europa campus

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

campus LIVE

WORKSHOP MIT PROFIFOTOGRAF EDWARD PARK

PAPST FRANZIKUS EMPFÄNGT HANS-JOACHIM ADLER

TRENDSPORTART STAND UP PADDLING

Was machen eigentlich

Stilian Nikolow auf dem Weg zur Arbeit im kanadischen Montreal.

. . . Stilian Nikolov?

„Das Studium in kleinen Gruppen, der Praxisbezug und der staatliche Abschluss sind große Vorteile für den Arbeitsmarkt", sagt Stilian Nikolow. Der ehemalige EC-Student hat bei EC Europa Campus Internationales Marketing, Marken und Medien studiert und arbeitet nun für B und F Solutions in Montreal in Kanada, eine Unternehmensberatung für kleine und mittelständische Unternehmen. Nikolows Aufgabenfeld besteht darin, das Marketing der Unternehmen strategisch auszurichten, neue Zielgruppen anzusprechen, Märkte zu erschließen und Produktlinien einzuführen. Schon während seines Studiums war Nikolow engagiert. Nach einem Jahr am EC eröffnete er mit Partnern ein Hostel in Kiew für die Europameisterschaft 2012 und führte es für eine Saison. Nebenbei hielt Nikolow regelmäßig Tutorien und Vorträge für die Module Kommunikationspolitik und Cross Media, um die Erstsemester bei EC Europa Campus auf ihre Semesterabschlussprüfung vorzubereiten. Das Praxissemester absolvierte er bei der BASF in Ludwigshafen in der Abteilung Marketing Services. „Dort konnte ich mein Wissen aus dem Studium bei spannenden Projekten in die Praxis umsetzen", erklärt Nikolow. Danach nutzte er die Möglichkeit für ein Auslandspraktikum im Marketing und Business Development beim größten Anbieter für grünen Tourismus in Miami. Seine Bachelorarbeit schrieb er zum Thema Online Marketing als Konzept der Unternehmensführung.

Ann-Kathrin Happe

. . . Maximilian Bruns?

Maximilian Bruns, der bei EC Europa Campus Medien-, Sport- und Eventmanagement studiert hat, arbeitet heute beim Fußball-Regionalligisten Kickers Offenbach als administrativer Leiter des Nachwuchsleistungszentrums. „Meine Kerntätigkeiten liegen in der Organisation des Spielbetriebs, im Marketing und in den Finanzen", erklärt der 25-Jährige. Sein primäres Ziel liegt jedoch darin, das seit 2009 vom Deutschen Fußball Bund lizensierte Nachwuchsleistungszentrum weiterzuentwickeln. „Der erste von drei Sternen ist das Ziel", erklärt Bruns. Er meint damit ein Zertifikat, das der Deutsche Fußball Bund zur Erfüllung bestimmter Kriterien im Nachwuchsbereich an Leistungszentren vergibt.
Bruns fühlt sich an seinem Arbeitsplatz wohl. Von seiner Zeit am EC Europa Campus weiß er nur Positives zu berichten. „Eine schöne und interessante, aber vor allem lehrreiche Zeit", erinnert er sich, „Ich sehe mich als bestes Beispiel dafür, wie wichtig ein praxisnahes Studium und Praktika während der Studienzeit sind", sagt Bruns.

Sebastian Bruns

Mximilian und Sebastian Bruns bei Kickers Offenbach.

campus LIVE INHALT

Das erwartet Sie in der aktuellen Ausgabe von campusLIVE

campusLIVE

Campus-Gala des EC Europa Campus 4

EC-Studenten auf der Fashion Week in Berlin 11

Ernst Sachs studiert in Mittweida 13

mediaLIVE

Interview mit Sportjournalist Frank Buschmann 19

Moderation in 200 Metern Höhe. 21

promisLIVE

Interview mit Kulturbürgermeister Wolfram Jäger 22

Markus Münch: Vom Fussballer zum Pferdetrainer. 25

Interview mit Fifa Exekutivkomitee-Mitglied Theo Zwanziger 28

eventsLIVE

Mannheimer Oktoberfest mit Kultstatus 29

Stadtgeburtstag Karlsruhe mit Bürgerbeteiligung. 31

sportsLIVE

Handballer Uwe Gensheimer, Erfolg auf der ganzen Linie 33

Geoff Ward trainiert die Adler Mannheim. 35

businessLIVE

Porsche: Fokus auf Printwerbung und Eventmarketing. 42

ABB: Klassische PR trotz Social Media 43

Condor fliegt hoch hinaus 43

regioLIVE

Goethe-Gymnasium Frankfurt: Fit für die Welt 48

Hans-Joachim Adler bei Papst Franziskus 51

IMPRESSUM

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

Redaktion Karlsruhe:
Vanessa Merck, Julia Schneible

Redaktion Mannheim:
Philipp Diemer, Stephanie Wölfl

Redaktion Frankfurt:
Celma Klipa, Stella Steidel

Redaktionsteam:
Katrin Fronczek, Natalie Dechant

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

Die Campus-Gala 2014

Campus-Symposium Markeninszenierung

In diesem Jahr widmete sich die Campus Gala des EC Europa Campus den Themen Markeninszenierung und Skandalisierung. Der Event wurde von den Studenten in der Print Media Lounge in Heidelberg ausgerichtet. In Talkrunden diskutierten Vertreter aus den Bereichen Wirtschaft, Mode und Medien. Untermalt wurde die Veranstaltung von Fashionshows, Gesangsaufführungen, Tanzperformances und Showacts der Studenten. Der EC Europa Campus bietet akkreditierte Bachelor- und Masterstudiengänge mit dem Ziel des staatlichen Hochschulabschluss des Bachelor of Arts und Master of Arts. 1000 Studenten nehmen derzeit das Studium zum Sport- und Gesundheits-, Tourismus- und Mode-, Kommunikations-, Marketing- und Eventmanagement an Standorten Frankfurt, Karlsruhe und Mannheim wahr.

Die erste Talkrunde befasste sich mit der Frage, wie Marken erfolgreich auf dem Markt platziert werden können. Hierzu wies Prof. Dr. Volker Kreyher, akademischer Leiter des EC Europa Campus, zu Beginn auf die richtige Ansprache der Zielgruppe hin: „Nur durch Emotionalisierung und Personalisierung kann eine Marke in Szene gesetzt werden.“ Wie wichtig die Identifikation der Konsumenten mit einer Marke ist, betonte

Goeran Tamm, Marketing Director bei Jaguar Land Rover: „Wer sich einen Lamborghini, Jaguar oder Land Rover kauft, möchte sich über sein Produkt ausdrücken. Ein Fahrzeug kommuniziert permanent über die Persönlichkeit, also den Charakter des Fahrers“. In diesem Zusammenhang riet Ralph Scheurer-Lee, Marketingleiter der Privat-Brauerei Weldebräu, bei der Markeninszenierung ein einzigartiges Produkterlebnis zu kreieren: „Unser Flaschendesign leitet sich aus der Kunst ab und schafft somit Individualität.“ TV-Modeexperte Peyman Amin stimmte dem zu: „Einzigartigkeit und zielgruppenorientiertes Handeln sollten bei der Markeninszenierung im Vordergrund stehen.“ Traditionsunternehmen werden dabei vor die Herausforderung gestellt, das richtige Maß zwischen Tradition und Moderne zu finden.
Der Pressesprecher des Fußballvereins 1. FC Kaiserslautern, Stefan Roßkopf, ergänzte hierzu: „Unsere Fans erwarten von uns als Verein, die vorhandenen Werte zu wahren und trotzdem mit dem Zeitgeist zu gehen.“

Talkrunde mit Moritz Hunzinger, Honorarprofessor für PR und Kommunikation.

