kommerialisering i sport [The sports industry and its surroundings - management and commercialization in sports]*. Copenhagen: Hans Reitzels Publishers.
- Schönberner, J., Ströbel, T. & Woratschek, H. (2018, in press). Sport Sponsoring as Platform for Engagement. In M. Hehr & K. Cortsen (Eds.), *Sportsindustrien og dens omverden - ledelse og kommerialisering i sport [The sports industry and its surroundings - management and commercialization in sports]*. Copenhagen: Hans Reitzels Publishers.
- Woratschek, H., Schafmeister, G. & Ströbel, T. (2018). Export of national sport leagues. In M. Dodds, K. Heisey & A. Ahonen (Eds.), *Handbook of International Sport Business*. (pp. 3-14). Abingdon/New York: Routledge.
- Woratschek, H., Horbel, C., Popp, B. & Ströbel, T. (2015). Service-Quality-Value-Framework: Eine Integration von zentralen Forschungsansätzen im Dienstleistungsmanagement. In S. Bartsch & C. Blümelhuber (Hrsg.), *Always Ahead im Marketing: Offensiv, digital, strategisch* (S. 99-116). Wiesbaden: Springer.
- Woratschek, H. & Ströbel, T. (2014). Eignung von Markenbewertungsansätzen im Sport. In H. Preuß, F. Huber, H. Schunk & T. Könecke (Hrsg.), *Marken und Sport – Aktuelle Aspekte der Markenführung im Sport und mit Sport* (S. 433-446). Wiesbaden: Springer Gabler.
- Woratschek, H., Ströbel, T. & Durchholz, C. (2014). Sportsponsoring und Co-Branding – Innovative Markenstrategien zur Bildung von Allianzen. In H. Preuß, F. Huber, H. Schunk & T. Könecke (Hrsg.), *Marken und Sport – Aktuelle Aspekte der Markenführung im Sport und mit Sport* (S. 107-123). Wiesbaden: Springer Gabler.
- Woratschek, H., Ströbel, T., Maier, C. & Durchholz, C. (2014). Wertschöpfungsorientiertes Qualitätsmanagement einer Sportliga. In M. Lames, O. Kolbinger, M. Siegle & D. Link (Hrsg.), *Fußball in Forschung und Lehre* (Schriften der Deutschen Vereinigung für Sportwissenschaft 240, S. 212-218). Hamburg: Feldhaus.
- Ströbel, T. & Woratschek, H. (2013). Brand equity models in the spotlight of sportbusiness. In H. Dolles & S. Södermann (Eds.), *Handbook of research on sport and business* (pp. 495-510). Cheltenham: Edward Elgar.
- Woratschek, H., Kunz, R. & Ströbel, T. (2008). Co-Branding zwischen Sport und Medien – Eine Analyse des Fallbeispiels Schalke 04 TV. In M. Bruhn & B. Stauss (Hrsg.), *Forum Dienstleistungsmanagement* (S. 140-161). Wiesbaden: Gabler.
- Woratschek, H., Kunz, R. & Ströbel, T. (2008). Sportmedien Marketing – Rahmenbedingungen und Geschäftsmodelle für Fernsehen und Internet TV. In A. Gröppel-Klein & C. C. Germelmann (Hrsg.), *Medien im Marketing – Optionen der Unternehmenskommunikation* (S. 529-547). Wiesbaden: Gabler.
- Woratschek, H., Schafmeister, G. & Ströbel, T. (2007). Sind neue Perspektiven zur Modellierung der Wertschöpfung in Sportorganisationen notwendig? In M.-L. Klein & M. Kurscheidt (Hrsg.), *Neue Perspektiven ökonomischer Sportforschung* (S. 99-116). Schorndorf: Hofmann.

Woratschek, H., Schafmeister, G. & Ströbel, T. (2006). A new paradigm for sport management in the German football market. In M. Desbordes (Ed.), *Marketing and football: An international perspective* (pp. 163-185). Amsterdam: Elsevier.

