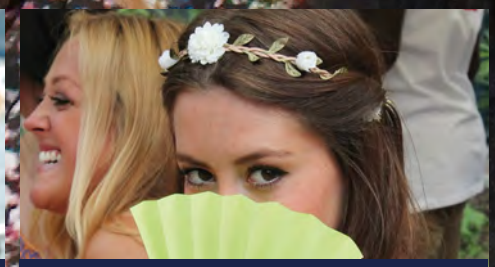
europa campus

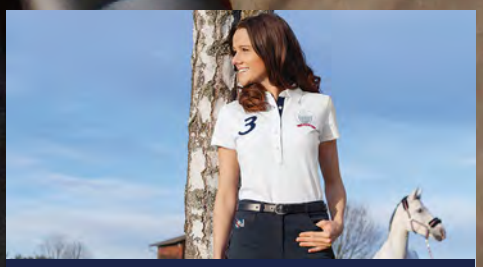
Ein Medienprojekt der Studenten des
EC Europa Campus **Ausgabe XVIII/2015**

campus LIVE

NEUE STUDIENRICHTUNG
FUSSBALL- UND SPORTBUSINESS



SOMMER-EVENTS
BEI EC EUROPA CAMPUS



EC-STUDENTIN PRÄSENTIERT
REITMODE

Was machen eigentlich . . .

Robin Wigger mit dem NBA-Pokal im Newsstudio von Sport 1. Foto: Wigger.

Robin Wigger?

Robin Wigger, der bei EC Europa Campus Sportjournalismus und Sportmanagement studiert hat, arbeitet bei Sport 1. Der gebürtige Heidelberger ist freier Mitarbeiter der Online-Redaktion in München. „Meine Aufgaben sind sowohl redaktionelle als auch Einsätze vor Ort und Interviews. Ich bin in allen Bereichen tätig, wie News, Fußball, Basketball und andere Sportarten, schreibe zum Beispiel Liveticker und Spielberichte“, sagt Wigger. Da der 23-Jährige sich seit seiner Kindheit für Sport interessiert, hat er sich dazu entschlossen, Angewandte Medien zu studieren. „Ich würde gerne einmal für die ganz großen Spiele und Turniere, wie die Olympischen Spiele oder Welt- und Europameisterschaften, zuständig sein.“ Die größten Ereignisse, bei denen der ehemalige EC-Student bisher im Einsatz war, sind ein Basketballspiel des FC Bayern München und das Bundesligaspiel FC Bayern München gegen Borussia Mönchengladbach. „Besonders gut bei EC Europa Campus sind mir die kompetenten Dozenten in Erinnerung geblieben, die alle aus der Praxis kommen. Diese haben uns wertvolle Erfahrungen und Fachwissen weitergegeben“, so Wigger. Praxiserfahrung sei das Wichtigste, um sich bestmöglich auf den späteren Beruf vorzubereiten, betont Wigger. Er rät Studenten, sich frühzeitig um Praktika zu kümmern und Erfahrungen zu sammeln.

Adrian Schager

Fabian Hauck?

Fabian Hauck, Assistent der Geschäftsführung und Heimspielorganisator (l.) und Teammanager Oliver Roggisch (r.) zeigen EC-Student Sebastian Majer das Organisationsbüro der Rhein-Neckar Löwen.

„Bei EC Europa Campus werden die Studenten kompetent auf das Berufsleben vorbereitet und stehen in einem guten Verhältnis zu ihren Dozenten“, sagt Fabian Hauck. Der ehemalige EC-Student hat Medien-, Sport- und Eventmanagement studiert und ihm wurde schnell bewusst, wo sein Berufsweg hinführen wird. „Durch die verschiedenen Module in den drei Bereichen wurde mir immer mehr klar, dass mein Weg in den Sport gehen sollte“. Nachdem er sein Praktikum bei dem Handball-Erstligisten Rhein-Neckar Löwen absolviert hatte, half Hauck weiterhin bei Heimspielen aus und wurde direkt nach seinem Bachelor-Abschluss übernommen. „Ich habe meinen Traumjob gefunden. Da ich schon seit 20 Jahren Handball spiele, bin ich froh, diesen Job bekommen zu haben“, sagt er. Haucks Aufgabe besteht darin, als Assistent des Geschäftsführers Lars Lamadé, Termine zu vereinbaren und Präsentationen für interne Konferenzen oder Aufsichtsratssitzungen vorzubereiten. Außerdem ist er für die gesamte Set-Up-Organisation in der SAP Arena zuständig und Ansprechpartner für die Organisation von Logistik und Aufbau. „Was den Aufbau in der SAP Arena angeht, arbeiten wir im Team zusammen. Ich trage die Verantwortung, dass alles zur richtigen Zeit an der richtigen Stelle steht.“

Sebastian Majer

campus LIVE INHALT

Das erwartet Sie in der aktuellen Ausgabe von campusLIVE

campusLIVE

Sommer-Events des EC Europa Campus 4

EC-Student Florian Schönwald arbeitet bei Radio FFH 7

Bernhard Schmidt studierte in Mittweida 18

mediaLIVE

Magazin Citysential – Wer in ist, ist drin 20

Vandengaart Filmproduktion: Message auf den Punkt bringen 21

promisLIVE

Schwimmprofi Michael Groß: Siegen kann jeder 22

Campo Bahia: Ein Camp voller Zauber 23

eventsLIVE

Radio Regenbogen Award 2015 – Ein Hauch von Hollywood in Rust . . 27

Euroviva Entertainment Karlsruhe –
Artistik-Show-Acts auf höchstem Niveau 29

sportsLIVE

Hundefrisbee: Catch it – das Spiel mit der Scheibe 32

FFH-Sportchefin Sonja Pahl:
Den Blick für das Wesentliche nicht verlieren 33

Trendsportart Bubble Soccer: In die Bubbles – fertig, los! 35

businessLIVE

Departmentgreen: Handtaschen mit dem typischen Karabiner 37

PR-Agentur Edelman Frankfurt: Social Media wird immer wichtiger . . 38

regioLIVE

Hundeheim Karlsruhe – Zimmer statt Zwinger 42

Musikkabarett Schatzkistl Mannheim: Dem Publikum ganz nah . . . 44

Schmuckwelten Pforzheim: Im Herzen der Goldstadt 44

IMPRESSUM

Studimagazin XVIII/2015
Campus Live
Ein Medienprojekt der Studenten
des EC Europa Campus

Redaktion Karlsruhe:
Melanie-Helen Baier, Janina Beck,
Julia Gutbrod

Redaktion Mannheim:
Laura Hertweck, Timo Kannegießer

Redaktion Frankfurt:
Alexandra Fourkiotis, Laura Horwitz,
Ivan Stoyanov

Redaktionsteam:
Katrin Fronczek, Natalie Dechant,
Jana Marquet

V.i.S.d.P.
Prof. Dr. Volker Kreyher
EC Europa Campus

EC-Studienzentrum Karlsruhe
Blücherstraße 20
(Weststadt)
76185 Karlsruhe
Tel. 0721-86 00 39 0

EC-Studienzentrum Mannheim
Janderstraße 1
(High-Tech-Park)
68199 Mannheim
Tel. 0621-84 25 66 0

EC-Studienzentrum Frankfurt
Lyoner Straße 34 (Niederrad)
60528 Frankfurt am Main
Tel. 069-66 05 66 80

www.ec-europa-campus.com

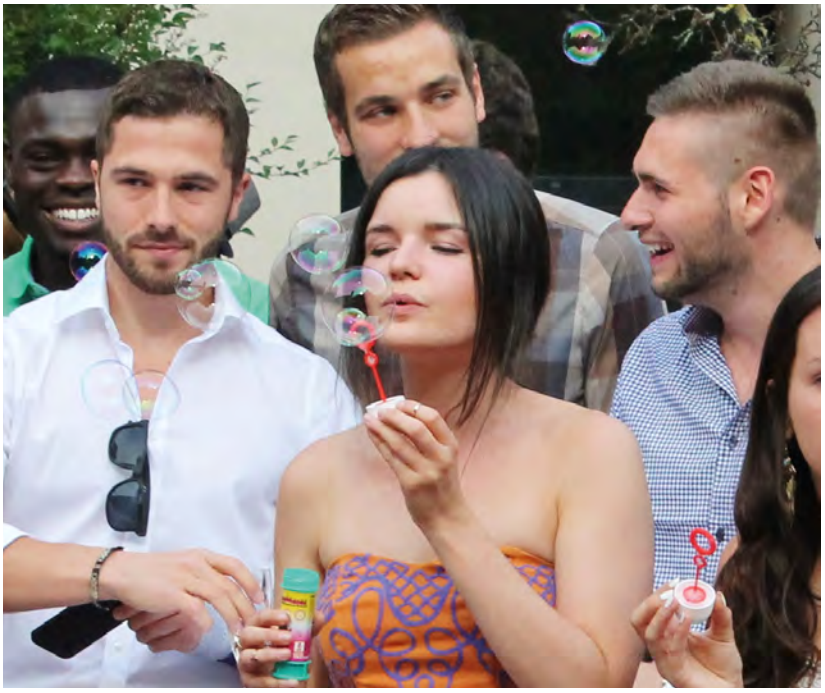
Sommer-Event 2015

Dialogrunden zu Auto, Mode und Sport

Im Mittelpunkt der diesjährigen Sommer-Events von EC Europa Campus standen Talkrunden zum Thema „Sportbusiness“ und „Automobilbusiness & Mode“. Zum Sportbusiness äußerten sich bekannte Menschen, wie YouTube-Star Goeerki, Profispieler der Adler Mannheim und Manager der Rhein-Neckar Löwen und des KSC. Auch an der Talkrunde „Automobilbusiness & Mode“ nahmen wichtige Personen, wie Matthias Braun, Generalsekretär des AvD, Fritz Cirener, Leiter der Bosch Automotive Tradition, und der Centermanager der HDM Eschborn, Alexander Socher, teil. Die Events in Mannheim und Frankfurt wurden von den EC-Studenten organisiert, die ihr im Bachelor-Studium erlerntes Können bewiesen. EC Europa Campus bietet im Rahmen eines dezentralen Hochschulstudiums akkreditierte Studiengänge mit dem Ziel des staatlichen Hochschulabschlusses des Bachelor of Arts und des Master of Science in Frankfurt, Mannheim und Karlsruhe. Die Schwerpunkte des Studienangebotes liegen in den Fächern

Internationales Marketing, Kommunikations- und Medienmanagement sowie Tourismus-, Mode-, Sport- und Gesundheitsmanagement.
An den Veranstaltungen nahmen auch wichtige Personen aus dem öffentlichen Leben, wie Hans-Joachim Adler, Ehrenpräsident des Marketing-Clubs Mannheim, und Gerhard Meier-Röhn, Ex-Mediendirektor des DFB, teil. Bei der Talkrunde zum Thema Sportbusiness betonte Dr. Christian Vogt, dass im Sportbusiness das Marketing vor allem auf Emotionen und Fans ausgerichtet werden muss. Christopher Fischer, Profieishockey-Spieler der Adler Mannheim, bewertete die Professionalisierung, Kommerzialisierung und Medialisierung des Sports als positiv. „Eishockey ist ein Teamsport, weshalb es wichtig ist, im Social Media-Bereich das ganze Team zu vermarkten statt einer Personal-Brand", hob Dominik Bittner, ebenfalls Eishockeyspieler der Adler Mannheim und EC-Student, hervor. YouTube-Star Christoph Gehrke, der als Goeerki bekannt ist, kam über sein Studium bei EC Europa Campus auf die Idee eines Fitnessblogs, für den sich aktuell 150.000 Follower begeistern. „Wichtig bei einer Personal-Brand ist, authentisch zu bleiben und den Menschen nichts verkaufen zu wollen", beschreibt Goeerki die Gratwanderung zwischen Werbung und Produktplatzierung. Wie die Ziel-

gruppen im Fitnessbereich heute angesprochen werden sollten, führte Stephan Pfitzenmeier, Leiter Marketing der Unternehmensgruppe Pfitzenmeier, aus. Lars Lamadé, Geschäftsführer der Rhein-Neckar Löwen, wies auf das Spannungsfeld von Tradition und Marketing im Sport hin. In der Talkrunde „Automobilbusiness & Mode“ betonten Matthias Braun vom AvD und Roy Simon, Anteilseigner von Prada, dass im Luxussegment eher Qualität statt Quantität zählt. Beide Bereiche, Automobil und Mode, haben große Zielgruppenüberschneidungen, hob Alexander Socher von den „Häusern für Mode“ hervor. „Wenn man diese für Markenkooperationen nutzt, muss auf das Fitting geachtet werden“, betonte Braun vom AvD.
Die beiden Talkrunden wurden begleitet von Modenschauen sowie Gesangs- und Tanzperformances der Bachelor-Studenten des EC Europa Campus.



EC-Student Florian Schönwald arbeitet bei Hit Radio FFH

„Sofort-Meldungen wären Falschfahrer, Steinewerfer oder Vollsperrungen. Erreicht uns eine solche Meldung, so lassen wir alles andere stehen und liegen und reagieren sofort“, sagt EC-Student Florian Schönwald, der neben seinem Studium bei EC Europa Campus bei Hit Radio FFH arbeitet. Eine seiner Aufgaben in der Service-Redaktion besteht darin, dem Moderator die Blitzermeldungen der Zuhörer mit einem speziellen Schnittprogramm zurechtzuschneiden und den Hörern für Fragen zur Verfügung zu stehen. Das bedeutet sieben Tage die Woche und 24 Stunden pro Tag, an denen Schönwald und seine 19 Kollegen alles tun, damit ihre Hörer bestens informiert und gut unterhalten werden.

EC-Student Florian Schönwald hat Freude an seiner Arbeit im Studio von Hit Radio FFH.

Am Medium Radio reizt Schönwald, dass der Journalist stets spontan auf aktuelle Ereignisse reagieren kann. Später einmal bei Hit Radio FFH zu arbeiten, könne sich Schönwald gut vorstellen, denn durch seinen Studiengang Medien-, Sport- und Eventmanagement hat er die Chance, sein erlerntes Wissen auszubauen, um in den Medien erfolgreich zu sein. Umgekehrt kann er bereits jetzt sein Wissen aus der Praxis im Studium anwenden, beispielsweise im Modul Audiotechnik.

Luis Wosnitza

EC-Studentin Valerie Husemann hat eigenen Modeblog

Inspiration, Lifestyle, Leidenschaft - so beschreibt die Bloggerin Valerie Husemann ihre Website Simple et Chic, die seit 2011 besteht. Die 22-Jährige, die Kommunikationsmanagement und Public Relations bei EC Europa Campus studiert, veröffentlicht jede Woche mehrmals Outfitfotos, Rezeptvideos oder Texte über ihre Erfahrungen in den großen Modemetropolen der Welt.

2010 begann sie, auf blogspot.de Fotos und kurze Texte über ihre große Leidenschaft, die Mode, zu veröffentlichen. Zuvor hatte sie bereits privat Bilder gesammelt. „Der Blog gab mir erstmals die Möglichkeit, meine Begeisterung mit anderen Menschen zu teilen und sie zu inspirieren“, sagt Husemann.

Ihr Ziel ist es, den Blog zu einem Online-Magazin zu erweitern und ihre Leser international mit abwechslungsreichen und interessanten Inhalten zu begeistern. Husemanns Blog wird im Durchschnitt 1200-mal pro Tag besucht. Die Zielgruppe von Simple et Chic sind junge, lifestyle orientierte Frauen im Alter von 18 bis 24 Jahren. Sie finanziert alles selbst und markiert klar die Kooperationen mit den Firmen. Seit einiger Zeit lädt Husemann Videos auf einem YouTube-Kanal hoch. „Durch diese lernen mich meine Leser noch besser kennen“, so Husemann.

Lynn Tamberger

Modebloggerin Valerie Husemann (r.) erläutert EC-Studentin Lynn Tamberger Einzelheiten zu ihrem Blog Simple et Chic.

Exkursion zu AFC Frankfurt Galaxy

Frankfurt Galaxy - ein Name, der in Hessen und speziell am Standort Frankfurt die Herzen der Fans des American Football höher schlagen lässt. Der Geschäftsführer der Frankfurt Galaxy, Matthias Mämpel, erläuterte den EC-Studenten bei einer Exkursion die Ausgliederung der ersten Mannschaft in eine eigene Gesellschaft und die damit verbundene Professionalisierung. Ebenfalls wurden anhand von kurzen Präsentationen die Ziele, Fankultur, die neue Spielstätte der sieben Heimspiele, sowie Erwartungen deutlich gemacht, die er und die Spieler mit dem Konzept „Galaxy" verbinden. AFC Frankfurt Galaxy bietet Praktika für Studenten an.