Modeexperte Peyman Amin.

Skandalisierung in den Medien

Medien werden auch als vierte Gewalt bezeichnet, da sie Themen skandalisieren und somit auf die öffentliche Meinung einwirken. Die Bedeutung medialer Skandale wurde in der zweiten Talkrunde diskutiert. „Es ist ein politischer Impuls, der versucht, eine bestimmte Gesellschaft zu etablieren. Hinter diesem medialen Wunsch sitzen politische Machtinteressen", erklärte Prof. Kreyher. Kampagnenberater Andreas Graf von Bernstorff kritisierte den Verlust der Meinungsvielfalt heute: „Die Qualität der Berichterstattung geht mit der einseitigen Vermittlung durch Journalisten verloren." Medienexperte Gerhard Meier-Röhn stimmte diesem Phänomen zu: „Die Leute wollen keine Mainstreamberichterstattung. Die Diskrepanz zwischen veröffentlichter und öffentlicher Meinung wird immer größer." Konkrete Handlungsempfehlungen, einem Skandal entgegenzuwirken, gab der Kommunikationsexperte Moritz Hunzinger: „Bei einem Skandal müssen sämtliche Fehler eingeräumt und Besserung muss gelobt werden. Die richtige Kommunikation ist entscheidend."

Peyman Amin, Moderator Marcin Marcinkowski und Goeran Tamm, Marketing-Director Jaguar Land Rover.

EC-Studentin Nina Heiß will hoch hinaus

Die 19-jährige EC-Studentin Nina Heiß übt Springreiten in der Klasse M aus, die zweithöchste Wettkampfklasse. „Mein Ziel ist es, mich kontinuierlich weiterzuentwickeln, um dann in Zukunft in der höchsten Klasse S zu springen“, erklärt Heiß.
Mit 17 Jahren nahm sie erstmals an einem international besetzten Turnier teil. „Das war für mich eine tolle Erfahrung.“ Im selben Jahr verteidigte Heiß die Kreismeisterschaft, obwohl sie erst mit 14 das Springreiten für sich entdeckte. Seitdem steht Heiß ihr Trainer Axel Kumpf zur Seite, der in der höchsten Klasse S springt. Angefangen zu reiten hat die Studentin mit vier Jahren in Birkenau im Odenwald. „Meine Eltern haben mich damals auf den Reiterhof mitgenommen, seitdem versuche ich, jeden Tag mit meinen Pferden zu verbringen“, sagt Heiß. Inzwischen besitzt sie fünf Pferde und betreut diese.
Ihr Wettkampfpferd Grandorin Gan gehört der Springreiterin seit 2010. Mit dem Hannoveraner konnte sie im vergangenen Sommer nicht an der kompletten Wettkampfsaison teilnehmen, da Heiß den Fokus auf das erfolgreich abgeschlossene Abitur legte. In dieser Saison greift Heiß aber wieder an.

EC-Studentin Nina Heiß und ihr Hannoveraner Gandi bei einem Stil-M in Biblis. Foto: Heiß

Niklas Tasky

EC-Student Felix Wunderer mit Tanzmariechen Leah Wockel.

EC-Student Felix Wunderer ist Gardetänzer

„Es ist ein wirklich unbezahlbares Gefühl, wenn Leute für dich applaudieren, während du auf der Bühne stehst“, sagt EC-Student Felix Wunderer. Der 19-Jährige ist Gardetänzer und tanzt seit 2011 bei den Valberter Husaren. In schwarzen Stiefeln, weißer Hose und grüner Uniform wird die Gruppe von Popmusik, über Klassik bis hin zum Remix musikalisch begleitet. Die 19-köpfige Tanzgruppe, darunter zwei Mariechen, also weibliche Tänzerinnen, hat zehn Auftritte in der Fastnachtszeit. „Im vergangenen Jahr sind wir in Köln aufgetreten, dieses Jahr in Düsseldorf“, sagt Wunderer.
Für diese Aufführungen trainieren die Valberter Husaren von August bis Ende Februar zwischen zwei bis vier Stunden die Woche. „Es braucht schon seine Zeit, bis der Tanz einstudiert ist. Teamfähigkeit ist wichtig, wir müssen zusammenarbeiten und uns konzentrieren“, sagt Wunderer. Neben den Elementen des Marschtanzes aus Sprungschritten und Tanzschritten aus dem klassischen Ballett gibt es auch Hebe- und Wurffiguren. Dabei ist es die Aufgabe der Tänzer, die Mariechen hochzuwerfen und zu fangen. „Unser Ziel ist es, das Publikum zu begeistern und bei jeder Show alles zu geben“, sagt Wunderer.

Celma Sam Klipa

Exkursion zum Pharma-unternehmen Merz

Der Schwerpunkt des pharmazeutischen Unternehmens Merz in Frankfurt liegt in der Erforschung und Vermarktung von Arzneimitteln. Da Ästhetik ein bedeutender Wachstumsmarkt ist, setzt Merz verstärkt auf Ästhetik-Produkte. Der Pharmakonzern hat sich im ästhetischen Bereich unter den Top 3 etabliert. Bei einer Exkursion lernten die Studenten des EC Europa Campus unter anderem die künftige Ultraschall-Therapie kennen, die zur Verjüngung der Haut im Gesicht eingesetzt wird. Merz bietet EC-Studenten Praktika im Marketing und Controlling an.

Gülgün Yilmat

Foto: DFS Deutsche Flugsicherung GmbH

Exkursion zur Deutschen Flugsicherung

„Ein Flughafen ist wie ein Parkhaus. Wenn alle rein wollen und keiner mehr raus, ist es irgendwann belegt", erklärt Sabine Jung von der Deutschen Flugsicherung. Die Deutsche Flugsicherung erteilt die Start- und Landefreigabe für Flugzeuge an internationalen Flughäfen. Außerdem kontrolliert sie den Luftraum, damit dort kein Chaos entsteht. Bei einer Exkursion zur Zentrale in Langen lernten die Studenten nicht nur das Unternehmen kennen, sondern durften auch einen Blick in das Center werfen, in dem die Fluglotsen den Luftraum per Radar überwachen. „Stellen Sie sich den Luftraum wie ein Zimmer vor, das Sie mit unterschiedlich großen Kartons zustellen. Für einen Karton sind immer zwei Fluglotsen zuständig. So wird der Luftraum in Sektoren eingeteilt, und jeder Lotse ist dabei ein Experte in einem Sektor", sagt Jung.

