**Publikationsliste aus ZUdoc für 1969 - 2022**

**Allgemeine Informationen**

[**Christian Opitz**](https://zu.ub.uni-freiburg.de/pers/11216)

**Wissenschaftliche Publikationen**

**Wissenschaftliche Artikel mit peer-review**

* Opitz, Christian; Hofmann, Kay Hendrik: Talent and publicity as determinants of superstar incomes: empirical evidence from the motion picture industry. In: Applied Economics 2019(51, 13): 1383 - 1395 [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/9571)
* Opitz, Christian; Hofmann, Kay Hendrik: The More You Know … The More You Enjoy? Applying ‘Consumption Capital Theory’ To Motion Picture Franchises. In: Journal of Media Economics 2016(29, 4): 181 - 195 <https://doi.org/10.1080/08997764.2016.1244676> [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/5993)
* Opitz, Christian; Hofmann, Kay Hendrik: Adverse Selection and Moral Hazard in Equity Partnerships: Evidence from Hollywood's Slate Financing Agreements: Hollywood's Slate Financing Agreements. In: Journal of Economics & Management Strategy 2014(23, 4): 811 - 838 <https://doi.org/10.1111/jems.12069> [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/3467)
* Rampl, Linn Viktoria; Opitz, Christian; Welpe, Isabell M. et al.: The role of emotions in decision-making on employer brands: insights from functional magnetic resonance imaging (fMRI). In: Marketing Letters 2016(27, 3): 361 - 374 <https://doi.org/10.1007/s11002-014-9335-9> [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/6230)
* Opitz, Christian: Der Doktortitel als ‚Karrieresprungbrett’ für High Potentials? Status Quo und zukünftige Entwicklung. In: Zeitschrift Führung + Organisation 2008(77, 2): 68 - 73 [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/867)
* Opitz, Christian; Hofmann, Kay Hendrik: Integrierte Geschäftsmodelle zur Bewirtschaftung personengebundener Aufmerksamkeit – Das Beispiel der Daily Soap. In: MedienWirtschaft – Zeitschrift für Medienmanagement und Kommunikationsökonomie 2008(5, 4): 16 - 25 [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/866)
* Franck, Egon; Opitz, Christian: The Singularity of the German Doctorate as a Signal for Managerial Talent: Causes, Consequences and Future Developments. In: Management Revue 2007(18, 2): 220 - 241 <https://doi.org/10.5771/0935-9915-2007-2-220> [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/744)
* Franck, Egon; Opitz, Christian: Incentive Structures for Professors in Germany and the United States: Implications for Cross‐National Borrowing in Higher Education Reform. In: Comparative Education Review 2006(50, 4): 651 - 671 <https://doi.org/10.1086/507059> [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/1)
* Opitz, Christian: Zum aktuellen Stellenwert des Doktortitels unter den Vorständen deutscher Großunternehmen. In: Die Unternehmung 2005(59, 3): 281 - 294 [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/491)
* Opitz, Christian; Dietl, Helmut; Franck, Egon: Piraterie auf dem Tonträgermarkt und die Evolution von Geschäftsmodellen in der Musikproduktion. In: Medien Wirtschaft - Zeitschrift für Medienmanagement und Kommunikationsökonomie 2005(2, 2): 53 - 62 [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/2)
* Franck, Egon; Opitz, Christian: Zur Filterleistung von Hochschulsystemen–Bildungswege von Topmanagern in den USA, Frankreich und Deutschland. In: Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung 2004(56, 2): 75 - 87 <https://doi.org/10.1007/bf03372730> [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/4048)
* Franck, Egon; Opitz, Christian; Pudack, Torsten: Zum Kalkül der Personalauswahl in Topmanagement-Beratungen: Werden die besten Berater Partner?. In: Die Unternehmung 2002(1): 35 - 45 [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/1255)
* Franck, Egon; Opitz, Christian: Zur Funktion von Studiengebühren angesichts von Informationsasymmetrien auf Humankapitalmärkten. In: Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung 2001(53, 3): 91 - 106 <https://doi.org/10.1007/bf03372643> [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/1257)
* Franck, Egon; Opitz, Christian: Internet-Start-ups - Ein neuer Wettbewerber unter den "Filteranlagen" für Humankapital. In: Zeitschrift für Betriebswirtschaft 2001(71, 4): 453 - 469 [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/1256)
* Franck, Egon; Opitz, Christian: Selektion und Veredelung von Humankapital: Implikationen fu r eine leistungsorientierte Vergu tung von Hochschullehrern. In: Zeitschrift für Personalforschung 2000(14, 3): 270 - 290 <https://doi.org/10.1177/239700220001400303> [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/1259)
* Franck, Egon; Opitz, Christian: Anreizsysteme für Professoren in den USA und Deutschland - Konsequenzen für Reputationsbewirtschaftung, Talentallokation und die Aussagekraft akademischer Signale. In: Zeitschrift Führung + Organisation 2000(69, 4): 234 - 240 [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/1260)
* Franck, Egon; Opitz, Christian: Improving German higher education — the misunderstanding of competition, quality, and the transition process. In: Economic Systems 2000(24, 4): 406 - 410 <https://doi.org/10.1007/s001830100071> [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/1258)
* Franck, Egon; Opitz, Christian: Hochschulen als "Sortiereinrichtungen" in Humankapitalmärkten. In: Zeitschrift für Betriebswirtschaft 1999(69, 11): 1313 - 1330 [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/1261)
* Franck, Egon; Bagschik, Thorsten; Opitz, Christian: Der Flottenmanager als Intermediär zwischen Hersteller und Nutzer - Eine theoretische Untersuchung. In: Die Betriebswirtschaft 1997(57, 2): 203 - 217 [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/1262)