Florian Schönwald

Praxisdialog mit dem Startup Unternehmen Acomodeo

„Die goldene Mitte zwischen Hotel und möblierter Wohnung" ist das Konzept von Eric-Jan Krausch und David Wohde, das sie den Studenten des EC Europa Campus bei einem Praxisdialog vorstellten. Die jungen Unternehmer haben die Idee einer Buchungsplattform für serviced apartments geschaffen, die in drei verschiedenen Kategorien aufgeteilt ist: Economy, Business und First Class. Diese Kategorien wurden gewählt, da sie im hohen Bezug zu Geschäftsreisenden stehen. Über den direkten und indirekten Vertrieb sowie im Internet möchten sie ihr Produkt an den Kunden bringen. Über User Ratings und Klassifizierungen ist es für die Zielgruppe der Business People möglich, schnell ein passendes Angebot zu finden. „A home away from home", das will Acomodeo schaffen. Vorteile sind zum einen die Flexibilität, die Gäste können von einer Nacht bis zu einem Jahr bleiben, zum anderen ist es der preisliche Vorteil, da diese Unterkünfte günstiger sind als Suiten im Hotel oder Mietwohnungen. Acomodeo bietet Praktikumsplätze für Studenten an.

Elisa Kalliwoda und Jacqueline Gerhardt

Exkursion zum „A&O Hostel Hotel" und Hotel „Der Blaue Reiter"

Bei einer Exkursion zum „A&O Hostel Hotel" und zum Hotel „Der Blaue Reiter" in Karlsruhe bekamen die Studenten des EC Europa Campus erste Einblicke in ein mögliches künftiges Berufsfeld. Sowohl im „A&O Hostel Hotel" als auch im Designerhotel „Der Blaue Reiter" erhielten die Studenten eine Führung durch die Häuser und sahen Frühstücksraum, Hotelzimmer, Tagungsräume und den Eventsaal. Besonders beeindruckt war die Gruppe von den themenbezogenen Suiten und dem Penthouse-Tagungsraum im Designerhotel. Die Hoteldirektorin Janine Berger vom A&O sowie die Marketingleiterin Jessica Maggio im Blauen Reiter informierten in einem anschließenden Gespräch über die Hotels und berichteten Interessantes zu den Berufen in dieser Branche. „Die Aufstiegschancen in der Hotellerie sind sehr gut und es geht oft schnell und einfach, dass ein Student plötzlich Hoteldirektor oder Front Office Manager ist." Beide Hotels bieten Praktika für Studenten an. „Es ist schließlich wichtig, auch hinter einen Hotelurlaub zu blicken und in alle Bereiche hineinzuschnuppern, bevor man sich für dieses Berufsfeld entscheidet", sagt Maggio.

Selina Trittler

Praxisdialog mit der Agentur Grayling

Bei einem Praxisdialog stellten Kristina Rentsch, Sascha Nottmeier und Frank Schönrock von der Agentur für internationale Kommunikation Grayling aus Frankfurt den EC-Studenten ihren Arbeitsalltag vor. „Fullservice PR-Leistung bedeutet, alles wird abgedeckt und nichts bleibt übrig", erklärt Frank Schönrock. Die Agentur hat 55 Büros weltweit, davon sieben in Deutschland. Über 70 Mitarbeiter sind in Deutschland tätig, 1000 Berater in anderen Ländern. Kundengewinnung steht hierbei besonders im Vordergrund. „Wir glauben eher an Menschen als an Hierarchie", sagt Schönrock.

Caroline Gehrke

Exkursion zu Mannheimer Hotels

Bei einer Exkursion zu zwei Mannheimer Hotels erhielten die Studenten des EC Europa Campus zunächst einen Einblick in das Tourismusmarketing der Stadt Mannheim. Die Leiterin Alexandra von Ramin betonte, wie wichtig es sei, die Destination Mannheim als Marke zu bewerben und deutschlandweit bekannt zu machen. Im Anschluss folgten Führungen durch das neu gestaltete Hotel „Kleiner Rosengarten" und das seit Frühjahr 2015 eröffnete Designhotel Syte. Sowohl das Tourismusmarketing als auch die beiden Hotels bieten Praktikumsplätze für Studenten an.

Fabienne Lösch und Nicolai Steiner

Die EC-Studenten Patricia Peter, Franziska Naujokat, Alexandra Fourkiotis, Alessandro Taliento und Alexander Bund im Königsteiner Kurpark vor dem Kurhaus.

Kurort Königstein: Einatmen ist die beste Medizin

„Das Kurbad ist nicht nur optisch ein Highlight, es ist auch das Zentrum der Kur in unserer Stadt", erläutert Almut Boller, Geschäftsführerin des Kurbades in Königstein und des Hessischen Heilbäderverbandes. Deshalb ist das Kurbad ein wichtiger Bestandteil des Marketings der Stadt und 2013 wurde es sogar offiziell zum Kulturdenkmal ernannt. Der heilklimatische Kurort Königstein bietet ideale Luftverhältnisse, die die Kurgäste auf Wanderungen durch den Heilklima-Park genießen können. Das reizarme Klima zeichnet sich durch eine hohe Luftreinheit und eine geringe Wärmebelastung aus. „Das Wichtigste an der Kur ist das Zusammenspiel von Körper und Geist, das die Seele wieder ins Gleichgewicht bringt", erklärt Boller. Diese Harmonie ist nicht nur im Kurbad vorzufinden, sondern spiegelt sich auch in der Marke des Heilbäderverbandes „Die Kur" wider, die die Vermarktung Königsteins und anderer Kurorte Hessens unterstützt. Weitere Qualitäten, die den Kurort auszeichnen, sind fünf Kliniken mit Spezialisten auf ihren Fachgebieten, wie Herz und Kreislauf, entzündliche rheumatische Erkrankungen, psychosomatische Leiden, Erkrankungen des Bewegungsapparates, der Atemwege und der Nerven sowie Magen-, Darm-, Leber- und Stoffwechselkrankheiten. „Die Asklepios Klinik Falkenstein schickt sich an, das neurologische Zentrum Deutschlands zu werden", so Boller. Dies trägt besonders zur hohen medizinischen Kompetenz des Kurortes bei.

Auch der Bürgermeister Königsteins, Leonhard Helm, genießt das stimmige Bild der Stadt: „Wenn ich einmal außerhalb Königsteins unterwegs bin und dann zurückkomme, merke ich einfach, wie die Atmosphäre hier eine ganz andere ist. Die Harmonie zieht sich durch die ganze Stadt, bis hin zu unserer Burg, auf der man eine tolle Aussicht genießen kann", erklärt Helm stolz.

Königstein hat viele Einrichtungen und Möglichkeiten zur Erholung und besondere Sehenswürdigkeiten zu bieten, beispielsweise die Altstadt mit den kleinen Gassen, das Stadtmuseum im alten Rathaus, das Boutiquehotel und das Luxemburgische Schloss. Sehenswert auch die Villa Rothschild, in der Teile des Grundgesetzes verhandelt wurden. Der Kurort bietet Praktika für Studenten an.

Laura Schäfer

Exkursion zum Pharmaunternehmen Merz

„Wir produzieren Medikamente gegen Erkrankungen des Zentralnervensystems und des Stoffwechsels sowie für die klinische und ästhetische Dermatologie“, sagt Melanie Bijou, Human Resources Spezialistin für Young Professionals des Pharmaunternehmens Merz, bei einer Exkursion der Studenten des EC Europa Campus. Das familiengeführte Frankfurter Unternehmen war früher vor allem für ein Präparat gegen Alzheimer bekannt, wechselte aber dann zu Produkten aus der Ästhetik und der Neurotoxine. Das zeigt auch der Slogan „live better, feel better, look better“, der ebenfalls gut zu ihrem Tochterunternehmen tetesept passt. Merz bietet Praktika und Studentenjobs für EC-Studenten an.

Stefanie Hilscher

Praxisdialog mit Centermanager Alexander Socher

Wie das Konzept Häuser der Mode (HdM) heute funktioniert, erläuterte der Centermanager der HdM in Eschborn, Alexander Socher, den EC-Studenten bei einem Praxisdialog. Er beschrieb das Center als eine Art Shoppingcenter für Einzelhändler. Es handele sich um einen Großhandel mit insgesamt sieben Standorten in Deutschland. „In die Häuser Eschborn kommen in regelmäßigen Abständen Einkäufer, um Mode aus einem oder mehreren der 180 Showrooms zu ordern“, erklärt Socher. Zurzeit befinden sich die HdM in einer Phase der Umstrukturierung. Es werden zielgruppenorientierte Stockwerke gebildet. Diese sollen den Einkäufern das Ordern der Ware auf den 40 000 Quadratmetern erleichtern. „Im Gegensatz zu beispielsweise Düsseldorf, wo die Showrooms in der gesamten Stadt verteilt sind, hat man in Eschborn kaum Laufwege und somit eine Zeitersparnis“, sagt Socher. Die HdM in Eschborn bieten Praktikumsplätze für Studenten an.

Sarah Feldbusch

Exkursion zum Rhein Neckar Fernsehen

Bei einer Exkursion zum Rhein Neckar Fernsehen (RNF) nach Mannheim erhielten die Studenten des EC Europa Campus einen Einblick hinter die Kulissen der Fernsehbranche. Sie besuchten die Regie und die Studios und bekamen so einen kleinen Eindruck von der Fernsehwelt. Als Zuschauer bei der Sendung „RNF Life“ erlebten die Studenten den Ablauf einer Live-Sendung mit.

Julia Schneible

Exkursion zu Heine

„Seit neuestem können Interessierte mit unserer mobilen App auch unterwegs die Heine-Modewelt erleben“, erklärt Personalbetreuerin Sonja Strasser bei einer Exkursion der Studenten des EC Europa Campus zu dem Karlsruher Textilunternehmen Heine. Strasser informierte die Studenten über internationale Kooperationen, nachhaltige Produktion, Vermarktung und Einkauf und führte sie durch die verschiedenen Abteilungen des Tochterunternehmens des Otto-Versands. Heine bietet Praktika für Studenten an.

Tatiana Chatziioannou

Exkursion zum Modehaus Engelhorn Mannheim

Bei einer Exkursion zum Modehaus Engelhorn in Mannheim stellte die stellvertretende Abteilungsleiterin Jana Bülow den Studenten des EC Europa Campus das Unternehmen vor. „Mode im Quadrat“ sei das Herzstück des familiengeführten Hauses. Es biete eine Auswahl der neuesten Kollektionen aus den großen Modemetropolen dieser Welt und somit auch ein breit gefächertes Markenspektrum, erklärt Bülow. Das traditionelle Modehaus setzt sich zusammen aus den Häusern acc/es für hochwertige Accessoires, dem jungen Trendhouse sowie dem großen Sporthaus Engelhornsports. „Einkaufen soll bei uns zum Erlebnis werden“, sagt Bülow. Engelhorn bietet Praktika für EC-Studenten an.

Semiha Ilhan und Tatiana Chatziioannou

EC-Studenten zu Gast bei Kühlhaus

„Ich habe sozusagen noch nicht einen Tag gearbeitet, denn ich habe das zu meinem Beruf gemacht, was mich schon immer begeisterte“, sagt Christian Reschke, Geschäftsführer der Internetagentur Kühlhaus in Mannheim. Er war Mitgründer des Unternehmens 1995 und zeigte den Studenten bei einer Exkursion alle Abteilungen der Agentur. Nach der Besichtigung erläuterte Reschke die Aufgaben und Vorgehensweisen der Agentur, gefolgt von einem Gespräch über die Wichtigkeit von Kommunikation durch Unternehmen. Kühlhaus erstellt für seine Kunden einen individuellen und zielgruppengerichteten Internetauftritt. „Es ist wichtig, dass der Onlineauftritt zielgruppenorientiert angelegt ist, um die Kunden zu erreichen“, betont Reschke. Die Internetagentur bietet Praktika für Studenten an.

Jonas Henne

Von der Invention zur Innovation

Erste empirische Arbeiten zur Innovationsforschung wurden mit den Lehrbüchern von Schumpeter 1931 veröffentlicht. Dabei findet allerdings der Innovationsbegriff in den Arbeiten von Schumpeter keine Beachtung. Vielmehr umschreibt er diesen Prozess als Kombination von bereits vorhandenen Produkten und Lösungen. Diese Dimension scheint aus heutiger Sicht jedoch zu einseitig, da der Blick weg von absatzwirtschaftlichen Aspekten gelenkt wird. Aus diesem Grund erscheint es sinnvoll, sich mit der Dimension des Innovationsbegriffs auseinanderzusetzen. Die zentrale Frage besteht in diesem Zusammenhang darin, wo eine Innovation anfängt und wo sie endet. Abzugrenzen ist die Innovation von der Invention, der reinen Erfindung. Die Invention ist als ein vorgelagerter Schritt zu sehen, der zur Innovation führen kann. Voraussetzung dafür sind jedoch Akzeptanz und Bedürfnis seitens der Konsumenten.

Ausgehend von der Idee ist der Innovationsprozess als Grundlage für einen späteren Innovationserfolg zu sehen. Hierbei besteht jedoch erst einmal ein vages Verständnis darüber, was eigentlich gewollt wird. In einem weiteren Schritt kann im Rahmen der Empirie die Idee auf Konsistenz überprüft werden. Hier werden insbesondere funktionale Zusammenhänge, Ursachen und Wirkungen untersucht. Die Umsetzung der Beobachtungen und Forschungsergebnisse findet während der Entwicklung und Invention statt. Dabei werden die theoretischen Erkenntnisse einem Praxistest unterzogen. Wird dieser als erfolgreich angesehen, sollte ein Verwertungsanlauf, also die Einführung des neuen Produktes in den Markt, eingeleitet werden. Wichtig ist in diesem Zusammenhang, dass die Invention wirtschaftlich nutzbar und damit auch marktfähig ist. So kann die Marktdurchsetzung vollzogen werden und insbesondere die Ansprache neuer Kundengruppen erfolgen. Von einer Innovation kann letztlich nur dann gesprochen werden, wenn die Invention am Markt einen Erfolg verzeichnet.

Neuer Professor für Unternehmensführung, Management und Innovation an der Hochschule Mittweida: Dr. Eckehard Krah (r.) mit dem Rektor der Hochschule Mittweida Prof. Dr. Ludwig Hilmer.

Prof. Dr. Eckehard Krah

Wirtschafts- und Werbepsychologie als neue Studienrichtung

Der Zusammenhang zwischen Wirtschaft und Psychologie erschließt sich oberflächlich betrachtet nicht immer unmittelbar. Alle Aspekte der Wirtschaft, wie die Entwicklung von Absatzzahlen, Aktienkurse oder unternehmerische Produktivität sind letztlich auf menschliche Entscheidungen zurückzuführen. Um diese wirtschaftlichen Faktoren effektiv erklären, vorhersagen und beeinflussen zu können, ist das Verständnis des menschlichen Handelns, Erlebens und Verhaltens im wirtschaftlichen Kontext Grundvoraussetzung.

Die Wirtschaftspsychologie als empirische Wissenschaft ist eine Teildisziplin der Angewandten Psychologie und setzt sich aus verschiedenen Bereichen zusammen. Die Organisationspsychologie und -entwicklung befasst sich mit der Analyse und Gestaltung von Interaktionen und Transformationen in Organisationen, insbesondere auch dem Management von Veränderungsprozessen (Change Management und auch der Personalauswahl und -entwicklung).

Ein weiterer Bereich ist die Medien- und Kommunikationspsychologie, die sich mit der Bedeutung und Wirkung sozialer, interkultureller, produkt- und unternehmensbezogener Kommunikation beschäftigt. Die Werbe- und Konsumentenpsychologie untersucht das Konsumentenverhalten, wie Kaufentscheidungen, und berücksichtigt die Ergebnisse aus der Werbewirkungs- und Marktforschung sowie aus dem Neuromarketing.

Das Berufsfeld von Wirtschaftspsychologen umfasst Marketing- und Unternehmensberatung, Coaching, Training von Fach- und Führungskräften, Marktforschung und werbe- und konsumentenbezogene Aufgaben.