Vanessa Lara Reiß

Exkursion zum Deutschen Fußballbund

Den WM-Pokal und weitere Trophäen besichtigten die Studenten des EC Europa Campus bei einer Exkursion zum größten Sportverband Deutschlands, dem Deutschen Fußballbund (DFB) in Frankfurt. „Die Aufgaben des DFB sind unter anderem Fußballvermarktung, Jugend- und Talentförderung sowie Aus- und Fortbildung von Schiedsrichtern und Trainern", erklärt DFB-Dolmetscher Thomas Schnelker. Er gab den Studenten Informationen über die Geschichte des Fußballs in Deutschland und über Regeländerungen und zeigte ihnen Exponate aus dem Männer- und Frauenfußball, beispielsweise die lange verschwundene Viktoria Trophäe. Im Gebäude des DFB sind außerdem Bilder aus den Glanzzeiten der Nationalmannschaft zu sehen: Fritz Walter beim WM-Triumph 1954, Franz Beckenbauer 1974, Rekordspieler Lothar Matthäus 1990 und die Mannschaft beim WM-Gewinn 2014.

Florian Fischer

Exkursion zur Trendfabrik

„Anfangs waren es zehn Quadratmeter. Heute sind es 15 000", erklärt Taylan Özev, Areamanager des Modeunternehmens Trendfabrik in Brühl bei Mannheim. Özev gab den Studenten des EC Europa Campus bei einer Exkursion einen Einblick in Verkauf, Logistik und E-Commerce. „Bei uns stehen vor allem der Service sowie die persönliche und individuelle Beratung unserer Kunden im Vordergrund. Wir stecken viel Sorgfalt in Details, um eine familiäre Atmosphäre zu schaffen und dem Kunden ein positives Shopping-Erlebnis zu bieten." Neben Marken wie Michael Kors, Rich & Royal oder Armani Jeans sind auch kleinere Labels aus Frankreich, Spanien oder der Türkei vertreten. Zusätzlich bietet die Trendfabrik neben Bekleidung auch Wohnaccessoires und auserwählte Delikatessen an, wie die eigens kreierte Trendfabrik-Kaffeeröstung.

Celine Fuxius

Exkursion zum Europäischen Hof Heidelberg

Bei einer Exkursion zu dem Fünf-Sterne-Hotel Europäischen Hof in Heidelberg erhielten die Studenten des EC Europa Campus einen Einblick in die Vorgänge eines der wenigen Stadthotels in Privatbesitz weltweit. Geschäftsführerin und Miteigentümerin in der vierten Generation, Dr. Carolin von Kretschmann, berichtete über die Geschichte des Hauses, das in diesem Jahr sein 150-jähriges Bestehen feiert. „Wir wollen den Gast glücklich machen und ihm jeden Wunsch von den Augen ablesen", erklärt von Kretschmann. Die Unternehmensphilosophie, bei der die 150 Mitarbeiter an erster, der Gast an zweiter und das Unternehmen an dritter Stelle stehen, sei entscheidend, um dies zu gewährleisten, da das Wohlbefinden und die Einstellung der Mitarbeiter auf den Gast abfärbe. Bei einer Hausführung sahen die Studenten verschiedene Zimmer und Einrichtungen des Hauses. Der Europäische Hof bietet EC-Studenten Praktika an.

Laura Wirthensohn

Lorena Mastrobattista - die Moderedakteurin

EC-Studentin Lorena Mastrobattista arbeitet jetzt als Moderedakteurin für FashionDaily.TV. Dies ist das WebTV für urbane Mode, Beauty und Design. Ihre Bachelorarbeit schreibt sie über das Thema „Zukunftsmarkt Mode: Trends und Moden in der Fashionindustrie". Sie studiert bei EC Europa Campus in Frankfurt Mode-, Trend- und Markenmanagement.

Modedesigner Henning Linge

Zwischen Wirtschaft und Kreativität

„Ich versuche, jungen Menschen so viel Mode wie möglich mitzugeben", erklärt Modedesigner Henning Linge. Gleichzeitig stellt er aber auch fest, dass Mode nicht nur kreativ und gestalterisch ist, sondern auch einen wirtschaftlichen Hintergrund erfordert. „Da ich nicht nur Modedesign, sondern auch BWL studiert habe, ist es für mich interessant, die Verbindung zwischen Mode und dem Wirtschaftlichen herzustellen." Außerdem macht es ihm Spaß, jungen Menschen zu helfen, sich auf dem schwierigen Markt der Mode zu etablieren.

Henning Linge wusste schon als Kind, dass er Modedesigner werden wollte.

Durch seine Erfahrungen aus Unternehmen weiß Linge, dass es wichtig ist, Mode richtig zu vermarkten. Dies erfordert neben dem wirtschaftlichen Geschick auch Kreativität. Auch im Hinblick auf die Markenführung muss das Design betrachtet werden. „So muss eine kreative Marke mit einem avantgardistischen Ansatz ganz anders geführt und vermarktet werden als beispielsweise eine kommerzielle Marke", erklärt Linge.

Für ihn war bereits im Alter von sieben Jahren klar, dass er Modedesigner werden wollte. Vorbilder für ihn waren dabei seine Mutter, aber vor allem seine Großmutter. Ihre Tätigkeit als Schneiderin interessierte ihn schon immer, und so stand für ihn fest, dass er dieses Handwerk auf jeden Fall einmal erlernen möchte.

Studenten rät er, einen langen Atem zu haben und authentisch und offen für neue Ideen zu sein. Nicht zuletzt empfiehlt er, neue Erfahrungen zu sammeln, Unternehmen zu besuchen und viele Kontakte zu knüpfen.

Julia Hildner

Exkursion zu Eintracht Frankfurt

Die Studenten des EC Europa Campus bekamen bei einer Führung durch die Commerzbankarena einen Einblick in die unterschiedlichen Bereiche der Arena. Mit einer kurzen Präsentation brachte EC-Student Matthias Weber den Studenten das Firmenkonzept näher und erklärte ihnen, welche Veranstaltungen in der Commerzbankarena möglich sind. Firmen und Einzelpersonen können die Werbeflächen für ihre PR zu nutzen. Da die Arena der Stadt Frankfurt gehört, ist das Stadion jederzeit für Besucher geöffnet. Die wichtigsten Abteilungen der Arena sind das Stadion Frankfurt Management, die Marketing-Abteilung und die Geschäftsführung. Die Studenten konnten den Presseraum, die Umkleide der Eintracht Frankfurt, die Kommentatoren-Bühne, die Trainer- und Auswechselbank sowie die Businesstribüne besichtigen.

Vanessa Brzezicha

Exkursion zur Galeria Kaufhof

„Mit unseren Rolltreppen fahren wir jedes Jahr 1,6-mal zum Mond." Mit diesem Vergleich begrüßte der Geschäftsführer der Galeria Kaufhof Frankfurt, Frank Bertsch, die Studenten des EC Europa Campus zu ihrer Exkursion. Sie erhielten einen Einblick in die Marketingstrategien des Unternehmens. So betont Bertsch zum Beispiel die wichtige Rolle chinesischer Touristen. Extra für diese gibt es vor Ort einen Global Tax-Free-Schalter mit sieben in Mandarin geschulten Mitarbeitern, der den ausländischen Kunden ermöglicht, ihre in bar rückerstattete Mehrwertsteuer direkt wieder in der Galeria Kaufhof auszugeben. Auch Payback ist ein wichtiger Partner der Galeria Kaufhof. Mit Hilfe der Payback Karte ist es laut Bertsch möglich, seine Kunden besser kennen zu lernen, zu verstehen und den Umsatz zu steigern. Die Galeria Kaufhof bietet EC-Studenten Praktika an.