**Monographie**

* Opitz, Christian: Hochschulen als Filter für Humankapital. Gabler, Wiesbaden, 2005. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-81952-9> [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/492)
* Opitz, Christian: Organisation der geteilten Nutzung. Gabler, Wiesbaden, 2000. <https://doi.org/10.1007/978-3-663-08821-9> [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/1253)
* Franck, Egon; Bagschik, Thorsten; Pudack, Torsten et al.: Strategien der Kreislaufwirtschaft und mikroökonomisches Kalkül. Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 1999. [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/1254)

**Herausgeberschriften**

* Eisenkopf, Alexander; Opitz, Christian; Proff, Heike: Strategisches Kompetenzmanagement in der Betriebswirtschaftslehre. Eine Standortbestimmung. In: 2008 [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/1233)

**Lexikonartikel**

* Franck, Egon; Opitz, Christian: Ökonomische Organisationstheorien. In: Köhler, R./ Küpper, H.-U./ Pfingsten, A. (Hrsg): Handwörterbuch der Betriebswirtschaftslehre. Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 2007:1307 - 1316. [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/493)
* Franck, Egon; Opitz, Christian: Hochschulorganisation. In: Schreyögg, G.; Werder, A.v. (Hrsg): Handwörterbuch Unternehmensführung und Organisation. Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 2004:413 - 421. [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/1263)