Ab sofort bietet EC Europa Campus die Studienrichtung Wirtschafts- und Werbepsychologie im Rahmen des Studiengangs Business Management mit dem staatlichen Hochschulabschluss des Bachelor of Arts an.

Dpl.-Psych. Christine Stamatis

Praxisdialog mit Tobias Essinger von E-Productions

In einem Praxisdialog brachte Tobias Essinger, Geschäftsführer und Inhaber von E-Productions, den EC-Studenten den beruflichen Start in der Medienbranche näher. Er etablierte sich beruflich mit seinem Livestream E-Café und schaffte so den Sprung zum erfolgreichen Start-Up-Unternehmer. Essinger stellte heraus, dass Selbstsicherheit in dieser Branche von großer Bedeutung sei. „Du musst von dir und deiner Idee zu 100 Prozent überzeugt sein", erklärte er und legte den EC-Studenten ans Herz, so viele Praktika wie möglich zu absolvieren oder an eigenen Projekten zu arbeiten, um praktische Erfahrung vorweisen zu können. Für größere Projekte seien jedoch Sponsoren notwendig, so Essinger. Um diese von sich zu überzeugen, seien Überredenskunst und Persönlichkeit gefragt. Es sei wichtig, sich gut in der Medienbranche zu vermarkten und viele Menschen auf sich aufmerksam zu machen, beispielsweise mit einem Youtube-Channel, einem Livestream oder einem Blog. „Sei kreativ und einzigartig mit deinen Ideen", riet Essinger abschließend.

Jeffrey Osei

Exkursion zu ENBW

„Bei einer Exkursion zur ENBW, dem größten Energieversorger Baden-Württembergs, erhielten die Studenten des EC Europa Campus einen Einblick in die Event- und Sponsoring-Aktivitäten. Joachim Greiff, Abteilungsleiter für Event und Sponsoring, präsentierte die Marke ENBW, deren USP im Energiemarkt und das Engagement im Bereich Public Events. ENBW steht vor großen Herausforderungen, es wurden neue Produkte entwickelt und präsentiert, wie Smight Base, eine Straßenlaterne, die gleichzeitig als Aufladestation im Bereich E-Mobiltät sowie als Wlan-Netz fungiert. „Gerade in dieser Phase der Energiewende ist es wichtig, Innovationen wie E-Bike-Stationen, Auto-Aufladestationen oder die Ladelichtstationen einzuführen", betonte Greiff.

Julia Gutbrod und Ugurtan Cira

Exkursion zu den Stadtwerken Karlsruhe

Bei einer Exkursion zu den Stadtwerken Karlsruhe erklärte Marketingleiterin Ariane Bertz den Studenten des EC Europa Campus ihre Marketingstrategie. „Ich werde oft gefragt, wieso die Stadtwerke überhaupt Marketing brauchen", erklärt Bertz. Der Grund sei, dass die Stadtwerke schon lange kein Monopol mehr auf Strom und Gas hätten. „Durch viele weitere Anbieter wächst der Konkurrenzdruck und es wird umso wichtiger, die Kunden an sich zu binden und neue zu gewinnen", sagt Bertz. Die Herausforderung beim Marketing sei, die eher unspektakulären Produkte wie Strom, Gas, Fernwärme und Trinkwasser für den Kunden spannend zu machen. Ein gelungenes Beispiel ist die Kampagne „Meine Energie", in deren Rahmen über mehrere Wochen hinweg das grüne Symbol der Kampagne in ganz Karlsruhe zu finden war, ohne dass jemand wusste, was dahinter steckt. In den sozialen Medien wurde viel spekuliert, bis es schließlich aufgelöst wurde. Die Kampagne weckte die Aufmerksamkeit der Karlsruher Bürger für Klima- und Umweltschutz-Themen und transportiert die ökologische Ausrichtung der Stadtwerke.

Linda Ehrhardt

Praxisdialog mit Andreas Welling von Sportfive

Faszination, Leidenschaft, Emotion - drei Wörter, die die Stimmung der Fußballfans und die Atmosphäre in der Frankfurter Commerzbank Arena beschreiben. Andreas Welling, Director of Marketing bei Sportfive, ist einer von 480 Mitarbeitern weltweit. Sportfive deckt als Deutschlands führende Sportrechteagentur das Spektrum der Sportvermarktung ab, hauptsächlich für Fußball, aber auch für Boxen, Handball, Winter- und Motorsport. „Ein weiterer Bereich ist das Hospitality, das unter anderem für die Buchung von Stadienbauten verantwortlich ist", erklärt Welling. Sportfive in Frankfurt bietet Praktika für Studenten an.

Quang Hung Mai

Exkursion zur Rhein-Neckar-Arena

Bei einer Exkursion zur Wirsol Rhein-Neckar-Arena in Sinsheim, der Heimspielstätte des Fußball-Bundesligisten TSG 1899 Hoffenheim, erhielten die Studenten des EC Europa Campus einen Einblick in den Business-Bereich, der sich über drei Stockwerke im Westflügel der mit 30 500 Plätzen großen Arena erstreckt. Außerdem besichtigten sie die Mixed Zone, den Presseraum, die Pressetribüne sowie die Kabinen und lernten so eine der modernsten Arenen Deutschlands kennen.

Lukas Robert

Exkursion zum SWR Mannheim

Bei einer Exkursion zum SWR-Studio in Mannheim erklärte Redaktionsleiter Gerhard Mandel den Studenten des EC Europa Campus die Abläufe einer klassischen TV-Produktion. Im kleinsten Fernsehstudio des Hauses ging Mandel auf aktuelle Entwicklungen und Problematiken in der Medienlandschaft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ein. Im Anschluss besichtigten die Studenten ein Tonstudio und erhielten Informationen zu gängigen Abläufen der alltäglichen Arbeit beim Hörfunk.

Pascal Steinmann und Lukas Robert

Internationales Automobilbusiness – neue Studienrichtung stellt die Weichen für die Zukunft

Die Automobilindustrie wächst seit Jahren stetig und die Beschäftigtenzahlen in der deutschen Automobilbranche steigen kontinuierlich – für gut ausgebildete und leistungsbereite Nachwuchskräfte bieten sich hier hervorragende berufliche Einstiegschancen.
Mit der Studienrichtung Internationales Automobilbusiness am EC Europa Campus können sich vornehmlich managementorientierte und automobilaffine Studierende auf einen erfolgreichen Karrierestart in dieser zu den innovativsten zählenden Branche vorbereiten. Das Studium ist nicht auf die ingenieurtechnische Seite ausgerichtet, sondern widmet sich vielmehr den speziellen management- und marketingbezogenen Herausforderungen der Automobilwirtschaft:
Die Studierenden beschäftigen sich mit den Herausforderungen einer verkehrspolitischen Gestaltung der Zukunft

und deren Auswirkungen auf die Automobilindustrie. Sie analysieren Mobilitäts- und Nachhaltigkeitskonzepte, entwickeln innovative Geschäftskonzepte und setzen diese in strategische Unternehmensentscheidungen um. Im Vordergrund stehen der Aufbau starker Automobilmarken, die Erschließung neuer Zielgruppen und internationaler Märkte.
Begleitet und unterstützt wird das Studium sowohl durch einen Beirat als auch einen Freundeskreis, die sich beide aus einer Vielzahl akademisch ausgewiesener, praktisch erfahrener und branchenvernetzter Mitglieder zusammensetzen. Engagierte Studierende haben so die Möglichkeit, frühzeitig Kontakte für Praktika und Themen der Bachelorarbeit zu knüpfen, um für sich dann die Weichen für einen erfolgreichen Berufsstart im Bereich Management und Marketing der Automobilwirtschaft zu stellen.

Ass. jur. Henrik Freund

Älter werden – Selbstbewusstsein statt Sackgasse

Die demografische Entwicklung in den westlichen Industrieländern zeigt, dass es eine immer größer werdende Gruppe von Menschen gibt, die aufgrund ihres biologischen Alters nicht mehr zu den jungen Erwachsenen zählt, sondern zu einer neuen Gruppe älter werdender, reiferer Menschen. 2010 waren etwa 26 Prozent der Menschen in Deutschland 60 Jahre oder älter, 2060 werden es mehr als 39 Prozent sein, aber nur 15 Prozent werden 20 Jahre oder jünger sein. Nur Japan hat eine ältere Bevölkerung als Deutschland. Durch eine sinkende Geburtenrate, eine verbesserte medizinische Versorgung und eine höhere Lebenserwartung werden immer mehr ältere Menschen immer weniger jüngeren Menschen gegenüberstehen. Während 1961 geborene Frauen in Deutschland eine Lebenserwartung von 72 Jahren hatten, werden heute geborene weibliche Babys Prognosen zufolge etwa elf Jahre älter.
Auf diese veränderte Situation der längeren Lebenszeit müssen sich der Arbeitsmarkt, die Wohnungsbaupolitik, die Reiseveranstalter und die Marketingabteilungen der Konsumgüterunternehmen einstellen und älter werdende Menschen zielgruppengerecht ansprechen.
Die Zielgruppe der älter werdenden Menschen lässt sich nach soziodemografischen Kriterien kaum noch definieren, denn das gefühlte Alter dieser

Gruppe liegt etwa 15 Jahre unter dem biologischen Alter. Vielmehr geben die psychografischen und konsumbezogenen Kriterien einen Hinweis auf die Eigenschaften der heutigen älter werdenden Menschen. Diese sind nämlich keinesfalls gebrechlich, anspruchslos und alt im herkömmlichen Sinne, sondern selbstbewusst, empowered, lebensfroh, qualitätsbewusst und konsumfreudig. Sie wollen sich alte Träume und neue Sehnsüchte erfüllen, sind modebewusst und sehen das Alter nicht als Sackgasse, sondern als Chance für einen Neubeginn. Jugendlichkeit ist ihr Ideal.
Bereits 1830 sagte Johann Wolfgang von Goethe zu Kanzler Friedrich von Müller: „Ei, bin ich denn darum achtzig Jahre alt geworden, daß ich immer dasselbe denken soll? Ich strebe vielmehr täglich etwas anderes, Neues zu denken, um nicht langweilig zu werden. Man muß sich immerfort verändern, erneuern, verjüngen, um nicht zu verstocken.“ Die älter werdenden Menschen sind auf dem besten Weg, diese moderne Haltung Goethes zu leben.

Natalie Dechant M.A.

3

Mit Pferden vor der Kamera

EC-Studentin Gloria Fecker modelt für Loesdau

Schon seit sie drei Jahre alt ist, modelt EC-Studentin Gloria Fecker leidenschaftlich. Damals lief sie auf ihrer ersten Modenschau, mit dem Fotomodeln hat sie mit 13 Jahren angefangen. Besonders die Beziehungen zu Freunden und Bekannten haben ihr geholfen, an verschiedene Aufträge zu kommen. So steht sie seit 2006 für die Reitsportmarke Loesdau mit zahlreichen Profimodels vor der Kamera. „Die Schwierigkeit besteht darin, nicht nur auf sich selbst, sondern auch auf das ganze Umfeld zu achten“, sagt Fecker. So steht die Studentin neben Hunden und Katzen auch mit Pferden vor der Kamera. Aber auch für einen Schweizer Sportartikelhersteller oder auf dem Laufsteg der Landesgartenschau 2011 war sie zu sehen. Für Fecker zeichnet sich das Modeln vor allem durch Wandelbarkeit und Abwechslung aus. „Ich liebe es, von anderen Leuten gestylt zu werden. Aber besonders freut es mich, jedes Mal neue Menschen kennen zu lernen“, sagt sie. Trotz Spaß und Unterstützung, die sie von ihren Eltern erfährt, weiß Fecker: „Vor der Kamera finde ich zwar jederzeit einen Ausgleich, jedoch war es meinen Eltern immer wichtig, weder die Schule, noch das Studium zu vernachlässigen“. Sie ist nicht auf ihre Modelkarriere fixiert, ihre Zukunft sieht Fecker eher als Einkäuferin einer großen Modefirma. Vor allem die Fashionweek in Berlin, die sie mit den Modestudenten des EC Europa Campus besucht hat, bestätigte ihr, diesen Weg einzuschlagen. Trotzdem kann sich Fecker zukünftig vorstellen, auch weiterhin für den Reitartikelhersteller Loesdau vor der Kamera zu stehen, um so ihrer Leidenschaft nachzugehen.

EC-Studentin Gloria Fecker bei einem Fotoshooting für Loesdau. Foto: Pferdesporthaus Loesdau.

Julia Gutbrod

EC-Student Marco Pless ist leidenschaftlicher Kickboxer.

EC-Student Marco Pless ist Kickboxweltmeister

Kickboxweltmeister 2014, Vizeweltmeister 2013 und 2012 sind nur einige Titel, die EC-Student Marco Pless in seiner Karriere erreicht hat. Zusätzlich wurde der 20-Jährige in die Nationalmannschaft im Karate aufgenommen. Er kämpft jedoch nicht nur bei der World Karate and Kickboxing Union (WKU) WM, sondern ist auch an der Organisation beteiligt. „So kann ich die im Studium erlernte Theorie gleich in die Praxis umsetzen", sagt der Medien-, Sport- und Eventmanagement-Student.

Nach einem viermonatigen Praktikum bei der WKU nahm ihn Präsident Klaus Nonnemacher mit ins Helferteam. „Meine Aufgaben bestehen unter anderem darin, für einen reibungslosen Ablauf der WM zu sorgen und beim Auf- und Abbau zu helfen", erklärt Pless. Des Weiteren hilft er bei der Eröffnungsfeier und dabei, die Probleme der Kämpfer zu lösen. Der EC-Student betreibt seit zwölf Jahren Kampfsport. Als Kind hat er zuerst Fußball und dann Handball gespielt. Durch seine Familie, die ebenfalls Kampfsport betreibt, ist er dann zu diesem Sport gekommen. „In meinem Alltag bringt mir generell Sport einen Ausgleich, da ich hier abschalten kann und den Stress verringere", sagt der amtierende Kickboxweltmeister.

Alexander Blum

EC-Student Robin Trabert ist Trainer bei Kickers Offenbach

Robin Trabert, der bei EC Europa Campus Sportmanagement und Sportjournalismus studiert, ist Cheftrainer der U15-Mannschaft beim Fußballverein Kickers Offenbach. „Fußballtrainer ist meine absolute Berufung, ich entwickle mich persönlich in jeder Einheit an jedem Tag weiter und es erfüllt mich vollkommen", erklärt der 23-Jährige. Durch einen kleinen Spaß mit Freunden, die erst wieder mit dem Fußballspielen beginnen wollten, wenn Trabert deren Trainer wird, begann 2011 sein Trainer-Dasein. Am nächsten Morgen beschloss er, den Jugendleiter seines Heimatvereins anzurufen und bei ihm nachzufragen, ob es eine Möglichkeit gibt, als Trainer zu beginnen. Einen Tag später stand fest, dass er der neue U19-Trainer der SG Bodenheim/Laubenheim wird. Er selbst spielt seit seinem fünften Lebensjahr Fußball. Über die Jahre durchlief er als Jugendtrainer die Stationen FSV Mainz 05 und FSV Frankfurt, bis hin zum Verein Kickers Offenbach.

„Mein Ziel ist es, mich weiterzuentwickeln, mich zu verbessern und immer mehr Aufwand zu betreiben als die anderen. Der Erfolg kommt dann von selbst", sagt Trabert. Ein guter Trainer sollte nach Traberts Ansicht vor allem menschlich, geduldig und verständnisvoll sein, die Spieler motivieren und für ihren Sport begeistern können. Seinen Studiengang bei EC Europa Campus wählte der Trainer bewusst. „Durch den Studiengang Sportmanagement und Sportjournalismus bin ich im Sport breiter gebildet und kann so einem möglichen späteren Arbeitgeber mehr bieten als ohne diesen Studiengang", erläutert Trabert.

Alexandra Fourkiotis

Robin Trabert, EC-Student und U15-Trainer bei Kickers Offenbach, beobachtet seine Mannschaft kritisch und will sich ständig verbessern und weiterentwickeln.