Abstracts/Konferenzbeiträge (mit Peer-Review)

- Lang, G., Ströbel, T. & Nagel, S. (2018). Vom Sportverein zur Aktiengesellschaft: Ist die Rechtsform massgeblich für professionalisiertes Management? [Abstract]. 10. *Jahrestagung der sportwissenschaftlichen Gesellschaft der Schweiz (SGS). Book of Abstracts* (S. 61-62). Magglingen: Eidgenössische Hochschule für Sport Magglingen.
- Ströbel, T., Woratschek, H. & Winterstein, T. (2017). Have you thought about the club's image? The role of sport club image for sponsoring goals [Abstract]. In T. Ströbel, T. Breitbarth, H. Kempf, C. C. Germelmann & S. Nagel (Eds.), *The 25th EASM Conference, 5-8 September 2017, Bern and Magglingen, Switzerland. Challenges and developments of sport organisations. Book of Abstracts* (pp. 479-408). Bern: University of Bern, Bern Open Publishing [e-print]. DOI: 10.7892/boris.105238
- Lang, G., Ströbel, T., & Nagel, S. (2017). From sport club to stock company: Does legal form matter for professionalised management in sport? [Abstract]. In T. Ströbel, T. Breitbarth, H. Kempf, C. C. Germelmann & S. Nagel (Eds.), *The 25th EASM Conference, 5-8 September 2017, Bern and Magglingen, Switzerland. Challenges and developments of sport organisations. Book of Abstracts* (pp. 410-411). Bern: University of Bern, Bern Open Publishing [e-print]. DOI: 10.7892/boris.105238
- Kaiser, M., Ströbel, T. & Woratschek, H. (2017). How to avoid fan protests against ticket prices – An empirical analysis in German basketball. [Abstract]. In I. Valantine, B. Pitts & J. J. Zhang (Eds.), *2nd World Association for Sport Management World Conference. Book of Abstracts*. (p. 87). Kaunas: Lithuanian Sport University.
- Ströbel, T., Moesch, C. & Buser, S. (2017). Inszenierung von Erlebnissen im touristischen Wettbewerb – Eine Fallstudie am Beispiel des Eiger Ultra Trails. [Abstract]. In 21. *Jahrestagung des Arbeitskreises Sportökonomie. Die Bedeutung der Sportökonomie für die (Regional-)Entwicklung des Sports. Book of Abstracts* (S. 50-51). Düsseldorf: IST-Hochschule für Management.
- Kaiser, M., Ströbel, T. & Woratschek, H. (2016, September). *Preference analysis and willingness-to-pay for sport tickets – A choice-based conjoint analysis in German basketball*. Vortrag auf der 24th Conference of the European Association for Sport Management (EASM) in Warschau, Polen.
- Ströbel, T., Woratschek, H. & Maier, C. (2016, September). *The development of a value-based performance measurement system for sport leagues – The case of a German junior sport league*. Vortrag auf der 24th Conference of the European Association for Sport Management (EASM) in Warschau, Polen. Zugriff unter <http://www.easm.net/download/2016/The-development-of-a-value-based-performance-measurement-system-for-sport-leagues-%25E2%2580%2593-the-case-of-a-German-Junior-Sport-League.pdf>
- Maier, C., Woratschek, H. & Ströbel, T. (2015, September). *Antecedents of performance: The role of incentives and job satisfaction in professional team sports*. Vortrag auf der 23rd Conference of the European Association for Sport Management (EASM) in Dublin, Irland. Zugriff unter <http://www.easm.net/download/2015/easm2EASM-2015-70-575.pdf>