Henry Uhlig

Exkursion zur CMT Messe nach Stuttgart

Die Studenten des EC Europa Campus informierten sich bei der weltgrößten Publikumsmesse für Freizeit und Tourismus CMT in Stuttgart über die neuesten Trends in der Reisebranche. CMT steht für Caravan, Motor und Touristik und präsentierte Fahrrad- und Erlebnisreisen, Golf- und Wellnessreisen sowie Kreuzfahrt- und Schiffsreisen. Hauptzielgruppe auf der CMT waren die Best Agers, 2000 Aussteller stellten ihre Produkte und Dienstleistungen vor. Die Haupt-Partnerländer und -regionen waren die Seychellen, Rumänien und die Camping Eldorado an der kroatischen Adria. Parallel zur CMT fand die erste Karrieremesse „Recruiting Day" im Foyer des Internationalen Congresscentrums statt. Dort informierten sich die Studenten vor allem über Praktikumsplätze.

Angelika Witt

Hinter den Kulissen von Radio Regenbogen

„Unser Ziel ist es, das Leben der Menschen durch Musik und gute Laune besser zu machen", sagte Jens Schneider, Moderator von Radio Regenbogen, bei einer Exkursion der Studenten des EC Europa Campus. Der Sender, der seit mehr als 25 Jahren existiert, erreicht 1,25 Millionen Hörer am Tag. Schneider gewährte den Studenten einen Einblick in die Welt des Radios und erklärte, wie Beiträge und Einnahmen des Senders zu Stande kommen. Er führte die Studenten in das Aufnahmestudio und zeigte, wie die Verteilung der Lieder sowie das Sendeprogramm ensteht. Die Studenten durften sich auch vereinzelt selbst daran versuchen, Radioberichte zu moderieren. Radio Regenbogen bietet Praktika für Studenten an.

Sarah Weber und Manuela Dausch

Praxisdialog mit dem Verband deutsches Reisemanagement

n einem Praxisdialog mit Elisa Pfeil und Susanne Kath vom Verband deutsches Reisemanagement (VDR) erklärten Pfeil und Kath den Studenten des EC Europa Campus die Arbeit des VDR, der als Netzwerk und Wissensdatenbank für die Geschäftsreisebranche fungiert. Dieser engagiert sich im Interesse seiner 550 Mitglieder in für Geschäftsreisen wichtigen Belangen. Im Vordergrund der täglichen Arbeit stehen der Dialog mit Mitgliedern, Anbietern von Dienstleistungen im Geschäftsreisemarkt, Behörden, der Regierung und anderen Verbänden. Außerdem stellten die beiden Frauen den Beruf des Travel Managers vor, der sich im Unternehmen um die Organisation und Durchführung von Geschäftsreisen kümmert. Als solcher können sich Interessierte an der VDR-Akademie in Frankfurt aus- oder weiterbilden lassen.

Sandra Filipovic und Klara Zimmer

Fashion Week Berlin

EC-Studenten informieren sich über Modetrends

Die Modemanagement-Studenten des EC Europa Campus besuchten während einer Exkursion zur Fashion Week in Berlin nicht nur zahlreiche Modenschauen, sondern knüpften auch Kontakte zu Designern und Verantwortlichen aus der Modebranche. Bei einem Praxisdialog gab Patrizia Sperling von „On Time PR" den Studenten wertvolle Tipps, um in der Modebranche Fuß fassen zu können. Außerdem lernten sie Karriereberaterin Silke Geib und Maren Wiechmann von Zarlando kennen, die weitere nützliche Informationen zum Modebusiness gaben.

Auf der Messe Premium stellten internationale Designer ihre Kollektionen in großen Lagerhallen aus, während es auf der Messe „Seek" hauptsächlich Mode für junge Menschen zu sehen gab. Bei der Messe „Panorama" informierten sich die Studenten über umsatzstarke Kollektionen und Franchisekonzepte. Auf der Fashion Show „Show and Order" mit Mode im Hochpreissegment stand das Thema Nachhaltigkeit im Mittelpunkt. Die Naturkosmetik-Marke Lavera präsentierte beispielsweise Mode aus nachhaltigen Stoffen von Nachwuchsdesignern.

Lara Gazda Wloka und Patricia Paul

Exkursion zum ZDF nach Mainz

Bei einer Exkursion zum ZDF nach Mainz gab Hans-Joachim Steinmetz aus der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit den Studenten des EC Europa Campus einen Einblick hinter die Kulissen des öffentlich-rechtlichen Rundfunksenders. Seit über 50 Jahren unterhält das ZDF seine Zuschauer mit einem Vollprogramm aus Information, Bildung, Politik, Sport, Kultur und Unterhaltung. Einer der größten Unterschiede zu den meisten anderen Fernsehsendern ist, dass im ZDF keine Schauspieler eingestellt werden, um beispielsweise Nachrichten zu verlesen, sondern aktive Journalisten. „Jeder, der bei uns etwas sagt, weiß, wovon er redet und ist selbst für den Inhalt verantwortlich", so Steinmetz. Ein Arbeitstag dauert für jeden Mitarbeiter zwischen neun und zwölf Stunden und besteht aus Konferenzen, Recherchen und Informationsaustausch. Das ZDF bietet Praktikumsplätze für Studenten an.

Chiara Cecilia Kolakovic

Praxisdialog mit Frank Tekkilic, Fachbereichsleiter des Regionalverbandes Frankfurt Rhein-Main

„Was ist für die Region Frankfurt wichtig?" Mit dieser Frage setzt sich Frank Tekkilic, Fachbereichsleiter Kommunikation/Gremien des Regionalverbandes Frankfurt Rhein-Main, täglich auseinander. Bei einem Praxisdialog des EC Europa Campus stellte Tekkilic den Studenten die Aufgaben der Interessentengruppe dar, wie zum Beispiel die Flächennutzung oder das Stadtmarketing. Der Regionalverband Frankfurt Rhein-Main ist Teil der wesentlich größeren Metropolregion Frankfurt Rhein-Main, die sich über 7 kreisfreie Städte und 18 Landkreise in den Bundesländern Hessen, Bayern und Rheinland-Pfalz erstreckt, darunter auch ländliche und strukturschwache Gebiete. Der Verband bietet Praktika für Studenten des EC Europa Campus an.

Ilyas Gültekin

Exkursion zum Modelabel Digel

Die internationale Modemarke Digel lernten die Studenten des EC Europa Campus bei einer Exkursion nach Nagold kennen. Das Unternehmen steht in erster Linie für passgenaue und qualita-

tiv hochwertige Herrenanzüge. Beeindruckend ist die Logistik von Digel, hier lagern bis zu 320 000 Teile. Täglich verlassen 2 000 Anzüge das Lager. Philipp Tausch, Head of Marketing, führte die Studenten durch die Versand- und die Kreativabteilung und stellte ihnen einen Stoff vor, der besonders knitterarm sowie fleck- und wasserabweisend ist. Die Studenten konnten Jochen Digel, Vorstand des Modelabels, persönlich kennen lernen. Er beantwortete alle Fragen der Studenten.