EC-Student Roy Simon

Sich neuen Herausforderungen stellen

„Ich habe keine Angst zu scheitern, denn nur durch das Scheitern lernt man, eine erfolgreiche und bessere Person zu werden", erklärt EC-Student Roy Simon. Auch er hat viele Rückschläge bei der Suche nach Praktika erlitten. Er empfiehlt jedem, so viele Praktika wie möglich zu machen. „Ein Mensch lernt nichts, wenn er sich immer nur in der Komfortzone bewegt. Er muss sich ständig neuen Herausforderungen stellen." Simon hat mit 16 Jahren sein Abitur absolviert, mit 22 Jahren sein Medizinstudium in Singapur und Indonesien beendet und im Juli seine Bachelorprüfung bei EC Europa Campus im Studiengang Marketing, Marken und Medien bestanden. Seine Arbeit schrieb er über Luxusmarketing im Modebusiness. Simon wuchs in Indonesien auf, in Deutschland lernte er am Goethe-Institut in Frankfurt am Main Deutsch und bestand schließlich den C1 Test.

Schon im zweiten Semester seines EC-Studiums bewirbt er sich für ein Praktikum bei Prada in Mailand. Er wird angenommen und verbringt seine Semesterferien in deren Marketingabteilung. Er lernt Vieles dazu und verbessert nicht nur seine Softskills. Das Praktikum gibt ihm Einblick in das wahre Geschäftsleben. Disziplin, Verantwortung und Respekt werden hier groß geschrieben. Im fünften Semester absolviert er ein sechsmonatiges Praktikum bei BMW. Via Internet bewirbt er sich in München. Durch Authentizität, beste Vorbereitung und der großen Leidenschaft für das Unternehmen kann er die Interviewer in seinem Bewerbungsgespräch überzeugen.
Sein Credo lautet: „Ich mache Fehler. Aber ich mache die gleichen Fehler nie zweimal." Seine berufliche Zukunft sieht er in Deutschland oder der Schweiz. Simon würde gerne seine Leidenschaft – die Medizin und den Umgang mit den Menschen – mit seinem wirtschaftlichen Wissen verbinden.

Bianca Strötzel

Astrooptiker Bernhard Schmidt hat in Mittweida studiert

„Den Himmel fest in der Hand!“ – so lautete wohl das Lebensmotto des berühmten Astrooptikers Bernhard Woldemar Schmidt. Er wurde 1879 geboren und galt als ein Spezialist auf dem Fachgebiet der astronomischen Optik. Schon als Jugendlicher entwickelte der gebürtige Estländer eine Leidenschaft für Forschung und Experimente – mit dramatischen Folgen: Er verlor durch eine Explosion mit Sprengstoff seine rechte Hand. Doch Schmidt, der als ebenso eigenartig wie geistreich beschrieben wird, ließ sich in seinen Zielen nicht beirren.

Er arbeitete zunächst als Telegraphist und Zeichner in Tallinn. Sein großes Fachwissen erlangte er jedoch während seines Studiums des Maschinen- und Elektroingenieurswesens am Technikum Mittweida in den Jahren 1901 bis 1904. Auch in der Zeit danach blieb er der idyllischen Stadt treu und gründete vor Ort eine Werkstatt zum Bau von Teleskopen.

Aufgrund seiner hervorragenden Kenntnisse der Himmelsmechanik und seinen außergewöhnlichen Ideen fertigte er schon früh Teleskope für Kunden mit Rang und Namen an. Seinen persönlichen Durchbruch erlangte der Astrooptiker mit dem Schmidt-Teleskop, mit dessen Hilfe Kleinplaneten und außergewöhnliche Sterne erfasst und der Himmel systematisch durchmustert werden konnten. Schmidt verzichtete auf Patentanmeldung seiner großartigen Idee.

Seinen Erfolg, mit dem ein neues Zeitalter astronomischer Forschung eingeläutet wurde, konnte Schmidt nicht mehr erleben. Er starb 1935 im Alter von 56 Jahren. Schmidt, der als Koryphäe in seinem Fach gilt, hat einen Meilenstein gelegt, der aktuell noch von großer Wichtigkeit ist. Seine Technik wird bis heute auf Nasa-Satelliten eingesetzt, die nach erdähnlichen Planeten in der Galaxie suchen.

Janina Beck

Astrooptiker Bernhard Schmidt an seiner Schleifmaschine im Keller. Fotos: Hamburger Sternwarte.

Sportmarketing – Marketing von Sport und Marketing durch Sport

Die wirtschaftliche Dimension des Sports ist geprägt durch Kommerzialisierung und Medialisierung. Zahlreiche Teilnehmer an einem milliardenschweren Sportmarkt konkurrieren beim Aufbau und der Sicherung von Markenidentitäten. Das Sportmarketing ist – aufbauend auf den allgemeinen Marketing-Prinzipien – eine eigenständige Disziplin und bezeichnet die zielgerechte Anwendung von Marketinginstrumenten auf Sportprodukte und Sportdienstleistungen. Der Einsatz von Marketing- und Kommunikationsinstrumenten im Sport basiert auf fundierten Kenntnissen des Sports und Sportmarktes, der sportaffinen Zielgruppen und der Identifikation sportlicher Trends. Sportmarketing untergliedert sich in zwei Bereiche: Marketing von Sport bezeichnet die Vermarktung von Sportorganisationen oder sportnahen Unternehmen (Ticketing, Merchandising etc.). Profivereine müssen beispielsweise ihre Marke gegen sportliche Rivalen behaupten, Sponsoren gewinnen und neue Märkte erschließen. Fußballrekordmeister Bayern München etwa unternahm kürzlich wieder eine Marketingreise nach China. Marketing durch Sport bezeichnet die Marketingaktivitäten von Unternehmen unter instrumenteller Verwendung des Sports, vor allem durch Eventmarketing und Sportwerbung, etwa durch Testimonials. Beispiel für diese businessorientierte Promotion von Unternehmen und Produkten ist das Automobilunternehmen Audi. Als einer der Hauptsponsoren von Bayern München wirbt Audi mit Trainern und Spielern und ist Namensgeber des Audi-Cups.

Dr. Jens C. König

Rezension: Erfolgreiche PR für Krankenhäuser

Das Buch „Erfolgreiche PR-Arbeit für Krankenhäuser“ von Robert Schäfer befasst sich damit, wie PR-Verantwortliche in Krankenhäusern die Aufmerksamkeit von Patienten, Kunden und Öffentlichkeit gewinnen können. In jedem Kapitel werden die Ausführungen von Praxistipps und -beispielen begleitet und mit Checklisten zusammenfassend dargestellt.

Das erste Kapitel beschäftigt sich mit der Diagnose des Ist-Zustands, also der Analyse der bisherigen PR-Arbeit sowie der gewünschten zukünftigen strategischen Ausrichtung. In den folgenden Teilen stellt der Verfasser die Instrumente Pressearbeit, Eventmanagement und Online-Kommunikation vor.

Der Autor erklärt den Umgang mit Journalisten, beschreibt journalistische Anlässe für eine Berichterstattung, gibt Hinweise zum Verfassen von Pressemitteilungen und zur Aufnahme von Pressefotos. Auch auf die inhaltliche Ausrichtung von Imagebroschüren, Flyern und Patientenzeitschriften geht er ein.

Der Leser erfährt, wie Informationsveranstaltungen für Patienten, Gesundheitsmessen und Gesundheitskampagnen unter Einbindung von Kooperationspartnern oder Sponsoren geplant und organisiert werden können. Der Autor gibt Empfehlungen zur Optimierung der Klinikhomepage, weist auf Nutzen und Funktion von Bewertungsportalen sowie Facebook und Youtube hin.

Der Autor stellt fest, PR-Maßnahmen haben nur ein Ziel: mehr Patienten. Und mehr Patienten führen zu mehr Umsatz auf dem umkämpften Klinikmarkt.

Der Autor Robert Schäfer ist freier Dozent bei EC Europa Campus.

RAin Jeannette Großmann

Die EC-Studenten Seda Ergen, Robin Trabert und Patricia Peter werfen einen Blick in das Citysential Magazin.

Magazin Citysential – Wer in ist, ist drin

Geschäftsführer Robin Zabler gibt das Frankfurter Magazin Citysential heraus. Foto: Nikita Kulikov.

Um Frankfurt im besten Licht zu präsentieren, gibt es seit 2013 das Hochglanz-Magazin Citysential. Jedes Jahr erscheint ein Cityguide, der auf 220 Seiten über alle Insider-Tipps aus Frankfurt informiert. Gab es 2013 den Gastroguide mit den besten Restaurant- und Bar-Empfehlungen, folgte ein Jahr später das Magazin mit den Themen Fashion, Beauty und Wellness. „Das Besondere daran ist die Vielfalt an Bildern, denn wir wollen den Leuten vorab transferieren, was sie dort erleben können", sagt Robin Zabler, Geschäftsführer von Next Level Interactive, dem Verlag und Herausgeber von Citysential. Jedoch bleibt es ein wertefreies Magazin, denn es wird ganz nach dem Motto: „wer in ist, ist drin" gearbeitet. So können sich beispielsweise Gastronomen nicht in das Magazin einkaufen, stattdessen testet die Redaktion jeden Tipp selbst. Die englischen und deutschen Beiträge berichten von Events, Neueröffnungen und den besten Empfehlungen im regionalen Umkreis. Die Redaktion recherchiert alle Themen und schreibt anschließend alle Beiträge selbst. „Wir legen die Qualitätsmaßstäbe in den Punkten Fotos und Beiträge streng an, um zum Schluss ein gutes Produkt an unsere Kunden geben zu können", betont der Geschäftsführer. Dieses Jahr wird das Citysential erweitert, so wird das nächste Magazin auch über den Rhein-Main-Kreis informieren. Next Level Interactive bietet Praktikumsplätze für Studenten an.

Franziska Naujokat

Message auf den Punkt bringen

„Berlin, das war unser bisher spannendstes Projekt." Mit Begeisterung erzählt Christine Müller von einem viermin ütigen Kurzfilm zum 20. Jahrestag des Mauerfalls in Kombination mit „90 Jahren S-Bahn Berlin". Sie und Ingo Schmitt sind die Gründer und Gesellschafter von Vandengaart Filmproduktion in Mannheim.

Schmitt ist gelernter Musiker, Müller war früher in einer IT-Firma im Marketing tätig. Beide haben sich 2013 bei einer Filmproduktion kennengelernt. „Wir waren uns von Anfang an sympathisch und hatten sofort das Gefühl, dass das menschlich passt", erklärt Müller. Das Unternehmen besteht aus drei Mitarbeitern, bei Bedarf haben sie allerdings ein großes Netzwerk, auf das sie zurückgreifen können.

Vor allem in der Industrie sehen viele Firmen Filme als Allheilmittel. „In erster Linie wollen viele Unternehmen ihr gesamtes Portfolio im Film unterbringen, das ist aber überhaupt nicht vorrangig bei einer Filmproduktion. Ein Film sollte eher die Message auf den Punkt bringen", verdeutlicht Schmitt. Oft müssen sich Müller und er selbst in die Thematik einarbeiten.

Kameramann Ingo Schmitt beim Dreh. Foto: Julian Kröhl / von Jungfeld.

Andererseits kann es aber auch sein, dass ein Kunde konkrete Vorstellungen hat und die Umsetzung dann leichter ist. „Jedes Projekt ist anders. Jeder Kunde ist anders. In der Filmbranche ist es wichtig, mutig zu sein und an sich zu glauben", sagt Müller. Der schönste Moment an einem Filmprojekt sei, einen Film vorzustellen, der den Kunden berühre und begeistere.

Florian Reis

Michael Groß beim Schmetterlingsschwimmen bei den Olympischen Spielen 1984. Foto: Groß.

Schwimmprofi Michael Groß: „Siegen kann jeder“

„Nicht, weil es schwer ist, wagen wir es nicht, sondern weil wir es nicht wagen, ist es schwer“. Das Zitat stammt von dem römischen Philosophen Seneca und ist das Lebensmotto von Dr. Michael Groß, ehemaliger dreifacher Olympiasieger, fünffacher Weltmeister und einer der erfolgreichsten Schwimmsportler in Deutschland. 1991 beendet er seine Schwimmkarriere und steigt in die Berufswelt ein. Heute führt der 51-Jährige die Unternehmensberatung „Groß und Cie“ mit den Schwerpunkten Talentmanagement, Change Management, Coaching und Seminare. „Das Einzige, das in einem Unternehmen gleich bleibt, ist der Wandel“, sagt Groß. Durch den ständigen Druck, wie etwa der Markt, die Kunden und der Wettbewerb, sei ein Spezialwissen von außen erforderlich. Durch das Talentmanagement werden Fähigkeiten in einem Unternehmen entwickelt, die Mitarbeiter an das Unternehmen gebunden und Talente werden durch neues Wissen ergänzt. „Wir erkennen, wie ein Unternehmen tickt und sehen, wie der Klebestoff zwischen den einzelnen Bausteinen eines Unternehmens ist“. Durch bestimmte innovative Instrumente und einer Analyse der Unternehmenskultur kann „Groß und Cie“ ein Unternehmen in dem Wandel unterstützen und den Erfolg fördern. „Die Unternehmensberatung wird in Zukunft noch an Bedeutung gewinnen.“

Nicht nur in seinem Beruf verfolgt Groß ein Konzept von Zielen, auch in seinem Privatleben hat er Ziele vor Augen. Allerdings geht er nur noch wenige Male im Jahr Bahnen schwimmen. Viel eher fährt er im Winter Snowboard oder im Sommer Mountainbike. Seine Muskeln und Gelenke hält er im Fitness-Studio fit. Um erfolgreich zu sein, benötige der Mensch als erstes das Talent, danach könne er sich das Wissen aneignen, so Groß. Natürlich dürfen Motivation und Wille nicht fehlen. Durch Niederlagen lässt sich Groß nicht unterkriegen, sondern sieht es als Motivation. „Siegen kann jeder“ lautet der Titel eines seiner drei veröffentlichten Bücher. Dies lässt sich sowohl im Privatleben als auch im Beruf verwirklichen.

Patricia Peter

Das Weltmeistercamp Campo Bahia

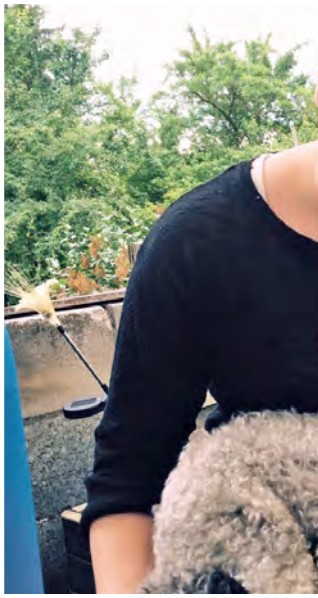
Ein Camp voller Zauber

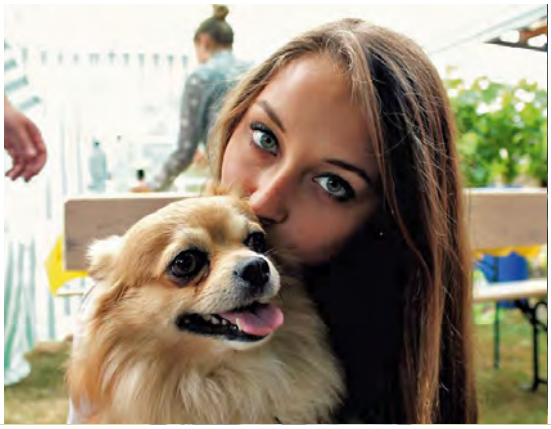
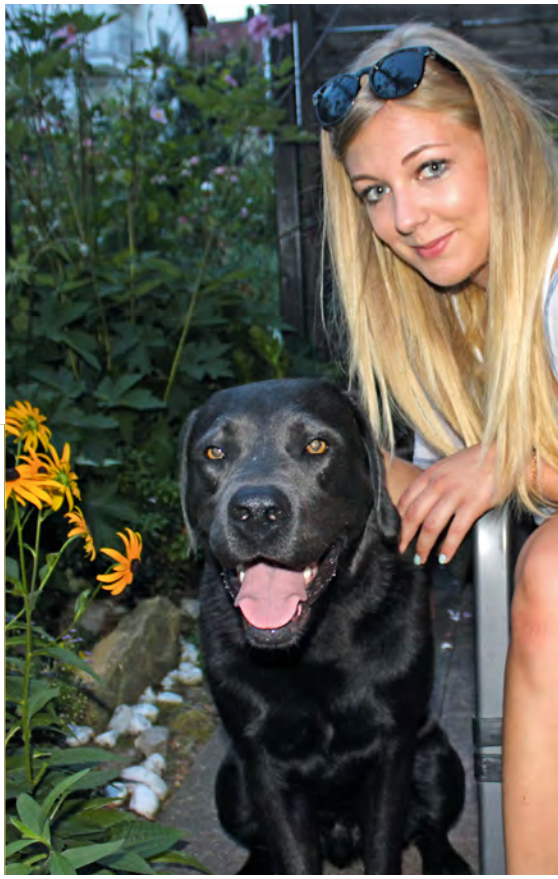
Oliver Bierhoff, Manager der deutschen Fußball-Nationalmannschaft, Hansi Flick, Sportdirektor beim Deutschen Fußball-Bund und Stefan Maria Gast, Projektleiter und Projektentwickler für das Campo Bahia nach einem Flug mit dem Helikopter über das Camp in der Bauphase (v.l.n.r).