- O'Reilly, N., Ströbel, T., Woratschek, H. & Nadeau, J. (2015, September). *Investigating the importance of place image dimensions on travel intentions in the context of the Olympic Games*. Vortrag auf der 23rd Conference of the European Association for Sport Management (EASM) in Dublin, Irland. Zugriff unter <http://www.easm.net/download/2015/easm2EASM-2015-214-731.pdf>
- Ströbel, T., Pfahl, M., O'Reilly, N., Ridpath, D. & Woratschek, H. (2015, September). *International co-branding as strategic advantage of sport business programs: A case study of Ohio University and University of Bayreuth*. Vortrag auf der 5th Conference of the Alliance for Sport Business (ASB) in Athens, USA.
- Ströbel, T., Woratschek, H., O'Reilly, N. & Durchholz, C. (2015, September). *Fan identification and fan loyalty: The role of merchandising consumption behaviour – A comparative analysis of basketball fans in the United States of America and Germany*. Vortrag auf der 23rd Conference of the European Association for Sport Management (EASM) in Dublin, Irland. Zugriff unter <http://www.easm.net/download/2015/easm2EASM-2015-201-R1-726.pdf>
- Maier, C., Woratschek, H. & Ströbel, T. (2014, September). *Monetary incentives: Explaining the motivational effects of individual bonuses and team bonuses on professional team sport athletes*. Vortrag auf der 22nd Conference of the European Association for Sport Management (EASM) in Coventry, UK.
- Woratschek, H., Ströbel, T. & Maier, C. (2014). Qualitätsmanagement einer Sportliga – Messung der Qualität am Beispiel der B-Juniorinnen-Bundesliga. [Abstract]. In C.C. Germelmann & H. Woratschek (Hrsg.), *18. Jahrestagung des Arbeitskreises Sportökonomie. Homo Oeconomicus und Homo Emotionalis. Der seltsame Fall des Dr. Jeckyll und Mr. Hyde im Sportmanagement. Book of Abstracts* (S. 43-44). Bayreuth: Universität Bayreuth, Arbeitsbereich Marketing und Services.
- Woratschek, H., Ströbel, T. & Maier, C. (2014, September). *Value-based quality controlling of a sport league*. Vortrag auf der 22nd Conference of the European Association for Sport Management (EASM) in Coventry, UK. Zugriff unter <http://www.easm.net/download/2014/298-Accept-oral-presentation-Str%C3%B7bel-VALUE-BASED-QUALITY-CONTROLLING-OF-A-SPORT-LEAGUE.pdf>
- Ströbel, T. & Woratschek, H. (2013, Mai). *Bewertung von Sportmarken – Eine empirische Analyse des Zusammenhangs von Markenstärke und Markenwert*. Vortrag auf der 17. Jahrestagung des Arbeitskreises Sportökonomie in München, Deutschland.
- Woratschek, H., Ströbel, T. & Durchholz, C. (2013, September). *Merchandising: Boost for fan identification and fan loyalty? – An empirical analysis of professional basketball clubs in Germany*. Vortrag auf der 21st Conference of the European Association for Sport Management (EASM) in Istanbul, Türkei. Zugriff unter <http://www.easm.net/download/2013/MERCHANDISING.pdf>
- Ströbel, T., Woratschek, H., Germelmann, C. C. & Geserer, J. (2012). Academic sport management programmes as brands?! – An empirical analysis of the “Sport, Business & Law” programme at the University of Bayreuth. [Abstract]. In S. Bang & M. Kätow (Eds.), *The 20th EASM Conference. Sport Between business and civil society. Abstract book*. Aalborg: University College of Northern Denmark.
- Ströbel, T. & Woratschek, H. (2011, September). *Evaluation of sport brands – An empirical analysis of the interplay between brand strength and brand equity*. Vortrag auf der 19th Conference of the European Association for Sport Management (EASM) in Madrid, Spanien. Zugriff unter <http://www.easm.net/download/2011/bde2c37ab841893d649f0be94cbc5ecd.pdf>