Alessia Vecera und Jana-Sophie Müller

EC-Studenten zu Gast bei 1899 Hoffenheim

„Ein Team. Ein Weg. Einmalig." lautet die Philosophie des Fußball-Bundesligavereins 1899 Hoffenheim, der in der Rhein-Neckar-Arena in Sinsheim zuhause ist. Das Stadion bietet 30 000 Zuschauern pro Spieltag Platz, um ihr Team anzufeuern. Mit SAP hat der Verein seinen Hauptsponsor gesucht und gefunden. „Es hat zusammengefunden, was zusammengehört", sagt Marketing- und Vertriebsleiter Arnfried Lemmle in der anschließenden Fragerunde im Konferenzraum, der auch extern vermietet wird. Weiterhin besitzt der Verein einen VIP-Bereich über drei Ebenen, den die Kunden als Networking-Plattform nutzen. 1899 Hoffenheim bietet Praktika für Studenten an.

Jonas Henne

Exkursion zu Pfitzenmeier in Mannheim

Bei einer Exkursion zum Fitnessstudio Pfitzenmeier in Mannheim-Neckarau erläuterte der Leiter der Anlage, Tobias Kleine-Nathland, Trends und Entwicklungen bei der aktiven Gesundheitsvorsorge und zeigte den Studenten des EC Europa Campus Möglichkeiten und Methoden zur Analyse der Leistungsfähigkeit und der Eingangsanamnese von Neukunden. „Aus diesen Daten erarbeiten wir einen individuellen Trainingsplan", sagt Kleine-Nathland. Anschließend durften die Studenten die vorgestellten Testverfahren selbst durchführen und die Ergebnisse besprechen.

Tim Marquet

Prof. Michael Hösel spielt E-Gitarre in einer Band

Der Dekan der Fakultät der Medien an der Hochschule Mittweida, Prof. Dr. Michael Hösel, ist auch Programmdirektor des Radiosenders ,,99drei Radio Mittweida“ und spielt in seiner Freizeit E-Gitarre in der Coverband „Brothers of Feinripp“. Die Band spielt und probt nur der Freude an der Musik wegen. Ihr Genre „Post Punk'n Rock 'n' Roll“ ist selbst ausgedacht. Das erste Konzert gab die sechsköpfige Band 2009 bei Hösels 50. Geburtstag. Auf die Frage nach seinem Lieblingssong fiel „Stairway to Heaven“ von Led Zeppelin. Am liebsten würde Hösel einmal mit der amerikanischen Band „Social Distortion“ musizieren. Zwei weitere Gitarristen, ein Keyboarder, ein Schlagzeuger und eine Bassistin werden mit ihm als Frontmann bis dahin zu sehen sein.

In der digitalen Revolution der Medienlandschaft sieht Hösel einen starken Einfluss zur Lehre und Forschung. „Ich habe die Veränderungen live miterlebt. Die neuen Möglichkeiten der Kommunikation, der schnelle und einfache Austausch faszinieren mich“, sagt Hösel. Er gibt zu, ohne sein Smartphone keinen Schritt mehr zu gehen, weist aber auch auf mögliche Risiken hin: „Wenn jeder das Wissen auf dem digitalen Tablett serviert bekommt, besteht schließlich auch die Gefahr, die Fähigkeit zu verlieren, Dinge wirklich zu hinterfragen und ihnen auf den Grund zu gehen. Anstatt ständig alles zu googeln, sollte der Mensch lieber seinen Verstand gebrauchen“, erklärt der Professor. Der Glaube, dass alles, was im Netz steht, der Wahrheit entspricht, bereitet ihm Sorge. „Das Wichtigste, das Studenten an einer Hochschule lernen können, ist die Fähigkeit zu lernen, und das ein Leben lang. Dazu gehört es, kritisch zu sein und Dinge zu hinterfragen.“

Prof. Michael Hösel (vorne re.) spielt E-Gitarre in der Band „Brothers of Feinripp“.

Myriam Schröder

Erfinder des Lötkolbens Ernst Sachs studierte in Mittweida

Ernst Sachs senior und junior 1971 im Gespräch. Foto: Stefan Sachs, Schleching

„Viel Fleiß und Willenskraft“ lautete das Lebensmotto von Ernst Sachs. Von 1911 bis 1912 studierte er Maschinenbau und Elektrotechnik in Mittweida und legte den Grundstein für seine späteren Erfolge.1921 gründete er die „Erste Spezialfabrik für elektrische Lötkolben“ in Berlin und meldete im selben Jahr den „Elektrischen Lötkolben“ zum Patent an. Trotz der damaligen schwierigen wirtschaftlichen Lage schaffte Sachs den Durchbruch bei der Leipziger Herbstmesse. Er stieß durch seine serienreifen Lötkolben auf großes Interesse weltweit. Am Anfang genügte eine gemietete Werkstatt zur Produktion der Lötkolben, jedoch schaffte es Sachs schnell durch seinen persönlichen Einsatz und unternehmerischen Weitblick, 1927 sein erstes eigenes Werk zu errichten. Im Zweiten Weltkrieg wurde es beschädigt und Sachs musste es ein zweites Mal aus dem Nichts erbauen. Dennoch konnte er durch seinen bereits erworbenen Bekanntheitsgrad, auch nach dem Krieg, auf seine Kunden und Lieferanten zählen. Für seine Konstruktionen erhielt Sachs zahlreiche Preise, unter anderem die Diesel-Medaille in Silber 1964.

Lars Crocoll

Exkursion zum 1. FC Kaiserslautern

Bei einer Exkursion des EC Europa Campus zum 1. FC Kaiserslautern (FCK) erklärte Pressesprecher Stefan Roßkopf den Studenten die Arbeit des nicht sportlichen Bereichs des 1. FCK. Dieses Team besteht aus 80 Personen. In der Medienabteilung werden drei Bereiche unterschieden: interne Medien, externe Medien und Öffentlichkeitsarbeit. Zu den internen Medien gehören die Printmedien wie Stadion Zeitung, das Internet, Social Media und ein eigener Youtube-Channel. Zu den externen Medien zählen beispielsweise Rheinpfalz, Bild, Kicker und andere Medien. Der Bereich der Öffentlichkeitsarbeit umfasst Autogrammstunden und die Unterstützung von sozialen Einrichtungen. Der Verein vermietet auch seine Räumlichkeiten für Veranstaltungen, wie Hochzeiten, Geburtstage oder Tagungen. Der 1. FCK bietet Praktikumsplätze an.

Julia Wagner

Praxisdialog mit Frank Krumphaar

Bei einem Praxisdialog mit Frank Krumphaar, Regionalgeschäftsführer der Barmer GEK, lernten die Studenten des EC Europa Campus die Strukturen im Gesundheitswesen und in der Gesundheitsversorgung kennen. Mit 8,7 Millionen Versicherten ist die Barmer GEK die zweitgrößte Krankenkasse Deutschlands – in der Region Karlsruhe zählt die Ersatzkasse 180 000 Versicherte. Die Studenten diskutierten über die Bedeutung hoher Mitgliederzahlen bei Krankenkassen und deren Zukunft. Krumphaar erläuterte, wie die Zahlungsströme im Gesundheitswesen funktionieren, beschrieb detailliert die Versorgungssysteme und welche Einflüsse das eingeführte DRG-Abrechnungssystem darauf hat. Weitere Themen des Praxisdialogs waren die Folgen des demographischen Wandels, der medizinische Fortschritt und die Entwicklung des Gesundheitsbewusstseins in der Gesellschaft. Die Barmer GEK bietet EC-Studenten Praktika an.