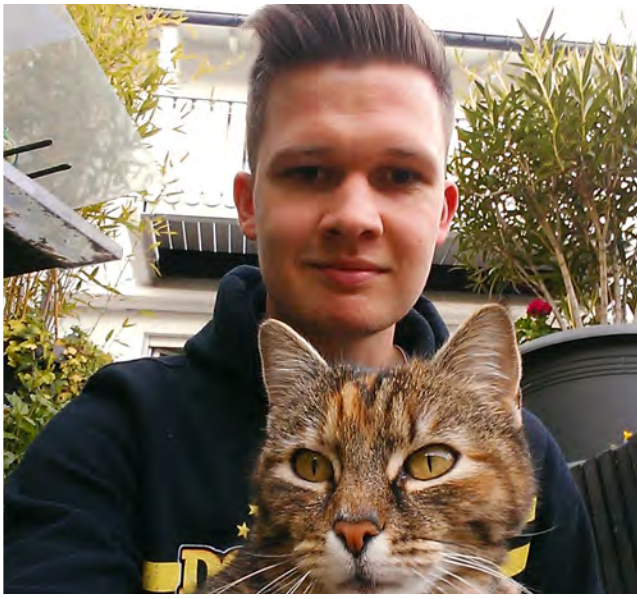
„Mein Wunsch ist es, der deutschen Nationalmannschaft die beste Unterkunft und Trainingsvoraussetzung zu schaffen, um Weltmeister zu werden", sagt Stefan Maria Gast, Projektleiter und Projektentwickler für das Campo Bahia in Brasilien. Dieser Wunsch ging in Erfüllung.

In einem Gespräch mit Oliver Bierhoff, Manager der deutschen Fußball-Nationalmannschaft, erfuhr Gast von den Wunschvorstellungen des Deutschen Fußball-Bundes (DFB) einer Unterkunft für die Fußballweltmeisterschaft (WM) 2014 in Brasilien. Der 53-Jährige arbeitet schon einige Jahre in Brasilien für das größte brasilianische Netzwerk-Unternehmen Lide. Die bevorzugte Region von Gast, Santa André, bot alle wesentlichen Infrastrukturen zur Umsetzung eines maßgeschneiderten Trainingscamps und Domizils für das deutsche Team. Im Juni 2013 begann die Bauphase mit 14 Häusern für 75 Personen und einem Trainingsplatz, der 2,5 Kilometer entfernt liegt. „Es ist ein Gefühl der Dankbarkeit, das Vertrauen für so ein großes Projekt zu bekommen", sagt Gast. Das Camp lag dem Heidelberger Auswanderer sehr am Herzen und kostete ihn viel Durchsetzungsvermögen und Überzeugungskunst. Bundestrainer Joachim Löw war zuerst nicht begeistert von dem geplanten Camp. Nach den ersten Besichtigungen in der Bauphase des Camps schwappte der Zauber des Camps aber auch auf Löw über. Es entstand eines der größten Bauprojekte einer Unterkunft für eine WM. Heute, ein Jahr nach der WM, ist das Campo Bahia zu einem Luxus Hotel Resort geworden. Die 14 zweistöckigen Villen des Campo Bahia sind mit Suiten ausgestattet und wurden nachhaltig und ökologisch gebaut. Deutsche und brasilianische Künstler haben für das Resort Werke für Innen- und Außenbereiche geschaffen. Kleine Erinnerungen in den Häusern sind von den Weltmeistern geblieben. „Catch your dream" lautet auch der Leitspruch des Camps. In naher Zukunft wird aus dem Trainingsgelände eine internationale Fußballschule und Sportleistungszentrum entstehen.

Leonie-Rosella Gast





33. Fiducia Baden Marathon

Kultur, Spaß und Unterhaltung

Tänzerinnen motivieren die Marathonläufer beim Fiducia Baden Marathon. Foto: Marathon Karlsruhe.

Der 33. Fiducia Baden Marathon in Karlsruhe ist nicht nur für sportliche und ambitionierte Läufer gedacht, sondern ist ein Ereignis für Jung und Alt, Anfänger und Profis. Für die rund 10 000 Teilnehmer sind neben Versorgungsstationen und ansprechenden Laufstrecken auch Unterhaltungsmöglichkeiten geboten. Im Rahmen des Tanzmarathons motivieren 100 Tanzgruppen, die an den Stationen neben der Laufstrecke ihre Choreographien zur Schau stellen, sowohl die Läufer als auch die Zuschauer. Begleitet wird das Event von originellen Kunstaktionen und freiwilligen Stimmungsmachern, die für einen guten Zweck musizieren. Der Marathonlauf „Laufen mit Herz" wird einem guten Zweck gewidmet und gibt den Läufern die Möglichkeit, Spenden zu sammeln und spornt diese noch zusätzlich an, das Ziel zu erreichen. „Die Welt um einen herum ändert sich, also sollte man sich immer mit verändern", sagt der 52-jährige Geschäftsführer des Marathons Fried-Jürgen Bachl. Deshalb bietet der Baden Marathon jedes Jahr neue Konzepte und Veränderungen, beispielweise ein neuer Zieleinlauf 2016, bei dem die Neue Messe in Karlsruhe umgestaltet wird. Hier können Studenten mitwirken und ihr Wissen im Bereich Eventmanagement umsetzen. „Ein breites sportliches Event, das Kultur, Spaß und Unterhaltung bietet", erklärt Bachl.

Ilona Hahn

Big City Beats-World Club Dome

Der größte Club der Welt im Herzen von Frankfurt

Drei Tage. Ein ganzes Wochenende im Frühsommer. 150 DJs. Internationale Weltstars der elektronischen Musikszene. Zwölf Floors. Akrobaten, Tänzer und Lasershows. Eine halbe Million Quadratmeter Partyfläche. Im größten Cabrio Frankfurts, der Commerzbankarena. Inmitten von 30 000 Besuchern pro Tag. Big City Beats-World Club Dome.

Geschäftsführer Bernd Breiter von Big City Beats, wörtlich Großstadtschläge, sagt: „Unsere Besucher sollen auf das Wochenende eingestimmt werden und die Konventionen des Alltags abstreifen."

Big City Beats entstand durch einen eigenen Radiosender, der meist freitagnachmittags begann, um ins Wochenende einzuleiten. Sie spielten nicht die Clubmusik, wie normale DJs, sondern benutzten die Clubmusik als Emotionsträger des Wochenendgefühls. Dadurch entwickelten sich CD-Serien und Event-Serien von Big City Beats.

Erste Events fanden in kleinen Clubs, in umgebauten Hallen oder in Tiefgaragen statt. Mit der Kooperation des Cocoon Clubs in Frankfurt wurden sie bekannter. Nach der Schließung des Clubs mussten sie umdenken. Breiter sagt: „Wenn man gezwungen ist umzudenken, und tagtäglich an der Commerzbankarena vorbeifährt, dachte ich, irgendwann mache ich dich zum größten Club der Welt." Und das haben Bernd und Carina Breiter, die Geschäftsführer von Big City Beats, geschafft. Mit dem Medienpartner RTL II, Werbeplakaten, Social Media und Promotion gelingt es Big City Beats, auf sich aufmerksam zu machen.

Seda Ergen

Pure Emotionen. Weltberühmte DJs beim Big City Beats-World Club Dome in Frankfurt. Foto: Big City Beats.

Ein Hauch von Hollywood in Rust

Der Radio Regenbogen Award, einer der wichtigsten Medienpreise Deutschlands, lockte auch bei der 18. Ausgabe wieder zahlreiche Stars in das Confertainment Center des Europa Parks in Rust. Hunderte von Fans warteten zwei Stunden vor dem Erscheinen der Stars am Eingang, um sich die besten Plätze zu sichern.
Die schon zur Tradition gewordene Veranstaltung glänzte durch die familiäre Atmosphäre, die facettenreiche Abendgestaltung und die Offenheit der Stars im Umgang mit Fans und Presse. „Es ist immer wieder schön. Vorhin bin ich gefragt worden, ob das nicht langweilig wird. Nein, das ist es nicht", sagt Michael „Bully" Herbig.

Ugurtan Cira

Komiker und Schauspieler Michael „Bully" Herbig.

EC-Student Ugurtan Cira mit Olga Hoffmann, Miss Germany 2015.

Musiker und Songwriter Marlon Roudette.

EC-Studentin Sarah Eid mit Comedian Sascha Grammel.

EC-Student Ugurtan Cira mit Schauspieler Oliver Wnuk.

Szene aus Schillers „Maria Stuart" im Nationaltheater Mannheim. Foto: Nationaltheater Mannheim.

Schillertage Mannheim: Für alle offen

„Friedrich Schiller ist der deutsche Shakespeare", sagt Ingoh Brux, Chefdramaturgist des Nationaltheaters Mannheim. Der deutsche Historiker ist mit Werken wie „Die Jungfrau von Orleans" oder „Wilhelm Tell" weltweit bekannt.

Mannheim spielte in Schillers Leben eine besondere Bedeutung. Sein Theaterstück „Die Räuber" wurde in Mannheim 1782 uraufgeführt und war ein großer Erfolg. Die Stadt Mannheim widmet Schiller deshalb seine eigenen Festivaltage, die Schillertage. Zum 18. Mal wird gesungen, gespielt und getanzt. Anfangs noch klein und national gehalten, sind die Schillertage mittlerweile international. Theatergruppen aus aller Welt kommen nach Mannheim, um ihre Aufführungen zu präsentieren. Zu Besuch sind dieses Jahr Theatergruppen aus Afrika.

„Die Theaterproduktionen durchleuchten auf ganz unterschiedliche Weise den Freiheitsbegriff von Schiller", so Brux. Das diesjährige Thema „Geschlossene Gesellschaft – für alle offen" bietet einen Bezug zu Europa und ist ironisch zu verstehen. Schillers Dramen werden nach politischen Themen auf ihre Aktualität geprüft. Im Vordergrund stehen die Flüchtlingsströme, die in Europa, aber auch in Südafrika zu finden sind.

„Nicht jede Produktion ist automatisch ein Schillerstück, die Produktionen haben aber alle einen Bezug zu diesem Thema", erklärt Brux. Das Fest ist also nicht nur für Schillerfans interessant. Alles andere als eine „Geschlossene Gesellschaft" in Mannheim.

Fabian Gaupp

Martin Wacker – zwischen Privatinteresse, Freizeitgestaltung und Job

„Das Zusammenspiel zwischen Publikum, Wissenschaft und Wirtschaft hat ‚Das Fest' gerettet, einen antreibenden Motor benötigt es natürlich immer", sagt Martin Wacker, Geschäftsführer von Event Karlsruhe. Ohne Wacker würde „Das Fest" in Karlsruhe nicht mehr existieren und ein besonderes Symbol für junge Leute wäre verloren. Die Finanz- und Sicherheitsprobleme sind gelöst worden, indem sich viele Firmen und Sponsoren zum Fest bekannt haben und ein wissenschaftliches Sicherheitskonzept entwickelt haben. „Das Rettungsmanöver war eine Ehre und Selbstverständlichkeit, damit wurde eine starke Marke für Karlsruhe erhalten", erklärt der 47-Jährige.

Neben seiner Tätigkeit als Geschäftsführer ist der gebürtige Karlsruher Kabarettist, Schauspieler, Moderator und Journalist. „Theater spielen am Abend ist für mich der ideale Ausgleich. Während andere Tennis spielen, genieße ich die Zeit auf der Bühne im Badischen Staatstheater Karlsruhe", sagt Wacker.

Seit 15 Jahren ist er Stadionsprecher beim Karlsruher Sport Club. Durch die Kombination von Beruf und Privatinteresse wird der Tag nie einseitig und bringt immer wieder neue Herausforderungen mit sich.

Die Stadt und Region rund um Karlsruhe haben einiges zu bieten, der Kulturraum sei vergleichbar mit dem einer großen Metropole. „Die Lage ist perfekt. Mit der S-Bahn sind es wenige Minuten in die Pfalz, in den Schwarzwald, in den Kraichgau und ins Elsass", sagt Wacker.

Ganz viel ausprobieren, nicht von Rückschlägen erschüttern lassen und möglichst früh ein großes Netzwerk bilden, gibt Wacker Berufseinsteigern mit auf den Weg. Event Karlsruhe bietet Praktika für Studenten an.

Lukas Huber

Martin Wacker, Geschäftsführer von Event Karlsruhe, zeigt EC-Student Lukas Huber die Programmhighlights von „Das Fest".

Die Show-Acts von Euroviva Entertainment sprechen alle Sinne an. Foto: Euroviva Entertainment.

Euroviva Entertainment Karlsruhe

Artistik-Show-Acts auf höchstem Niveau

Faszination, Spannung und atemberaubende Akrobatik. Das bietet Euroviva Entertainment aus Karlsruhe. Euroviva Entertainment produziert verschiedene Artistik-Show-Acts für Veranstaltungen, Fernsehshows und Events. Inhaber Erhard Fisoler: „Unsere Acts werden weltweit gebucht, wir waren schon oft in China, Südkorea oder auch den Vereinigten Arabischen Emiraten." Etwa 50 Prozent der Aufträge von Euroviva Entertainment kommen aus dem Ausland. Es werden Wasser, Luft, Bühnen, Pole, Musik und High-Performance Shows angeboten. „Unsere Vielseitigkeit ist ein Erfolgsrezept, denn nicht jeder Act passt auch zu jeder beliebigen Veranstaltung", sagt Fisoler.

Die Show-Acts sind ein Mix aus Artistik, mit teilweise Live-Musik und Technik auf höchstem Niveau. Euroviva Entertainment arbeitet mit etwa 20 freien Künstlern, Choreographen und Technikern zusammen. Die Shows werden in Karlsruhe in der Palazzo-Halle einstudiert. Fisoler war früher selbst Artist und kommt aus dem Trampolinsport. 1992 hatte er die Idee für die High-End Showproduktion Euroviva Entertainment. Seine Frau ist Artistin und Pianistin, und beide wollten von Beginn an die Kunst mit der Musik verbinden. „Ziel war es, dass unsere Show-Acts nicht nur einen, sondern mehrere Sinne ansprechen", sagt er. Euroviva Entertainment und Fisoler waren bereits viermal mit ihren Show-Acts bei der TV-Sendung „Das Supertalent". Außerdem wurden die Artistikacts der Helene-Fischer-Shows mitproduziert, „Für die Zukunft erhoffe ich mir, dass Euroviva Entertainment eine feste Marke wird, die sich weiter etabliert", so Fisoler.

Alexander Blum

Nathalie Weinzierl in der Luft bei einer eingesprungenen Sitzpirouette. Foto: Weinzierl.

Eiskunstläuferin Nathalie Weinzierl

Kraft, Kunst und Eleganz

Als Höhepunkt ihrer bisherigen Karriere bezeichnet Eiskunstläuferin Nathalie Weinzierl die Olympischen Spiele in Sotchi 2014. „Die Atmosphäre war fantastisch. Zusammen für Deutschland zu starten, war ein ganz besonderes Gefühl. Das möchte ich 2018 auf alle Fälle noch einmal erleben." Seit ihrem sechsten Lebensjahr startet die Deutsche Meisterin von 2014 für den Mannheimer ERC. Ab der Saison 2011/12 arbeitet sie mit ihrem Trainer Peter Sczypa zusammen. Sechs Tage die Woche trainiert die 21-Jährige meist drei Stunden täglich. „Eiskunstlaufen ist nicht nur eine elegante Sportart, es ist auch viel harte Arbeit und Disziplin. Man muss sich quälen können. Bei großen Wettbewerben, wie Welt- und Europameisterschaften meine Leistung zu zeigen und das Publikum zu begeistern, spornt mich an. Dafür trainiere ich täglich hart", so die gebürtige Saarbrückerin. Für Weinzierl ist Eiskunstlauf eine komplette Sportart, die Kraft, Kunst, Leichtigkeit und Eleganz miteinander verbindet. Vor allem in Deutschland sollte Eiskunstlaufen deshalb wieder mehr in den Vordergrund rücken. Für die Sportler ist es ebenfalls viel schöner, wenn ihre Leistung auch gewürdigt wird. In anderen Ländern, wie zum Beispiel den USA, Kanada oder Japan, sind die Menschen total begeistert vom Eiskunstlaufen. Die schwierigste Phase ihrer Karriere erlebte Weinzierl in der vergangenen Saison, als sie eine langwierige und schmerzhafte Rückenverletzung plagte. „Am Anfang wurden die Probleme nicht sofort erkannt und es macht einen wahnsinnig, wenn man nicht weiß, woher die Schmerzen kommen", berichtet sie. Mittlerweile hat sie diese Probleme jedoch mithilfe von Physiotherapie in den Griff bekommen und fühlt sich für neue Taten bereit.