- Preuß, H. & Ströbel, T. (2010, September). *Innovative place branding during Olympic Games – Case studies from Turin 2006, Beijing 2008 and Vancouver 2010*. Vortrag auf der 18th Conference of the European Association for Sport Management (EASM) in Prag, Tschechien. Zugriff unter <http://www.easm.net/download/2010/341d899172da35b0066f90db1a167abc.pdf>
- Woratschek, H., Ströbel, T. & Durchholz, C. (2010, Juni). *Co-branding – Ein neuer Weg zur Erfüllung zusätzlicher Motivationen von Sportkonsumenten*. Vortrag auf der 14. Jahrestagung des Arbeitskreises Sportökonomie in Saarbrücken, Deutschland.
- Ströbel, T. & Woratschek, H. (2009, September). *Sport brand equity – Witchcraft or sound practices?* Vortrag auf der 17th Conference of the European Association for Sport Management (EASM) in Amsterdam, Niederlande. Zugriff unter <http://www.easm.net/download/2009/f9d331e39a865e1bb3cb1f1a55e9eb08.pdf>
- Woratschek, H., Durchholz, C., Ströbel, T. & Schafmeister, G. (2008, September). *Current situation of the academic German sport management education and the future concept of Bayreuth's master of science in sport, business & law*. Vortrag auf der 16th Conference of the European Association for Sport Management (EASM) in Bayreuth and Heidelberg, Deutschland.
- Woratschek, H. & Ströbel, T. (2008, November). *Brand equity models in sports – Raising the bar for an adequate methodological approach*. Vortrag auf der 14th Conference of the Sport Management Association of Australia and New Zealand (SMAANZ) in Perth, Australien.
- Woratschek, H., Ströbel, T. & Kunz, R. (2008, May). *Co-branding in the spotlight of sport and media*. Vortrag auf der Konferenz Challenges Facing Football in the 21st Century in Bern, Schweiz.
- Woratschek, H., Ströbel, T. & Kunz, R. (2008). Co-branding in the spotlight of sport and media – A case study analysis of Schalke 04 TV. [Abstract]. In H. Preuß & K. Gemeinder (Eds.), *16th EASM European Sport Management Conference. Management at the Heart of Sport* (pp. 285-286). Nußloch: GSM. ISBN: 978-3-936849-08-0.
- Woratschek, H. & Ströbel, T. (2007, September). *An analysis of brand creation of sport organisations*. Vortrag auf dem 15th Congress of the European Association for Sport Management (EASM) in Turin, Italien. Zugriff unter <http://www.easm.net/download/2007/0c4473b73d644154659ff2646ace86aa.pdf>
- Woratschek, H. & Ströbel, T. (2007, November). *Brand creation of professional sport organisations. The truth about the implementation of brand strategies from a managerial perspective*. Vortrag auf der 13th Conference of the Sport Management Association of Australia and New Zealand (SMAANZ) in Auckland, Neuseeland.
- Schafmeister, G., Woratschek, H. & Ströbel, T. (2006, Mai). *Are new perspectives for modeling value creation processes in sport organisations necessary?* Vortrag auf der Annual Conference of International Association of Sport Economics (IASE) and AK Sportökonomie in Bochum, Deutschland.

Vorträge

- Ströbel, T. (2017, Juni). *Dienstleistungsqualität und Gewinn: Service Quality-Value Framework*. Vortrag an der sanu future learning – Betriebsleiter Sportanlagen, Tissot Arena in Biel, Schweiz.
- Ströbel, T. & Woratschek, H. (2016, Oktober). *Development of a Value-Based Performance Measurement System for Football Leagues and Clubs*. Vortrag in den UEFA Headquarters in Nyon, Schweiz.
- Woratschek, H., Ströbel, T. & Maier, C. (2016, Juli). *Qualitätsmanagement einer Sportliga – Messung der Qualität am Beispiel der B-Juniorinnen-Bundesliga*. Vortrag in der DFB-Zentrale in Frankfurt, Deutschland.
- Woratschek, H. & Ströbel, T. (2014, März). *Are Public Viewing Events Value Networks?* Vortrag an der Ohio University, Center for Sports Administration in Athens, USA.
- Woratschek, H., Ströbel, T. & Durchholz, C. (2014, Januar). *Merchandising im Sport*. Vortrag an der AG-Sitzung der Beko Basketball Bundesliga in Bonn, Deutschland.
- Woratschek, H., Ströbel, T. & Maier, C. (2013, November). *Qualitätsmanagement einer Sportliga*. Vortrag auf der 24. Jahrestagung der dvs-Kommission Fußball in Weiler, Deutschland.
- Ströbel, T. (2012, November). *Sport Brand Equity – Current Status Quo and Future Relevance*. Vortrag an der Sport Business School Finland in Vierumäki, Finnland.
- Ströbel, T. (2010, Juni). *Markenmanagement im Sport – Zusammenhang zwischen Markenwert und Markenstärke*. Vortrag an der Universität Mainz in Mainz, Deutschland.
- Ströbel, T. (2010, Mai). *Measuring Brand Equity and Brand Strength – An Innovative Approach in Sport Management*. Vortrag am 3. Nachwuchsworkshop des Arbeitskreises Sportökonomie in Saarbrücken, Deutschland.
- Woratschek, H. & Ströbel, T. (2010, November). *Markenbewertung im Sport*. Vortrag auf dem 7. Deutschen Sportökonomie-Kongress in Köln, Deutschland.

