



CONTEXT

DE SPORTWERELD HEEFT EEN COMPLEXE RELATIE MET ETHIEK EN WAARDEN

Elite sport inspireert mensen

De beoefening en organisatie van sport kan heel wat voordelen opleveren, zoals gezondheid, sociale cohesie en sociaal kapitaal



Sport lijdt onder een morele crisis, bv. Matchfixing, corruptie, doping,...

Sport gaat over het verleggen van grenzen

Deze paradox moet in de juiste richting gestuurd worden

Er is een hoge nood aan onderzoek naar hoe sport **GOED KAN ZIJN** en **GOED KAN DOEN**

ACHTERGROND

GOED ZIJN: SPORTETHIEK



De oorsprong van onethisch gedrag wordt uitgelegd in het **MODEL VAN REST**



1. MORELE GEVOELIGHEID

Beseffen dat er zich een ethische kwestie voordoet



2. MORELE BEOORDELING

Beslissen dat een bepaald gedrag onethisch is



3. MORELE MOTIVATIE

Het ethisch belang prioriteit geven, boven andere belangen, zoals financieel gewin



4. MOREEL KARAKTER

De wilskracht om het gewenste gedrag in de praktijk uit te voeren

GOED DOEN: MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ONDERNEMEN



MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ONDERNEMEN staat steeds hoger op de agenda van sportorganisaties

Het aannemen van maatschappelijk verantwoord ondernemen situeert zich op een continuüm

AFWIJZING

REACTIEF

PRO-ACTIEF

INTEGRATIEF

DRUK VAN DE
STAKEHOLDERS

WIN
-
WIN

OPPORTUNITeiten
VOOR
ORGANISATIES

ETHIEK

Bepalen van de verschillende stappen in het **MODEL VAN REST** in sportorganisaties, via de meting van het Ethisch Klimaat



Evaluatie van **DE EFFECTIVITEIT VAN ETHISCHE CODES** in sportorganisaties



Evaluatie van **ETHISCH LEIDERSCHAP** in sportorganisaties



Studie van morele gevoeligheid en morele beoordeling in **FAIR PLAY AANGELEGENHEDEN**



Studie van besluitvorming over **MATCHFIXING** bij atleten

MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ONDERNEMEN

Onderzoeken van de **ONTWIKKELING VAN MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ONDERNEMEN** in sportorganisaties via een stappenplan



Evalueren van de **INTEGRATIE VAN MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ONDERNEMEN** op alle niveau's van de organisatie



Analyseren van de **IMPLEMENTATIE en MARKETING** van de MVO-strategie



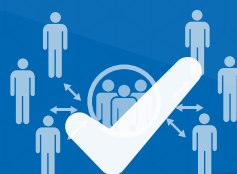
Bestuderen van **SAMENWERKINGSVERBANDEN** op vlak van maatschappelijk verantwoord ondernemen tussen sportorganisaties en hun partners

RESULTATEN EN PRAKTISCHE TOEPASSINGEN

SPORTORGANISATIES HELPEN OM ETHISCHER TE WORDEN EN ZICH MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD TE GEDRAGEN

Richtlijnen voor sportorganisaties voor het invoeren van ethisch management

Sportorganisaties beschermen tegen ethische uitdagingen zoals matchfixing en fair play



Richtlijnen voor de implementatie van MV management

Win-win creëren voor sportorganisaties en samenleving

Determinanten van effectieve MVO samenwerkingen bepalen

PUBLICATIES

Thema 1: Ethiek

De Waegeneer, E., Vande Sompele, J., Willem, A. (2015a). Ethical Codes in Sports Organizations: Classification Framework, Content Analysis and the Influence of Content on Code Effectiveness. *Journal of Business Ethics*, 136 (3), 587-598.

De Waegeneer, E., Willem, A. (2015b). Moral judgments on Fair Play by Badminton Players – a Factorial Survey Study. *Ethics & Behavior*, 26 (4), 312-329.

Constandt, B., Willem, A. (2017). Football players' affective organizational commitment. A multilevel analysis of the influence of coach ethical leadership and ethical climate.

Thema 2: Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen

Schyvinck, C., Willem, A. (2017). Role and Relevance of Cause-related Marketing for Professional Sport Organizations

Zeimers, G., Zintz, T., Willem, A. (2017). Corporate social responsibility in sport organizations: CSR development stage model through the lens of knowledge.



SENIOR ONDERZOEKERS

Prof. Dr. Annick Willem
Dr. Els De Waegeneer

CONTACT

Cleo Schyvinck
09/264 64 75 - Cleo.Schyvinck@ugent.be



ADRES

Onderzoeksgroep Sportmanagement
Vakgroep Bewegings- en sportwetenschappen
Watersportlaan 2, 9000 Gent



Twitter: Sportmana_UGENT



<http://www.olympischeleerstoelugent.be/>



UNIVERSITEIT
GENT