Daniel Depner, Lena Bischoff

Exkursion zum 1. VC Wiesbaden

Bei einer Exkursion lernten die Studenten des EC Europa Campus den Volleyballverein 1. VC Wiesbaden kennen, dessen 1. Damenmannschaft in der 1. Bundesliga spielt. Sportdirektorin und -managerin Nicole Fetting führte die Studenten durch den VIP-Bereich, in dem 2100 Gäste Platz finden. Sie stellte ihnen den Verein vor, der acht Damenmannschaften und 250 Mitglieder hat. „Da Volleyball eine Randsportart ist, ist die Suche nach Sponsoren immer schwierig", erklärt Fetting. Der 1. VC Wiesbaden hat eine Kooperation mit der Elly-Heuss-Schule, um die Jugend schon früh zu fördern.

Robin Hirschfelder

Exkursion zu Trigema

Bei einer Exkursion zu dem Textilunternehmen Trigema in Burladingen lernten die Studenten des EC Europa Campus die verschiedenen Standorte des Unternehmens und die komplette Produktionskette kennen. Trigema ist eines der wenigen Unternehmen der Textilbranche, bei dem der Werterstellungsprozess von der gesponnen angelieferten Baumwolle bis zum fertigen Oberteil verfolgt werden kann. Nach Strickerei, Färberei, Konfektion und Bedruckung oder Bestickung beobachteten die Studenten die perfekt organisierte Kommissionierung und den Versand. Abschließend stand ein Gang durch den Fabrikverkauf auf dem Programm.

Exkursion zum Olympiastützpunkt Heidelberg

Bei einer Exkursion zum Olympiastützpunkt in Heidelberg führte die ehemalige Leichtathletin Bettina Augenstein die Studenten des EC Europa Campus durch den Stützpunkt. Sie erhielten einen Eindruck über die Trainingsmöglichkeiten kommender und aktueller Leistungssportler. Hauptsächlich trainieren diese in den Bereichen Schwimmen, Boxen und Ballsportarten. Augstein informierte die Studenten außerdem über die Historie, die medizinische Versorgung und die Unterbringung der Athleten am Olympiastützpunkt.

Lukas Robert und Pascal Steinmann

Exkursion zu Heine

Bei einer Exkursion zu dem Textilunternehmen Heine in Karlsruhe blickten die Studenten des EC Europa Campus hinter die Kulissen des Tochterunternehmens des Otto-Versands. Sie fertigten in Gruppen eine Arbeitsprobe an, bei der in eine McKinsey-Matrix ein Testkatalog einkategorisiert werden sollte. Außerdem lernten sie die Abteilungen des Unternehmens kennen, wie Marketing, Kataloggestaltung, Qualitätskontrolle und Lager.

EC-Student Kayode Olaijde modelt und fotografiert

„Ich liebe es, Menschen in einem neuen Licht erscheinen zu lassen und zu sehen, wie eigene Ideen wachsen und verwirklicht werden", sagt der 21-jährige Kayode Olaijde, der bei EC Europa Campus Marketing, Marken- und Medienmanagemant studiert. Parallel zum Studium modelt und fotografiert er professionell. „Mit 17 Jahren wurde ich auf der Straße angesprochen, ob ich Interesse hätte, für eine Agentur an diversen Shootings teilzunehmen", so Olaijde. Mitunter lief er auf der Fashionweek in Berlin und war auf sämtlichen Wallpapers des Kleidungsgeschäftes AWG zu sehen. „Ich fotografiere auch leidenschaftlich gerne". Was viele Menschen nicht sehen, sei, dass hinter einer Bilderstrecke nicht nur Fotos stecken, sondern viel Planung und Koordination. Am Wochenende steht er selbst hinter der Kamera und fotografiert in erster Linie Themen wie Fashion, Editorial, Beauty und Porträt. „Einige Bilder wurden auch schon als Print veröffentlicht, darunter im Pictures Magazine und der Vogue Italia, worauf ich stolz bin", sagt der Student. Mit der Gründung seines Kleinunternehmens „Kayodanielphotography", das vor allem immer mehr an Größe in sozialen Netzwerken wie Facebook gewinnt, hat er schon ein wichtiges Fundament für die Zukunft geschaffen. In seinem Studium erhofft sich Olaijde, das fachlich erworbene Wissen aus dem Marketing in der Praxis noch intensiver anwenden zu können.

Maximilian Kapovic

EC-Studentin Melina Suljanovic hat mit ihrem Modelabel M.S. Design im Modebusiness Fuß gefasst.

EC-Studentin Melina Suljanovic entwirft eigene Kollektionen

Das Hobby zum Beruf machen. Viele wünschen es sich, wenigen gelingt es. EC-Studentin Melina Suljanovic hat es geschafft. Mit ihrem Modelabel „M.S. Design" ist die 18-Jährige auf Erfolgskurs. Der Grundstein dafür wurde bereits in jungen Jahren gelegt, als ihre Mutter und ihre Tante ihr das Nähen beibrachten. Das Interesse an der Näharbeit wurde zur Leidenschaft und führte dazu, dass Suljanovic in der 10. Klasse die Entscheidung traf, ihr Fachabitur im Bereich Textiltechnik und Bekleidung an der Wiesbadener Louise-Schröder-Schule zu absolvieren. Dort lernte sie nicht nur den handwerklichen Umgang an Nähmaschinen, sondern konnte sich auch Fachwissen im Bereich Handel und Industrie aneignen. Beim Sommerevent des EC Europa Campus 2013 präsentierte Suljanovic zum ersten Mal ihre eigene Kollektion. Sie ruht sich jedoch nicht auf ihren Lorbeeren aus: Zum Wintersemester 2014 begann sie Mode-, Trend- und Markenmanagement bei EC Europa Campus zu studieren, um im Modebusiness Fuß zu fassen. Nebenbei betreibt sie weiterhin ihr Modelabel. „Ich möchte meine Arbeit im Modebereich ausweiten und später eine eigene Show auf der Londoner Fashion Week haben", sagt Suljanovic.

Ruben Rosa

EC-Student Janis Langer hat eigene Deutsch-Rock Band

EC-Student Ares Abasi als Gastsänger der Band Dreimillionen mit EC-Student Janis Langer am Schlagzeug.

„Wir wollen drei Millionen Fans", antworten die fünf Mitglieder der Band Dreimillionen auf die Frage, was sie im Laufe ihrer Karriere noch erreichen wollen. EC-Student Janis Langer ist Schlagzeuger der Band und betont: „Unser Ziel ist es, eine gute Zeit zu haben und es so weit zu schaffen, wie wir nur können." Zwar sind die Jungs bislang noch relativ unbekannt und haben somit noch einen langen Weg vor sich, können sich jedoch mit über 2000 Facebook-Fans sehen lassen. Auch auf Youtube erreicht die Band bis zu 8000 Klicks pro Video. So hat sie sich eine beachtliche Fan-Community aufgebaut und sich bei den Deutsch-Rock-Fans bereits einen Namen gemacht.