Adrian Schager

EC Europa Campus führte auf der diesjährigen Internationalen Automobil-Ausstellung (IAA) in Frankfurt in Zusammenarbeit mit dem Automobilclub von Deutschland (AvD) eine qualitative Befragung zum Thema Automobil und Jugendliche bei Managern der Automobilindustrie durch.

EC-Dozenten pilgern auf dem oberschwäbischen Jakobsweg

Vier Tage lang wanderten die drei EC-Dozenten Prof. h.c. (P.R. of China) Dietmar Pfaff, Natalie Dechant und Frank Werthwein von Ulm nach Konstanz auf dem oberschwäbischen Jakobsweg. Zum zweiten Mal hatte Pfaff die kurze Pilgerreise organisiert, um den Dozenten einen Eindruck vom Pilgern zu geben. Den Jakobsweg nach Santiago de Compostela ist Pfaff selbst bereits mehrere Male gewandert. Von Ulm führte der Pilgerweg über Erbach, Oberdischingen und Aulendorf zum Kloster Reute in Bad Waldsee, weiter nach Ravensburg, Friedrichshafen, Meersburg und Konstanz. Die kleine Pilgergruppe war sich einig, dass Pilgern eine beeindruckende Erfahrung darstellt und die Lebensqualität steigert. „Ich habe die kurze Auszeit vom Alltag genossen und neue Kraft geschöpft. Diese Pilgerreise war sicher nicht meine letzte“, sagt Werthwein begeistert. An mehreren Stationen erhielten die Pilger Stempel in ihren Pilgerpass, um den zurückgelegten Weg zu dokumentieren. „Buen Camino“, einen guten Weg, wünschten sich auch die EC-Dozenten jeden Tag aufs Neue, bis sie ihr Ziel Konstanz erreichten.

Profihandballer Patrick Groetzki

Schaue vorwärts – niemals zurück

„Die Geschwindigkeit im Spiel, die Athletik und gleichzeitig die taktische Cleverness zeichnen für mich den Handballsport aus“, sagt Patrick Groetzki, Spieler des Handballbundesligavereins Rhein-Neckar-Löwen Mannheim. Groetzki schlüpfte mit fünf Jahren das erste Mal in Handballschuhe. Mit 18 Jahren kam der Wechsel von Pforzheim nach Mannheim und damit auch die Hoffnung, den Sprung in die Profiliga zu schaffen. Es waren seine Energie und seine ansteckenden Emotionen auf dem Spielfeld, die ihn in kürzester Zeit zum Publikumsliebling machten. 2009 begeisterte er ganz Handball-Deutschland mit dem Weltmeisterschaftstitel der deutschen Junioren-Nationalmannschaft in Ägypten. Dieser, aber auch der Gewinn des European-Handball-Federation (EHF) Cups 2013, zählen zu Groetzkis bisherigen Highlights. In seiner knappen Freizeit findet der 26-Jährige seinen Ausgleich im Golfspielen, Snowboard fahren, und nun hat er zusätzlich mit dem Yoga begonnen.

Auch einen Besuch bei der Familie in Pforzheim lässt er sich nicht nehmen. „Ich fühle mich wohl in der Mannschaft, kann jedes Jahr um drei Titel mitspielen und mich auf höchstem Niveau verbessern“, begründet er seine Vertragsverlängerung bis 2018. Besonders nach einem herben Rückschlag, dem verpassten Meisterschaftstitel 2014, lässt er seine Träume nicht aus den Augen. Getreu seinem Motto „Schaue vorwärts, niemals zurück“ sind der Gewinn der deutschen Meisterschaft, des DHB-Pokals und der Champions-League seine Ziele.

Handballspieler Patrick Groetzki plant seine Zukunft in der Heimatregion und bleibt bis 2018 bei den Rhein-Neckar-Löwen. Foto: Deniz Calagan.

Julia Gutbrod

Hundefrisbee

Catch it – das Spiel mit der Scheibe

Der orangefarbene Frisbee fliegt in hohem Bogen über die noch feuchte Wiese, ein Dalmatinerrüde rennt, so schnell er kann, hinterher. In diesem Moment ertönt aus der Flugrichtung „Catch it!“ und der Dalmatiner springt in die Luft und fängt die schnelle Scheibe. Sandra Lettang ist Übungsleiterin im Sport Hunde Verein (SHV) Kirrlach bei Karlsruhe. Sie trainiert dort mit ihrem Dalmatiner Chester. „Zum Dogfrisbee bin ich gekommen, weil ich nach einer sinnvollen Beschäftigung für meinen Hund Chester suchte“, sagt Lettang. Dogfrisbee oder auch Hundefrisbee sei ein Training, bei dem der Spaß, die gemeinsame Bewegung und das Herausfinden der individuellen Stärken im Vordergrund stehen.

Übungsleiterin Sandra Lettang mit Hund Chester beim Dogfrisbee Training.

Die Ausbildung, bis der Hund Dogfrisbee wirklich gut beherrscht, dauert drei Jahre. „Am ersten Tag einer Übungsstunde müssen die Herrchen erst einmal richtig werfen lernen, damit der Hund sich beim Springen nicht verletzt“, so die sportliche Übungsleiterin. Die Hunde dürfen außerdem zwei Stunden vor jedem Training nicht mehr gefüttert werden. „Generell kann jeder Hund Dogfrisbee ausüben, auch wenn er schon älter ist. Grundsätzlich dürfen nur junge Hunde, also bis 18 Monate, noch keine Sprünge machen. Das ist schädlich für die Wirbelsäule“, warnt Lettang.

Jedem Hundehalter, der eine bessere, engere Bindung zu seinem Hund aufbauen möchte, ist diese Sportart nur zu empfehlen. „Dogfrisbee macht viel Spaß, mein Hund ist total begeistert, es stärkt unsere Bindung ungemein, und wir haben beide Spaß am Frisbee Spiel“, berichtet Lettang.

Laura Hertweck

FFH-Sportchefin Sonja Pahl

Den Blick für das Wesentliche nicht verlieren

„... also eine gute Nachricht für Fußball-Fans in Hessen. Ich bin Sonja Pahl aus Frankfurt.“ Mit diesem Schlusssatz kommt Sonja Pahl aus ihrer Kommentatoren-Kabine. Als Studentin hat Pahl ein Praktikum in der Sportredaktion des Senders Radio FFH gemacht. Die Diplom-Anglistin mit den Nebenfächern Wirtschaftswissenschaften und Spanisch kam vom Medium Radio und dem Sender FFH nicht mehr weg. Ihr Praktikum endete in einer Tätigkeit als freie Journalistin. Das Volontariat folgte direkt nach dem Studium im Sender. Danach arbeitete sie in der Sportredaktion. „Man sollte schon eine gewisse Affinität zum Sport haben. Aber es darf auch nicht zu viel sein, damit man den Blick für das Wesentliche nicht verliert“, erläutert die 42-Jährige Sportchefin. Seit 2011 ist die gebürtige Offenbacherin Leiterin der Abteilung Sport bei Hit Radio FFH. „Die abwechslungsreiche Arbeit macht mir Spaß. Hier ist kein Arbeitstag wie der andere. Es kann schon einmal sein, dass man am Abend zu Handball-, Eishockey- oder Fußballspielen oder nachts auf Pressekonferenzen muss und somit keine geregelten Arbeitszeiten hat.“ Ein Praktikant sollte auf jeden Fall multitaskingfähig sein und hat im besten Fall alle Kanäle am Platz offen, nicht nur die multimediale Ebene, sondern hat auch Augen und Ohren im Bezug auf Nachrichten und Telefon offen. Die Sportredaktion und die Redaktion von Hit Radio FFH bieten Praktika für Studenten an.

Sonja Pahl, Sportchefin von Hit Radio FFH, macht ihre Arbeit Spaß. Foto: Hit Radio FFH.

Florian Schönwald

Eintracht-Frankfurt-Vorstand Axel Hellmann

Zur richtigen Zeit am richtigen Ort sein

Axel Hellmann, Vorstand von Eintracht Frankfurt, (r.) führt EC-Student Ivan Stoyanov durch das Frankfurter Stadion.

„Das entscheidende 5:1 gegen Kaiserslautern 1999 mit dem Übersteiger von Jan-Aage Fjörtoft war sicherlich das bemerkenswerteste Spiel, das ich je erlebt habe“, sagt Axel Hellmann, Vorstand von Eintracht Frankfurt. Viele junge Menschen würden gerne ihr Hobby zum Beruf machen, doch nur wenigen gelingt es tatsächlich. Hellmann ist gelernter Jurist und erst später zu seinem Traumjob gekommen. „Im Sommer 2001 traf ich Peter Fischer, der mich fragte, ob ich ihm bei Eintracht Frankfurt helfen möchte, als er ins Präsidium kam. Da war ich zur Stelle“, so Hellmann. Als eines von zwei Vorstandsmitgliedern ist er zuständig für die gesamte Organisation und die Finanzen. Weitere Aufgaben sind das Merchandising, Ticketing, Fans, Sicherheit, Personal, IT, quasi alles, was im Hintergrund eines Fußballvereins laufen muss, damit samstags elf Jungs auf dem Platz stehen können. Selbstverständlich braucht ein junger Mensch auch ein wenig Glück und persönliche Kontakte, jedoch ist es möglich, seinen Traum zu leben. „Das Wichtigste ist tatsächlich, eine ordentliche Grundausbildung im Studium zu machen und sich nicht von vornherein zu spezialisieren“, erklärt er. Viel wichtiger sei es, eine Menge zu verstehen von wirtschaftlichen und juristischen Themen, Organisation und Management. „Außerdem muss man zur richtigen Zeit am richtigen Ort sein“, so Hellmann. Bei Eintracht Frankfurt ist für ihn jeder Arbeitstag spannend und besonders.

Ivan Stoyanov

Skateboarding als Lifestyle

Die Sportart Skateboarding gibt es schon seit über 35 Jahren in Deutschland. „Wir denken, dass man angesichts dieser Tatsache kaum von einer Trendsportart sprechen kann“, sagen Michael und Andreas Preisler. Die beiden Geschäftsführer des Skateshops Titus Karlsruhe und des Lifestyle Stores Unikat sind seit 1994 aktiv für Skateboarding im Raum Karlsruhe unterwegs und tragen zur Entstehung und Aufrechterhaltung dieser Szene einen großen Teil bei. Mit Workshops, der Realisierung von verschiedenen Veranstaltungen wie dem Fest Cup, der Umsetzung eigener Wettbewerbe zum Beispiel im Skatepark Wörth und dem Support von Skateboarding Vereinen unterstützen sie zurzeit die regionale Skateszene.

„Skateboarding ist nicht nur ein Sport, es ist eher ein Lifestyle“, sagt Michael Preisler über Skateboarding. Auch EC-Student Ugurtan Cira kann dies bestätigen. „Skateboarding ist mehr als Sport, es ist fast schon eine Lebenseinstellung“, sagt Cira. Die Szene im Raum Karlsruhe hat in den vergangenen zwei Jahren jedoch leider stark abgenommen, da auch hier der Nachwuchs fehlt.

Die Region Karlsruhe bringt allerdings erfolgreiche und bekannte Sportler heraus. Alex Mizurov ist einer von ihnen. Er hat unter anderem 2006 das internationale éS Game of Skate in San Diego (USA) gewonnen und ist weltweit bekannt.

Ugurtan Cira

EC-Student Ugurtan Cira beim Skateboarding im Skatepark Kandel, Foto: Marc Schillinger.

EC-Student Timo Kannegießer beim Bubble Soccer.

Trendsportart Bubble Soccer

In die Bubbles – fertig – los!

Endlich hat es die Trendsportart Bubble Soccer auch nach Deutschland geschafft. Der aus Dänemark stammende Sport ist ein Spiel, bei dem man zu zweit, aber auch in Mannschaften in großen durchsichtigen Bällen, genannt Bumperz, Fußball spielen kann. Diese haben einen Durchmesser von etwa 90 Zentimetern und wiegen etwa acht Kilogramm. Die sechs Kammern werden über einen Kompressor mit Luft gefüllt.
Die Trendsportart hat in kurzer Zeit viele Begeisterte und Anhänger gefunden. Bubble Soccer ist für Jung und Alt, stärkt den Teamgeist und kann outdoor und indoor, beispielsweise in Turnhallen oder auf Kunstrasenplätzen, gespielt werden. Ziel des Spiels ist es, wie im klassischen Fußball, mehr Tore als die gegnerische Mannschaft zu schießen. Allerdings ist dies in den Bumperz, die jedem Spieler als Airbag dienen, etwas schwieriger als gedacht, da erstens die Beweglich- und Schnelligkeit eingeschränkt ist und es zweitens erlaubt ist, mit gezielten Stößen andere Spieler um zu „bumpen". Auch das Aufstehen nach einem Check kann sich manchmal zu einer schwierigen Aufgabe entwickeln, da der Spieler genug Schwung braucht oder eine gute Technik, um schnell wieder auf den Beinen zu sein. Ansonsten gelten die gleichen Regeln wie im Fußball. Körperkontakt per Bubble-Check ist erlaubt, allerdings nicht von hinten.

Das Vergnügen steht eindeutig im Vordergrund. „Auch mir macht es jedes Mal aufs Neue einen großen Spaß, diese Veranstaltungen zu organisieren, da auch das Zuschauen sehr witzig ist", sagt der Veranstalter des „SSV Gaudi-Spaß Cups" in Mannheim Vogelstang Carsten Piwko. Zum Spielen sind nur die Bumperz nötig, die man sich ausleihen kann, zwei Tore und ein paar Mitspieler. Die Gründe, die Bubble Soccer zu einem unvergesslichen Spaß machen, sind vielfältig. Das Spiel ist schnell erlernbar und es sind keine speziellen Fähigkeiten oder Vorkenntnisse notwendig, um mitspielen zu können.

Timo Kannegießer

Profifußballer Dragoslav Stepanović

„Lebbe geht weider“

Dragoslav Stepanović kennt sich im Fußballbusiness aus. Foto: Eintracht Frankfurt Museum.

Dragoslav Stepanović ist eine interessante Persönlichkeit in der Fußballbundesliga-Geschichte. Er war einer der weltbesten Außenverteidiger und spielte im Abschiedsspiel 1971 von Pelé im größten Fußballstadion Maracanã vor fast 200 000 Zuschauer und ist den meisten Fußballfans durch seinen legendären Spruch „Lebbe geht weider“ und die verlorene Meisterschaft von Eintracht Frankfurt 1991/92 in Erinnerung geblieben. In seinem Buch „Lebbe geht weider. Das Leben des Dragoslav Stepanović“ beschreibt er seinen Werdegang als Profifußballer und später als Cheftrainer.

Das Business in der Fußballbranche ist meistens von Höhen und Tiefen geprägt. „Die Fußballbranche ist ein hartes und schnelllebiges Geschäft“, sagt er. Trotzdem zählt für Stepanović Fußball zu der schönsten Nebensache der Welt. Für ihn gehören Marketing und eine effiziente Vereinsführung zu den wichtigsten Bestandteilen eines Vereins. Der 36-malige jugoslawische Nationalspieler hatte unter anderem mehrere Stationen bei deutschen namhaften Vereinen, eine als aktiver Spieler bei Eintracht Frankfurt mit 63 Pflichtspielen und fünf Toren und mehrere Stationen als Cheftrainer, wie Bayer Leverkusen oder Kickers Offenbach. „Einen Job als Nationaltrainer oder als Jugendkoordinator würde mich nochmal reizen“, erklärt Stepanović.