Interviews und Kommentare

- Bitoun, B. (2018, 30. April). Wie Bern vom YB-Erfolg profitiert. *Berner Zeitung*. Zugriff unter <https://www.bernerzeitung.ch/region/bern/wie-bern-vom-yberfolg-profitiert/story/17263969>
- Bitoun, B. (2018, 30. April). Die Pflege der Marke ist wichtiger als ein Titel. *Berner Zeitung*. Zugriff unter <https://www.bernerzeitung.ch/region/bern/die-pflege-der-marke-ist-wichtiger-als-ein-titel/story/22829375>
- Rehmann, R. (2016, Mai/Juni). Leuchten ohne Strahlkraft – Bis zum nächsten Urknall beim FC Luzern. *ZWÖLF – Fussball-Geschichten aus der Schweiz*, 54, 14-21.
- Schweizerische Depeschagentur – sda (2016, 6. Mai). Sportfinanzierung – Spitzensport in der Schweiz bleibt eine finanzielle Gratwanderung. *Neue Zürcher Zeitung*. Zugriff unter <https://www.nzz.ch/wirtschaft/unternehmen/spitzensport-in-der-schweiz-eine-finanzielle-gratwanderung-ld.18293>
- Intelmann, P. (2015, 27. August). Pokern im Millionen-Spiel. *Lübecker Nachrichten*. Zugriff unter <http://www.ln-online.de/Nachrichten/Seite-Drei/Pokern-im-Millionen-Spiel>

- Le Miere, J. (2014, 24. Oktober). Real Madrid vs. Barcelona 2014: Rivalry Preview, Kickoff Time, TV Channel – Duopoly Good For La Liga? *International Business Times*. Zugriff unter <http://www.ibtimes.com/real-madrid-vs-barcelona-2014-rivalry-preview-kickoff-time-tv-channel-duopoly-good-la-liga-1712663>
- o.V. (2013, 10. April). Sponsoring - Fluch und Segen auf allen Wegen. *Frankenpost*. Zugriff unter <https://www.frankenpost.de/region/oberfranken/laenderspiegel/Sponsoring-Fluch-und-Segen-auf-allen-Wegen;art2388,2486378>
- Intelmann, P. (2013, 2. September). Der 100-Millionen-Mann – Geld soll Tore schießen: Für eine Rekordsumme wechselt der britische Fußballer Gareth Bale zu Real Madrid. *Lübecker Nachrichten*. Zugriff unter <http://www.ln-online.de/Nachrichten/Seite-Drei/Der-100-Millionen-Mann>
- Schwickerath, B. (2013, 6. April). Man muss die Fans einbinden. *Westdeutsche Zeitung*. Zugriff unter <http://www.wz.de/lokales/duesseldorf/namensrechte-fuer-stadien-man-muss-die-fans-einbinden-1.1284775>
- Spannagel, L. (2012, 19. Dezember). Stell' Dir vor, es ist Weltmeisterschaft und keiner will hin. *Der Tagesspiegel*. Zugriff unter <http://www.tagesspiegel.de/sport/kleine-grossereignisse-stell-dir-vor-es-ist-weltmeisterschaft-und-keiner-will-hin/6651456.html>
- o.V. (2010, 5./6. Juni). Werbestrategen schießen aus dem Hinterhalt – Firmen setzen beim Marketing auf die Fußball-WM. *Nordbayerischer Kurier*.