**Konferenzvorträge und -veröffentlichungen mit peer-review**

* Opitz, Christian; Hofmann, Kay Hendrik: The Critical Trade-Off Between Continuity and Change in Sequential Media Content: Evidence from Motion Picture Franchises. [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/2551)
* Opitz, Christian; Hofmann, Kay Hendrik: Adverse Selection and Moral Hazard in Equity Partnerships - Evidence from Hollywood’s Slate Financing Agreements. [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/2552)
* Rampl, Linn Viktoria; Hilgenstock, Raphael; Opitz, Christian et al.: Testing the Somatic Marker Hypothesis for employer brands: a theoretically guided fMRI study. [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/2605)
* Rampl, Linn Viktoria; Opitz, Christian; Welpe, Isabell M. et al.: Emotionally attached: Neural correlates of first choice employer brands - an fMRI study. [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/2428)
* Rampl, Linn Viktoria; Opitz, Christian; Welpe, Isabell M. et al.: Neural correlates of employer brand preferences: similarities and differences to consumer brands. [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/2426)
* Rampl, Linn Viktoria; Opitz, Christian; Welpe, Isabell M. et al.: Emotional experiences as drivers of successful employer branding? - Testing the Somatic Marker Hypothesis with fMRI. [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/2427)
* Rampl, Linn Viktoria; Opitz, Christian; Welpe, Isabell M. et al.: Applying versus buying: Neural correlates of first choice employer brands and similarities and differences to first choice consumer brands. [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/2507)
* Rampl, Linn Viktoria; Welpe, Isabell M.; Opitz, Christian: Neurale Korrelate attraktiver Arbeitgebermarken und Organisationen - eine fMRI-Studie am Beispiel von Strategieberatungsunternehmen. [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/2506)
* Hofmann, Kay Hendrik; Opitz, Christian: Adverse Selection and Moral Hazard in Outside Equity Project Financing – Evidence from the U.S. Motion Picture. [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/2143)
* Hofmann, Kay Hendrik; Opitz, Christian: Collaboration in the Spotlight – An Empirical Analysis of the Organization of Hollywood Film Productions. [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/1656)
* Hofmann, Kay Hendrik; Opitz, Christian: Business beyond ‘The Apprentice‘ – The Integrated Commercialization of Media-Created Personalities in Modern TV-Formats. [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/1267)

**Konferenzvorträge und -veröffentlichungen**

* Opitz, Christian; Kormann, Hermut (2015): Workshop über Personalmanagement. ( AVIC (Aviation Company China)) [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/5579)

**Andere Publikationstypen**

* Opitz, Christian: Der Mythos von der Internationalisierung des Managermarktes. In: Neue Züricher Zeitung 2007(119) [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/6231)
* Opitz, Christian: Begriffe, die man kennen muss: Vertrauensarbeit. In: WISU 2006(35): 63 [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/494)
* Opitz, Christian: Enable: Die Welle Reiten. In: Financial Times Deutschland, 13.01.2006 2006: 18 - 19 [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/495)
* Opitz, Christian: Flexibel arbeiten mit Vertrauensarbeit. Über die Chancen und Risiken des Arbeitens ohne Zeitkontrolle. In: Deutsches Baublatt 2005(32, 315): 4 - 6 [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/496)
* Franck, Egon; Opitz, Christian: Julia Roberts, Tom Hanks & Co. - Wie Filmstars zu einer effizienten Zuordnung von Filmen auf Filmkonsumenten beitragen. In: Wirtschaftswissenschaftliches Studium 2003(4): 203 - 208 [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/1264)
* Franck, Egon; Bagschik, Thorsten; Opitz, Christian: Aus alt mach neu: Remanufacturing gebrauchter Maschinen als Unternehmensstrategie. In: Maschinenmarkt 1998(104, 12): 56 - 57 [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/1265)

**Gesetzeskommentare**

* Hofmann, Kay Hendrik; Opitz, Christian: Reality-TV als „Talentschmiede“ für die Kreativindustrie? Identifikation und Entwicklung von Medienpersönlichkeiten im Rahmen moderner TV-Serien. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-91680-4_9> [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/1691)
* Franck, Egon; Opitz, Christian: Karrieresprungbrett Unternehmensberatung - Warum könnte es funktionieren?. [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/1222)
* Franck, Egon; Bagschik, Thorsten; Opitz, Christian: Einzelwirtschaftliche Bewertung von Strategien der Nutzungsintensivierung und Lebensdauerverlängerung von Produkten - Eine Forschungsagenda. [∞](https://zu.ub.uni-freiburg.de/data/1266)