Alessandro Taliento

Kevin Gerwin – Sportbegeistertes Multitalent

Kevin Gerwin ist Radiomoderator, Sportjournalist, Hallensprecher und Komiker. „Es ist manchmal schwierig, alle Jobs unter einen Hut zu bringen. Viel Freizeit bleibt da nicht“, sagt er. Seine Anfänge machte Gerwin als Volontär beim Radiosender Jam FM. Seit 2009 ist er beim Sender „Die neue Welle“ tätig und moderiert dort unter anderem die wöchentliche Sendung „Vereine machen Vielfalt“. „Es ist schön, die Vereine zu besuchen, die sonst nicht im Rampenlicht stehen“, beschreibt Gerwin seine Arbeit.

Kevin Gerwin als Kommentator beim Auswärtsspiel des KSC in Braunschweig. Foto: Marvin Güngör/GES-Sportfotografie.

Den Traumberuf Sportjournalist hatte der gebürtige Mann aus dem Ruhrgebiet allerdings nie. Dies ergab sich, laut Gerwin, erst im Laufe der Zeit als Radiomoderator. Seine erste Erfahrung machte er beim letzten Spieltag der Saison 2010/11, als er für das Spiel Karlsruher SC – Union Berlin als Co-Kommentator angefragt wurde. „Das war für mich ein Traum. Ich habe damals die ganze Nacht nicht geschlafen“, beschreibt der 28-Jährige dieses Erlebnis. Heute zählt es zu seinem Alltag, jedes Spiel des Karlsruher SC im Radio zu kommentieren. Außerdem ist er Hallensprecher der Rhein-Neckar-Löwen. Seine Tätigkeit als Komiker startete er 2009 beim „Quatsch Comedy Club“. Seit kurzem ist er Teil der Fernsehsendung „Geht's noch?! – Kayas Woche“ und dort für den „Aufreger der Woche“ zuständig.

Angehenden Sportjournalisten rät er, immer authentisch zu sein. Eine wesentliche Voraussetzung ist allerdings die Leidenschaft für den Sport, die man nicht erlernen kann. Die neue Welle bietet für Studenten Praktika an.

Dennis Schumacher

Departmentgreen Langenseibold

Handtaschen mit dem typischen Karabiner

Die EC-Studentinnen Franziska Naujokat und Laura Schäfer beim Einkaufen im George-Gina-Lucy Store in Frankfurt.

1500 Taschen. Innerhalb von vier Wochen restlos ausverkauft. Das Unternehmen Departmentgreen hat es geschafft, 2004 mit ihren George Gina und Lucy Taschen einen großen Trend zu entwickeln. Die Gründer Nicolas Neuhaus, seine Frau Nicole Bailly und ihr gemeinsamer Freund Oliver Bruha entwarfen gemeinsam die Nylontaschen, mit dem bunten, schrillen, und verrückten Stil. Der charakteristische Karabiner ist das Erkennungszeichen der Handtaschen. Zu Beginn war es die Idee, T-Shirts zu gestalten, schließlich kam die Inspiration der Handtaschen. Im hauseigenen Gebäude entwerfen die eigenen Designern die Taschen, die dann von Fremdfirmen produziert werden. Die Taschen wurden zu Beginn in den Modeläden von Bailly Diehl verkauft, und heute kann der Kunde sie in ihren eigenen Geschäften von George Gina und Lucy kaufen.

Neuhaus sagt: „Keine Marke schafft es, hip zu bleiben. Man muss es schaffen, aktuell zu bleiben, sich umzuschauen, ein Gespür für den aktuellen Trend zu haben. Und natürlich schauen, was in der Zukunft aktuell ist.“ Heute setzt sich das Sortiment nicht nur aus Nylontaschen zusammen, sondern auch aus Leder- und Lack-Kollektionen, Geldbeutel, Sporttaschen, Sonnenbrillen und Parfum.

Neben den George Gina und Lucy Taschen entwickelt das Unternehmen noch die Casualwear-Marke Gwynedds im Stil von sportlichen Klamotten und dem Lifestyle-Wasser Ganic Water, das aus natürlichem Konservierungsgeschmack hergestellt wird. Neuhaus erklärt: „Ein Unternehmer sollte sein Konzept in einem Satz beschreiben können. Es ist wichtig, seinen Charakter beizubehalten und authentisch zu bleiben.“

Seda Ergen

Kommunikationsagentur Schillinger und Pankratz

Premium Plattformen für Premiummarken

Geschäftsführer Michael Schillinger zeigt EC-Studentin Franziska Naujokat die Lagerbestände für Golfturniere.

Wie schafft man es, Mercedes Benz auf der Golf Plattform in die Golfmedien zu bringen? Mit dieser und vielen ähnlichen Fragen beschäftigt sich die Kommunikationsagentur Schillinger und Pankratz in Frankfurt. 2010 gründeten Michael Schillinger und Christian Pankratz die Agentur für alternative Kommunikation, die sich auf den Bereich Premium Sport spezialisiert hat. Mit ihrem Team entwickeln sie kreative Ideen für Sportevents und setzen diese um. „Wir erwarten von unserem Team, dass sie Generalisten sind, die sich in jedem Bereich auskennen, seien es PR, Event oder Strategie", sagt Geschäftsführer Schillinger, „trotzdem hat jeder seine Stärken, die wir in Zukunft noch mehr fördern wollen". Ziel ist es, eine emotionale Bindung zwischen dem Konsumenten und der Marke herzustellen und dies geschieht mithilfe von einem überraschenden Erlebnisevent. „Da wir uns von unseren Wettbewerbern differenzieren wollen, haben wir uns auf Premium Sportarten wie Golf, Tennis und Reiten fokussiert, wo wir den besser verdienenden Teil der Bevölkerung antreffen", erklärt Schillinger. Zu den Hauptkunden gehören Mercedes Benz, die deutsche Bank, der deutsche Golfverband, ATP Tennis und die Privatbank Sal. Oppenheim. Schillinger und Pankratz bietet Praktikumsplätze für Studenten an.

Franziska Naujokat

PR-Agentur Edelman Frankfurt

Social Media wird immer wichtiger

Kreative Ideen, Leidenschaft für die Arbeit, Begeisterung für jeden Kunden und innovative PR-Konzepte – das zeichnet die Frankfurter PR-Agentur Edelman aus. Sie wurde 1952 von Daniel J. Edelman gegründet. „Jeder Tag ist anders. Einen typischen Arbeitsalltag gibt es nicht: Das macht die Attraktivität des Jobs aus", sagt Martin Flörkemeier, der für den Standort Frankfurt verantwortlich ist, über den Beruf eines PR-Beraters. „Vielfältigkeit, die Nicht-Planbarkeit und ständig neue Leute kennenzulernen." Das ist das Besondere am Job eines PR-Beraters. Seit über 18 Jahren ist er bei Edelman tätig und in der Zeit hat sich viel verändert. „Damals haben wir noch viel klassische Pressearbeit gemacht. Das ist heutzutage vielschichtiger und dialogorientierter geworden." Auch Social Media spielt eine immer größer werdende Rolle.

Senior Account Executive Daya Houdayer und EC-Studentin Laura Horwitz im Mitarbeiter-Aufenthaltsraum von Edelman.

„Früher haben wir einfach versucht, Produkte und Unternehmen zu kommunizieren. Heute überlegen wir, was für die Zielgruppe interessant ist, um es dann mit anderen zu teilen." Vor elf Jahren hatte Edelman weniger als 20 Mitarbeiter, heute sind es über 100. „Wir wollen weiter wachsen – im Markt, aber auch in Kompetenz. Zurzeit sind wir auf dem Weg, uns viel mehr mit Experten auszustatten."

Der Mix aus familiengeführtem Unternehmen und der Möglichkeit, in einem globalen Netzwerk zu arbeiten, beschreibt die Kultur von Edelman am besten. Edelman bietet Praktikumsplätze für Studenten an.

Laura Horwitz

Modehaus Pfüller

Trends frühzeitig erkennen

Eine Verkäuferin bei Pfüller informiert EC-Studentin Laura Horwitz über die neuesten Taschen-Trends.

„Familiär, durchaus in Frankfurt bekannt und bodenständig." So beschreibt Benjamin Pfüller sein Luxus-Modehaus für Frauen in der Goethestraße. 1887 eröffnet Louise Pfüller das Modehaus und benannte es nach ihrem Lieblingsenkel August. Seitdem steht das Unternehmen für Modebewusstsein, Stil und ausgesuchte Qualität. Benjamin und Felix Pfüller führen es in der 6. Generation.

Auf drei Etagen finden Kundinnen alles, was das Modeherz begehrt. Von Valentino bis Balenciaga sind alle großen Marken vertreten. „Was uns von anderen unterscheidet ist, dass wir einen direkten Weg zu den Kunden haben. Wir legen viel Wert auf traditionelle und persönliche Kundenberatung. Das ist ein großer Vorteil: schnell reagieren zu können, wenn etwas nicht funktioniert."
Auch wenn Social Media immer wichtiger wird, um Unternehmen zu vermarkten, die wichtigste Vermarktung ist laut Benjamin Pfüller Mundpropaganda.
Was das Modehaus in den Verkauf aufnimmt, ist eine reine Bauchentscheidung. Gleichzeitig muss das Team schon frühzeitig erkennen, was der nächste Trend sein könnte und darauf setzen. „Die Frau, die bei Pfüller einkauft, sollte mutig, selbstbewusst, modisch informiert, bereit sein, sich beraten zu lassen und für gewisse Dinge Geld auszugeben." Das Modehaus Pfüller bietet Praktikumsplätze an.

Laura Horwitz

Auktionshaus Seidel Ladenburg

Neid und Gier als Seele einer Auktion

Seit seiner ersten Auktion 1989 hat sich das Auktionshaus Seidel in Ladenburg bis heute einen Stamm von etwa 15 000 Kunden aufgebaut. Auktionator Götz C. Seidel: „Unsere Klientel bewegt sich im Alter zwischen 40 und 90 Jahren und kommt mittlerweile aus aller Herren Länder." Die Aufgabe eines Auktionshauses ist es, Sammlungen von Kunden umzuschichten. Den Handel mit Antiquitäten beschreibt Seidel als einen Kreislauf: „Sammler kaufen, lagern die Ware irgendwo ein, und diese taucht dann wieder auf dem Markt auf."
Durchschnittlich 400 Interessenten besuchen einen Auktionstag. Veranstaltungen werden bereits Monate im Voraus geplant, da auch internationale Werbung geschaltet werden muss. „Heute helfen uns die modernen Medien sehr. Kunden aus China oder Australien können so Kataloge einsehen und Auktionen verfolgen", sagt Seidel. Ob Spielzeug, Schmuck, Modellautos, Uhren oder Designertaschen – das Angebot im Auktionshaus ist groß.
Die Auktionsgegenstände bekommt das Unternehmen von seinen Kunden auf Kommission und erhält bei Verkauf eine Provision. Im Ladenburger Auktionshaus soll der Geist einer Auktion im eigentlichen Sinne weiterleben. Seidel: „Wir wollen eine persönliche Beziehung zu unseren Kunden aufbauen. Alles andere wäre wie bei ebay. Neid und Gier. Das ist die Seele einer Auktion."

Florian Reis

Auktionator Götz C. Seidel während einer Auktion.

Variete-Theater Pegasus Bensheim

Comedy, Kabarett und Akrobatik

„Pegasus gilt als das Symbol der Musen, des Dichtens und der schöpferischen Kräfte. Dahinter steckt die Geschichte Perseus, Sohn des Zeus. Pegasus kommt aus dem Griechischen“, sagt Thorsten Dewald. Er und Heike Grammbitter sind die Besitzer des Variete-Theaters Pegasus in Bensheim. Seit 1996 bietet das Theater über das ganze Jahr hinweg eine mitreißende Show. Das Programm ist mit Comedy, Kabarett, Akrobatik, Artistik, Tanz und Zauberei nicht nur vielseitig und abwechselungsreich, sondern auch thematisch auf die jeweiligen Jahreszeiten abgestimmt. Besonders die Herbstshow ist jedes Jahr außergewöhnlich.

In der Varieteshow treten internationale Künstler auf. „Lachen, loslassen, staunen und genießen ist das Motto“, so Grammbitter. Neben dem Tanztrapez, Handakrobatik und Ringjonglage treten Künstler wie Brian O'Gott oder Jongleur Jochen Schell auf. Musik und Stand up Comedy verschmelzen zu einer unterhaltsamen Show.

Im Rahmen eines Work Placements erhalten junge Artisten die Gelegenheit, bereits vor Abschluss ihrer Prüfung eine Saison mit erfahrenen Kollegen im Team des Variete-Theaters zu spielen und bekommen so professionelle Unterstützung. Insgesamt gibt es 199 Sitzplätze für die Gäste. „Es sollte verrückt und etwas Neues sein“, sagt Dewald. Das Verrückte und Märchenhafte ist überall zu erkennen. In den Kostümen wie auch in den Künstlern. In der vergangenen Show hatte das Theater ein selbstgebautes Karussell. Statt Sitzgelegenheiten auf dem Karussell waren es Menschen. Das Karussell wurde durch ein Fahrrad zum Drehen gebracht.

Das Variete-Theater Pegasus macht auf sich aufmerksam durch Facebook mit aktuellen News, Flyern, Einladungen von Meinungsbildnern und Kooperationspartnern sowie mit der Website.

Lynn Tamberger

Hundeheim Karlsruhe – Zimmer statt Zwinger

EC-Studentin Melanie-Helen Baier hat Freude an der Beschäftigung mit Hunden.

Enge Zwinger, eingepfercht mit mehreren Hunden in einem kleinen Raum, so sieht es in den meisten Tierheimen aus. Nicht so in der Begegnungsstätte Mensch-Hund Karlsruhe. Seit 2013 ist das Hundeheim ein eigener Verein und beherbergt bis zu 30 Hunde. Nicht nur die familiäre Atmosphäre unterscheidet das Hundeheim von anderen Tierheimen, sondern auch die großen Auslaufplätze und die freie Haltung der Hunde. Die Tiere haben zwar ihre eigenen Zimmer, in denen sie ihre Rückzugsmöglichkeiten besitzen, können aber auch den Auslauf nutzen oder einfach quer durch den Eingangsbereich toben. „Es ist uns wichtig, dass die Hunde sich bewegen können und nicht eingesperrt sind, wir fördern die Bewegungsfreiheit eines Hundes und unterdrücken diese nicht", erklärt die Hundeheim-Leiterin Cornelia Napparell.

In den vergangenen Jahren wurden im Durchschnitt 100 bis 150 Hunde im Jahr vermittelt, eine gute Quote. Jedoch lässt sich diese zurzeit durch den aktuell boomenden Internethandel auf die Hälfte minimieren. Für die Leiterin steht das Wohl des Hundes im Vordergrund, und wenn es ihr nicht angemessen und passend erscheint, sagt sie auch mal Nein zu einer Vermittlung. Die vier Teilzeitkräfte, einige Aushilfskräfte und viele ehrenamtliche Helfer kümmern sich aufopfernd um jeden einzelnen Hund. „Es ist jedoch schwer, wir leben ausschließlich von Spenden, und die Tierarztrechnungen sind teuer", erläutert Napparell.

Melanie-Helen Baier

Rapper Vega

An die Spitze der deutschen Charts

Eigentlich heißt er Andre Witter. Der Frankfurter Rapper Vega ist gerade 30 geworden. Mit seinem aktuellen Album Kaos hat er es im Januar auf Platz eins der deutschen Albumcharts geschafft und damit sogar Helene Fischer vertrieben. Auffällig ist, dass Vega in der jüngsten Vergangenheit noch übergewichtig und unmotiviert war. „Ich war unzufrieden und hatte mir ein Schutzschild angefressen. Dann habe ich beschlossen, alle schlechten Einflüsse aus meinem Leben zu streichen: mein altes Management, die Misswirtschaft, meine damalige Beziehung. Mein Album heißt ja auch Kaos, weil ich die Unordnung in meinem Leben beseitigt habe", sagt Vega. Nachdem er schon mit seinen vorherigen Alben Erfolg hatte, schaffte er es diesmal ganz nach oben. Auch über die Lied- und Albumauswahl hat er sich besonders Gedanken gemacht. „Ich bin allgemein eher ein Chaostyp, in meinem Kopf ist oft einiges durcheinander. Ich habe immer tausende Ideen, mein Kopf ist permanent am Rattern", sagt Vega. Im Gegensatz zum vorherigen Album Nero klingt Kaos anders. „Ich bin generell wieder viel offener und energiereicher, einfach besser drauf als in der Phase, in der Nero entstand. Am Ende hat sich das dann auch auf die neuen Songs übertragen", blickt Vega zurück.