Hinter jedem Erfolg steckt harte Arbeit. Ihre Songs schreiben die Musiker selbst. Jedes Bandmitglied verfasst seinen eigenen, individuellen Text, und nur selten entsteht etwas in gemeinschaftlicher Arbeit. Auch ihre Auftritte auf Festivals und Veranstaltungen muss die Truppe bislang noch selbst organisieren. „Wir arbeiten zwar hart, jedoch gibt uns jeder einzelne Fan die Motivation weiterzumachen", so Langer.

Auf dem Bad Homburger Laternenfest sind sich die Fünf zum ersten Mal begegnet und kamen ins Gespräch. Damals lernte Langer die Zwillinge Marian und Christopher Bopp kennen. Zu einem späteren Zeitpunkt kamen noch Jonas Roemhild und Oliver Legat hinzu. „Wir waren sofort auf einer Wellenlänge", erklärt Langer, der bei EC Europa Campus PR und Kommunikationsmanagement studiert. Er hofft, sich durch das Studium als Manager in der Musikbranche etablieren zu können.

Ares Abasi

EC-Student Phillip Diemer spielt in zwei Bands

Melodic Deathmetal oder Irish Folk Rock? Diese Frage muss sich EC-Student Philipp Diemer nicht stellen, denn er ist der Meinung: „Wer die Musik liebt, lässt sich nicht in eine Sparte drängen, sondern findet in jeder Musikrichtung etwas Besonderes". Diemer ist Mitglied in zwei Bands, die unterschiedlicher nicht sein könnten und steht dort jeweils an der E-Gitarre und am Banjo.

Bei der Band The Ashes Rising, die 2010 gegründet wurde, schlägt Diemer die Saiten der E-Gitarre, um dem Melodic Death Metal das gewisse Etwas zu verpassen. Mit The Ashes Rising hat er sogar vor kurzem ein eigenes Album mit selbst komponierten und getexteten Titeln herausgebracht. Außerdem spielt er noch in der Irish Folk Rock Gruppe The Dullahans, mit der er auf Veranstaltungen wie dem Honky Tonk Festival in ganz Deutschland auftritt.

„Die Musik ist mein Hobby, und es macht unendlich viel Spaß, jedoch steht das Studium im Vordergrund." Diemer studiert PR und Kommunikationsmanagement bei EC Europa Campus. Zur Musik kam er im Alter von sechs Jahren, indem er Geigenunterricht erhielt. Im Laufe der vergangenen Jahre erlernte er zusätzlich den Umgang mit Schlagzeug, Mundharmonika und Bass. Außerdem nahm Diemer Gesangsunterricht. In naher Zukunft will er noch Klavier lernen, um sein Repertoire stetig zu erweitern. Neben der Musik macht Diemer seit drei Jahren Kung-Fu und macht zurzeit seine Trainerausbildung.

EC-Student Philipp Diemer (vorne Mitte) bei einem Bandshooting mit The ashes Rising.

Jacob Christmann

EC-Studentin Antonia Torbohm zwischen Modeln und Studium

EC-Studentin Antonia Torbohm bei einem außergewöhnlichen Shooting auf einem Pferd. Foto: Stefanie Sauer.

„Am meisten Spaß habe ich, wenn ich an einem Konzept für ein Shooting mitwirken oder eines erstellen kann. Ich liebe es kreativ zu sein", sagt Antonia Torbohm, die PR und Kommunikationsmanagement bei EC Europa Campus studiert. Zum Modeln gekommen ist die Heidelbergerin mit 17 Jahren, nachdem sie ein Fotograf angesprochen hatte. Danach dauerte es nicht lange, bis sie eine Agentur unter Vertrag nahm. Die interessanten Menschen, die sie kennen lernt, und die wechselnden Schauplätze machen für sie den Reiz am Modeln aus. Zu ihren bisherigen Highlights zählt die EC-Studentin unter anderem ein Shooting für VioVio, das Modelabel des Stuttgarter Rappers Cro. Auch das Fotoshooting auf einem Pferd stellte eine neue Herausforderung dar. Mit dem Druck, den diese schillernde Welt mit sich bringt, geht die Studentin aber entspannt um. „Modeln kann körperlich und psychisch anstrengend sein. Ich sehe aber alles relativ locker. Ich achte weder darauf, was ich esse, noch mache ich jeden Tag Sport. Wichtig ist, dass ein Model auf sich aufpasst, Spaß hat und sich bewusst ist, dass man es nicht immer jedem Recht machen kann." Ihre berufliche Zukunft sieht die 21-Jährige jedoch anderswo. „Mit meinem Studium will ich den Grundstein für eine spätere Tätigkeit im Krisenjournalismus legen", sagt Torbohm. Insbesondere mit interkulturellen Konflikten würde sich die angehende Bachelorabsolventin gerne auseinandersetzen, um so neue Kulturen besser kennen zu lernen. Außerdem könnte sie so ihrer Leidenschaft, dem Reisen, weiter nachgehen.

Max Amelang

EC-Student Murat Yalcin schreibt für die türkische Zeitung „Zaman".

EC-Student Murat Yalcin

Bei türkischer Zeitung durchstarten

EC-Student Murat Yalcin schreibt für die türkische Tageszeitung „Zaman", übersetzt „Die Zeit", die mit über einer Million Exemplaren zu den auflagestärksten Tageszeitungen in der Türkei zählt.
Der 19-jährige studiert PR und Kommunikationsmanagement bei EC Europa Campus und arbeitet seit zwei Jahren als freier Journalist.

Anna Sawitzki

Stadtkulturmagazin P Darmstadt

Handbuch für urbanes Leben

Bunte Truppe: Das P-Team um Herausgeber Cem Tevetoğlu (4.v.l.)

Um den Wissensdurst der Darmstädter nach Veranstaltungsterminen im Kultur- und Nachtleben zu stillen, gibt es seit 2000 die Internetplattform Partyamt.de. Der große Zuspruch dieser Seite brachte eine Gruppe junger Darmstädter auf die Idee, ein Stadtmagazin als Printprodukt zu gestalten. „Der Veranstaltungskalender von Partyamt.de muss das Herzstück sein, daher auch der Name P-Magazin", erklärt Cem Tevetoğlu, Herausgeber und Chefredakteur des P.

Bis ein P erscheint, ist das 25-köpfige Team einen Monat lang beschäftigt.Wechselnde Rubriken berichten über Veränderungen im Stadtbild, Mundart-Texte stellen einen Bezug zur sprachlichen Tradition her.

Zur Information über Auftritte der nationalen und internationalen Musik-Prominenz in Darmstadt ist es ebenso hilfreich wie für Zugezogene, die ein Handbuch für ihre neue Heimat brauchen. „Um authentisch zu sein, verzichten wir vollständig auf Pressemitteilungen – wir schreiben alles selbst", betont der Chefredakteur. Das P bietet Praktika für Studenten an.