Vega live bei einem seiner Tourauftritte in Frankfurt. Foto: Freunde von Niemand.

Ivan Stoyanov

Prof. Dr. Gerhard Trabert verarztet einen Obdachlosen im Arztmobil. Foto: Verein Armut und Gesundheit in Deutschland.

Mainzer Poliklinik

Behandlung für Menschen ohne Krankenversicherung

Nicht nur im Ausland gibt es Menschen, die von Armut betroffen sind und sich keine Krankenversicherung leisten können, oder kein Recht darauf haben, sondern auch in Deutschland. Doch gerade diese Menschen brauchen medizinische Hilfe. Prof. Dr. Gerhard Trabert ist Mitgründer des Vereins Armut und Gesundheit in Deutschland und dessen Poliklinik für Menschen ohne Krankenversicherung.

Seit mehr als 20 Jahren kümmern sich Trabert und der Verein um obdachlose Menschen. Bei der medizinischen Versorgung wohnungsloser Menschen merkte er, dass immer mehr Menschen keine Behandlung im Krankenhaus oder bei anderen Ärzten bekommen, da sie nicht mehr versichert sind oder keinen aktuellen Versicherungsnachweis besitzen, zum Beispiel privat versicherte Menschen, die ihre Beiträge nicht mehr zahlen können. In der Mainzer Poliklinik werden Menschen behandelt, unabhängig davon, ob sie eine Krankenversicherung in Deutschland haben oder nicht.

„Der Leitsatz unseres Vereins ist: Gesundheit ist ein Menschenrecht!", ergänzt Trabert. Doch einfach war es nicht, eine solche Klinik ins Leben zu rufen. Alles wird von Spendengeldern, anfangs sogar teilweise von Trabert selbst, finanziell getragen. Mittlerweile hat der Verein über 20 Ärzte für dieses Projekt zur Verfügung, darunter Zahnärzte, Frauenärzte, Kinderärzte, Psychiater, Chirurgen und Internisten. Auch Sozialarbeiter und Juristen sind mit dabei, wodurch eine psychosoziale Begleitung und Rechtsberatung möglich ist. Trabert ist es wichtig, die Menschen zurück ins System zu führen: „Als erstes versuchen wir immer, die Menschen wieder bei einer Krankenversicherung unterzubringen. Es wäre schön, wenn wir irgendwann nicht mehr notwendig wären, doch dies ist noch in weiter Ferne."

Robin Trabert

Musik-Kabarett Schatzkistl Mannheim

Dem Publikum ganz nah

Compania Flamenco Solera zu Gast im Schatzkistl. Foto: Kultur Netz Mannheim Rhein-Neckar.

Von Kabarett über Comedy und Importtheater bis hin zu Pop- und Jazzkonzerten, Klassik oder Tanz – das Schatzkistl bietet mit rund 180 Veranstaltungen im Jahr für jeden genau das Richtige. Alles begann 1997 im „Holzkistl", der ebenso verwaisten wie legendären Kellerbar im damaligen Hotel Steigenberger Mannheimer Hof: Brüchiges Holz verwandelte sich in einen wertvollen Schatz für die Kulturlandschaft der Metropolregion. Das Schatzkistl, Mannheims schönstes Musik-Kabarett, war geboren. Großartige Kleinkünstler gastieren im Theater, im dem bis zu 99 Gäste Platz haben.

„Die Nähe vom Publikum zum Darsteller auf der Bühne macht das Schatzkistl so besonders", sagt Peter Baltruschat, Gründer und künstlerischer Leiter des Musik-Kabaretts: „In den ersten Reihen fühlt sich der Zuschauer, als wäre er mitten im Geschehen auf der Bühne dabei".

Um die einzigartige Atmosphäre am Leben zu halten, hat sich seit Gründung des Schatzkistl nur wenig verändert. „Stabilität ist uns wichtig, wir widmen uns jedem Detail, damit das Schatzkistl wie am ersten Tag aussieht", erklärt der Theaterleiter. Wie alle kulturellen Einrichtungen ist auch die kleine Theaterbühne auf finanzielle Förderung angewiesen, um die Qualität weiterhin sichern zu können. „Ohne Sponsoren, Gönner, Freundeskreis und verschiedene Stiftungen würde das Schatzkistl nicht existieren können."

Fabian Gaupp

Schmuckwelten Pforzheim

Im Herzen der Goldstadt

Geschäftsführer Michael Buck gibt EC-Student Sebastian Majer einen Einblick in die Schmuckherstellung.

Die Pforzheimer Schmuckwelten bestehen nicht nur aus einer Ausstellung. Es gibt zum Beispiel die Gläserne Manufaktur, bei der der Besucher einen Blick hinter die Kulissen der Schmuckfertigung erhalten kann. Auch die Mineralienwelt ist neben vielen Workshops Bestandteil der Schmuckwelten. Mit 5000 Exponaten ist sie eine der größten Privatsammlungen Süddeutschlands. Viele regionale Mineralien, etwa aus dem Schwarzwald, bilden den Charakter der Mineralienwelt. Das Mitmach-Museum mit anschließender Einkaufspassage feiert dieses Jahr zehnjähriges Bestehen. Den Verlauf der zehn Jahre beschreibt Geschäftsführer Michael Buck als stürmisch, die mit viel Schwung und Elan begonnen haben und somit eine regionale Präsenz erreicht wurde. Ob junge Schulklasse oder chinesische Reisegruppe, es ist für jeden etwas dabei. „Auch die Etablierung im Bus-Markt hat uns viel Arbeit gekostet", erklärt Buck. „Es war schwierig, den Reiseunternehmen klarzumachen, dass Pforzheim nicht nur Durchreisestation ist, sondern auch eine Anlaufstelle für Touristen". Die Stadt Pforzheim feiert 2017 ihren 250. Geburtstag. Dies wird der nächste große Event, bei dem die Schmuckwelten als Mitveranstalter stark vertreten sein werden.

Sebastian Majer

Turmberg Karlsruhe-Durlach

Wahrzeichen und kulinarisches Geschmackserlebnis

Der imposante Blick aus 277 Metern Höhe über das Rheintal bis zum Pfälzer Wald versetzt so manchen Besucher ins Staunen. Der im letzten Viertel des 11. Jahrhunderts durch Graf Berthold von Hohenberg erbaute Turmberg wurde 1565 als Wachturm für Karlsruhe-Durlach genutzt. Erstmals erwähnt wurde er jedoch schon 771 und 785 im Lorscher Codex, allerdings damals noch bekannt unter dem Namen Hohenberg. Seit 1888 ist die Besichtigungsebene mit der Turmbergbahn zu erreichen. Wer es sportlicher mag, kann die Alternative über die Hexenstäffele nehmen. Dieser Treppenweg beginnt in der Posseltstraße und führt auf direktem Wege über 528 Stufen auf den Turmberg. Nicht nur wegen des Ausblicks zieht es so manchen Besucher in die Höhe Durlachs, auch das Restaurant „Anders auf dem Turmberg" überzeugt mit seinen kulinarischen Künsten. Der Inhaber und Koch Sören Anders begeistert seine Gäste mit regionalen Produkten und außergewöhnlichen Aromen. Nach zwei Jahren gab er 2014 seinen Stern freiwillig auf, um das Restaurant umzubauen und das Angebot zu verändern. „Ich wollte weg vom Image der Pinguine und der steifen Tischdecken, einfach eine lockere und gediegene Atmosphäre kreieren", erklärt der 29-Jährige. Im Restaurant sind zurzeit etwa 30 Mitarbeiter angestellt, davon neun Auszubildende. Im SWR können Zuschauer seine Sendung „Leibspeise mal Anders" verfolgen und Gerichte nachkochen.

Koch Sören Anders bei seiner SWR-Sendung „Leibspeise mal Anders" in den Pommerner Weinbergen über der Mosel. Foto: SWR/avmedien/Basmann, Covic.

Melanie-Helen Baier

Marriott Hotel Frankfurt

Servicegedanke groß geschrieben

„Das Marriott steht für Innovation und Service. Das bedeutet, dass wir individuell auf die Wünsche unserer Kunden eingehen", erläutert Anke Wehmeier, Director of Human Resources des Marriott Hotels in Frankfurt. Dieser Leitgedanke hat das Unternehmen zu einer der größten Hotelketten mit 3 800 Häusern in über 72 Ländern weltweit gemacht. Was alles mit einem kleinen Root Beer Stand in Washington D.C. begann, entwickelte sich zunächst zu einer Franchise-Kette mit den ersten Drive-in-Restaurants. 1957 wurde das erste Hotel in Virginia eröffnet. Zu Marriott gehören mittlerweile über 20 Marken, unter anderem die berühmte Luxusmarke „Ritz Carlton".

Der Makkabi-Ball 2014 im Ballsaal des Marriott Hotels in Frankfurt. Foto: Rafael Herlich.

Das Hotel in Frankfurt liegt zentral, direkt gegenüber der Messe und dem Tagungszentrum und nicht weit vom Frankfurter Flughafen. „Wir definieren uns als First-Class-Businesshotel, aber auch als Convention Center. Unsere Gäste sind hauptsächlich Geschäftsreisende, die hier meistens über ihre Firmen große Tagungen und Veranstaltungen durchführen", erklärt Wehmeier. Durch die 25 Konferenzräume und den größten Ballsaal Frankfurts bietet sich das Hotel durchaus für große Firmen an, deren Mitarbeiter in den 564 Zimmern untergebracht werden können. Das Marriott Hotel bietet Praktika für Studenten an.

Laura Schäfer

Theresienkrankenhaus und St. Hedwig-Klinik Mannheim

Kompetenz in Medizin und Pflege

Den Leitsatz „Miteinander die Zukunft gestalten" leben die Mitarbeiter des Theresienkrankenhauses und der St. Hedwig-Klinik täglich. Foto: Theresienkrankenhaus und St. Hedwig-Klinik.

„Unsere Patienten werden mit der ihnen gebührenden Individualität behandelt", sagt Christian Klehr, PR-Manager des Theresienkrankenhauses und der St. Hedwig-Klinik Mannheim. Ein hoher Anspruch, dem es gerecht zu werden gilt und den sich die Kliniken und ihre Angestellten zu Herzen genommen haben. „Meine Motivation ist es, Menschen zu helfen", sagt Dr. med. Dinh Nguyen Phan, Oberarzt der urologischen Abteilung des Theresienkrankenhauses.

Mit ihren 13 Fach- und Belegabteilungen, darunter auch plastische Chirurgie und Sporttraumatologie, sind die beiden Einrichtungen dafür bestens ausgestattet. In christlicher Tradition gewachsen, sind das Theresienkrankenhaus und die St. Hedwig-Klinik eng miteinander verknüpft. Die Kreuze im Logo der beiden Krankenhäuser symbolisieren aber auch die Verbindung zwischen den christlichen Werten und der Kompetenz in Medizin und Pflege.
„Miteinander die Zukunft gestalten". Den Leitsatz der beiden Einrichtungen leben die rund 1400 Mitarbeiter täglich. Nur durch das Zusammentreffen individuellen und gemeinschaftlichen Handelns und Denkens erreichen die Kliniken angestrebte Ziele. Grundzüge, wie Menschenrechte, gegenseitige Achtung und Toleranz, spielen im klinischen Alltag eine wichtige Rolle. „Die Patienten schreiben uns eine besondere Atmosphäre und Menschlichkeit zu", bestätigt Klehr.

Marc Engelbrecht

Albert-Schweitzer-Schule Offenbach

Individuelle Förderung und Talentaufbau

„Aktiv, sozial und selbstbewusst" lautet das Motto der Albert-Schweitzer-Schule (ASS) in Offenbach. Sie versteht sich als internationale Schule. 1200 Schüler aus 50 Nationen lernen dort gemeinsam. Integration in die Schule, aber auch Integration in die Gesellschaft bilden Schwerpunkte des Schulprogramms. Die Schüler sollen lernen, trotz verschiedener Herkünfte, zusammenzuleben, bei Problemen neue Lösungen zu finden und viel auszuprobieren. Im vergangenen Jahr wurde die ASS mit dem Titel „Schule ohne Rassismus – Schule mit Courage" ausgezeichnet. Als Unesco-Projektschule organisiert sie beispielsweise Veranstaltungen zu internationalen Fragen. „In der Vielfalt sehen wir eine Chance. Wir wollen die Schüler individuell fördern und Talente aufbauen", sagt Direktor Ullrich Schmidt. Projekte, wie ein Erdbeben-Spendenlauf für Nepal, oder die Möglichkeit, Informatik als Prüfungsfach im Abitur zu wählen, zeichnen die Schule aus.
Sprachbegabte Schüler können ein bilinguales Abitur absolvieren. Sport stellt einen weiteren Schwerpunkt des Schulprofils dar. Die Partnerschule des Leistungssports bietet für sportlich begabte Schüler eine spezielle Sportklasse an. „Die Kompetenz, aktiv mitgestalten zu können, ist uns für unsere Schüler wichtig", erklärt Schmidt.

Tracy Wittich

Schuldirektor Ullrich Schmidt zeigt der ehemaligen Schülerin und EC-Studentin Tracy Wittich das neue T-Shirt mit dem Schullogo.

Zukunftsmanagement

Zukunft planen, steuern und gestalten

Aktuell erarbeitet Prof. Dr. Volker Kreyher mit einem Team von Wissenschaftlern und Experten ein Fachbuch zum Zukunftsmanagement. Es widmet sich zukunftsorientierten Ansätzen, Denkweisen und Perspektiven, die Wandel und Neues in der wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und politischen Praxis hervorbringen können. Ziel ist es, die Möglichkeiten und Grenzen des Zukunftsmanagements kritisch zu reflektieren und in einer Publikation zu diskutieren. Das Fachbuch soll 2016 erscheinen.
Zukunftsmanagement stellt sich Aufgaben der Zukunftspolitik, also der Analyse, Planung, Steuerung und Kontrolle künftiger wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklungen. Praxisnahe Lösungsvorschläge werden unter Berücksichtigung der Komplexität gesellschaftlicher Herausforderungen erarbeitet, zukunftsfähige Entscheidungen werden vorbereitet.
Aktuelle Entwicklungen werden bewertet und daraus Rückschlüsse für kommende Veränderungen gezogen. Besondere Beachtung finden Einflussfaktoren und Szenarien, die angesteuerte Ziele fördern oder hemmen – und sogar konterkarieren können. Mit Blick auf die Gestaltung und Durchsetzung erfolgreicher Zukunftspolitik muss die Rolle von Anspruchsgruppen, Medien und Verbänden untersucht werden. Fragen des Zugangs zur Öffentlichkeit und der gesellschaftlichen Akzeptanz von aktuellen Projekten werden in dem Fachbuch kritisch reflektiert und diskutiert.
Wichtige Aufgabe des Zukunftsmanagements ist die Steuerung von Innovations- und Interventionsprozessen. Neue Ideen und Initiativen, innovative Produkte und Leistungen werden analysiert und bewertet und die Möglichkeiten ihrer marktbezogenen Durchsetzung reflektiert. Wege zur Ansprache und aktiven Einbeziehung neuer Zielgruppen werden entwickelt und analysiert.
Verfahren des Change Managements werden in dem Fachbuch analysiert, bewertet und praxisorientiert weiterentwickelt. Das Buch diskutiert die Bedeutung der Kultur des Wandels für die Zukunftsentwicklung von Wirtschaft und Gesellschaft.
Zukunftsmanagement ist ein neuer Forschungsschwerpunkt von Prof. Kreyher. Aufsätze von Fachwissenschaftlern sowie Fachbeiträge der Studierenden, die aus den Bachelor- und Masterthemen entstehen, können in dem Buch aufgenommen werden. Prof. Kreyher baut ein wissenschaftliches Netzwerk zum Zukunftsmanagement auf und plant ein geeignetes Seminarprogramm für Politik, Wirtschaft und Verwaltung.

Neue Bachelorstudienrichtungen

- Internationales Marketing und Management
- Wirtschafts- und Werbepsychologie
- Internationales Automobilbusiness
- Fußball- und Sportbusiness

Neue Masterstudienrichtung

- Mode, Marken und Medien

www.ec-europa-campus.com

Karlsruhe
Mannheim
Frankfurt/Main