Robert Bühlmeyer

Radiomoderator Tim Lauth

Morgenstund hat Gold im Mund

Ein Mann. Ein Mikro. 5 Uhr morgens. On Air. Tim Lauth ist Morningshowmoderator beim regionalen Businessradio Antenne Frankfurt. Er beschreibt sich als jungen und aufgeschlossenen Menschen mit einem besonderen Bezug zu Frankfurt.

Durch sein anfangs freizeitliches Engagement bei Njoyradio und Radio X ist Lauth trotz der eigentlich geplanten Karriere als Landschaftsarchitekt vor vier Jahren beim Radio gelandet. Die Arbeit als Morningshowmoderator sei aber nicht immer einfach. „Ein Leben mit dem Schlafmangel ist quasi aktuell die Gegenwart bei mir." Doch besonders die Vielseitigkeit und Herausforderungen, sowie die Tatsache, dass er jeden Tag bis zu 3,2 Millionen Menschen erreicht, machen dies wieder wett.

Denen, die ihren Traum, Moderator zu werden, verwirklichen wollen, gibt er den Tipp, immer am Ball zu bleiben

Michelle Kedmenec

Der Morningman Tim Lauth bei der Arbeit im Studio von Antenne Frankfurt. Foto: Lauth.

Sportkommentator Frank Buschmann ist leidenschaftlicher Sportjournalist. Foto: Beko BBL Christian Kaufmann

Interview mit Sportjournalist Frank Buschmann

Sport ist mehr als Fußball

Frank Buschmann ist Sportjournalist und Sportkommentator. Nach 20 Jahren bei Sport1 arbeitet er nun für die Sendergruppe Prosiebensat. 1 Media, das ZDF und betreibt seinen YouTube-Kanal Buschi TV. EC-Student Jonas Lölkes sprach mit ihm.

Welches war der bisher beeindruckendste Moment Ihrer Karriere als Sportjournalist?
Den einen Moment gibt es nicht. Hautnah dabei zu sein, als Michael Jordan in den NBA Finals erfolgreich war, werde ich natürlich niemals vergessen. Sicherlich gehören auch die Erfolge der Deutschen Basketballnationalmannschaft mit Dirk Nowitzki dazu. Aber ein Superbowl ist für mich etwas ganz Besonderes. Es ist das größte Einzelsportereignis der Welt und es zu kommentieren, war einfach großartig.

Wo sehen Sie die Zukunft von Sportmoderatoren in den Medien?
Es wird immer Sportjournalismus im Fernsehen geben, es gibt immer mehr Livestreams, da entstehen eine Menge neue Jobs. Für Kommentatoren gibt es kaum noch offene Türchen, um ins Fernsehen zu kommen. Das ist schwierig. Jetzt gibt es neue Möglichkeiten, wo man eher mal die Gelegenheit hat, das sind neue Bereiche, auf die Sportjournalisten ein Auge haben sollten. Den Vorwurf, den ich dem Sportjournalismus im Fernsehen mache ist, dass alle Fragen abgesprochen sind. Wenn alles abgesprochen ist, wenn die Berater bestimmen, was gefragt werden darf, dann ist das für mich nicht mehr die Vorstellung von meinem Job. Ich weiß aber auch, dass das part of the business ist.

Was muss ein angehender Sportjournalist und Kommentator mitbringen?
Er muss Sport mögen, Sport lieben, Sport verstehen und Sport fressen! Es ist schön, wenn ein Sportjournalist mehr weiß als die aktuelle Bundesligatabelle aus dem Kicker. Was auch hilft, sind Ehrgeiz und ein guter Umgang mit der deutschen Sprache. Es gibt einen großen Unterschied zwischen einem Sport-, und einem Fußballkommentator. Sport ist mehr als Fußball, viele interessiert, wie Bayern München gegen Bamberg Basketball spielt oder die Rhein-Neckar Löwen gegen den Hamburger SV Handball.

Gibt es einen Kommentator, dem Sie persönlich am liebsten zuhören?
Ich höre ganz gerne jemandem zu, der Gefühle vermittelt, aber das Entscheidende ist Know-how. Er muss mir vermitteln, dass er das Spiel versteht. Es ist für mich ganz schlimm, dass sich viele gleich anhören und somit nicht echt.

Sportredaktion Weinheimer Nachrichten

Printmedien werden in Zukunft exklusiver

Sportredakteurin Anja Treiber im Interview mit Dirk Jörns, Trainer des Fußballvereins TSG 62/09 Weinheim

Seit 24 Jahren arbeitet Anja Treiber in der Sportredaktion der Weinheimer Nachrichten. „Da ich mich für viele Sportarten interessiere und früher selbst Handball gespielt habe, wollte ich unbedingt in die Sportredaktion. Für mich ist nicht nur Profisport relevant, sondern auch der Sport auf lokaler Ebene ist interessant", sagt Treiber, deren Stärke das Schreiben ist. Eine Radio- oder Fernsehmoderatorin müsse viel spontaner sein und improvisieren können, während sie ihren Text vor dem Druck kontrollieren und korrigieren könne. Die zunehmende Dominanz der Onlinemedien hat, laut Treiber, sowohl Vor- als auch Nacheile für die Printmedien: „Unsere Arbeit wird durch die Onlinemedien vielschichtiger. Einerseits wird das Recherchieren vereinfacht, auf der anderen Seite kann es aber auch passieren, dass durch den Druck, immer aktuell sein zu müssen, die Sorgfalt der Recherche vernachlässigt wird". Trotz der sinkenden Zahl der Auflagen ist sie davon überzeugt, dass Printmedien bestehen bleiben. Jedoch müsse der Journalist die Inhalte für die Leser attraktiver machen. „Es wird in Zukunft nicht mehr die reine Berichterstattung in Zeitungen und Magazinen zu lesen sein, die Fakten bekommen die Leser online schneller. Wir müssen mehr Hintergründe, Analysen, Tipps oder ähnliches mit einbeziehen, um unser Medium exklusiver zu machen." Angehenden Sportjournalisten rät sie, früh Kontakte zu knüpfen, um ein Netzwerk aufzubauen, die Emotionalität des Sports zu begreifen und vor allem Präsenz zu zeigen. Die Sportredaktion der Weinheimer Nachrichten bietet Praktika für Studenten an.

Alessandro Crisafulli

Leiter der Hörfunknachrichten bei HR Info Ulli Janovsky

„Mit Sprache arbeiten macht mir Spaß"

Als Leiter der Hörfunknachrichten des Hessischen Rundfunks (HR) bildet Ulli Janovsky den Nachwuchs aus und übernimmt die Qualitätskontrolle. Seit über 20 Jahren arbeitet er in unterschiedlichen Funkhäusern, zuerst beim Mitteldeutschen Rundfunk und seit 1999 beim HR. Auf der HR Info Stationvoice präsentiert Janovsky täglich alle aktuellen Layoutelemente, zum Beispiel Sport, Wetter und Börse. „Zu spät mit Atemnot und Hyperventilation auf Sendung zu gehen, ist für mich der größte Fauxpas". Seine Ziele sind, das hohe Niveau der Nachrichten für den HR zu halten und noch zu verbessern. Bei 120 Sendungen am Tag und einem HR Info Takt von 20 Minuten passiert immer noch der eine oder andere Lapsus, zum Bespiel dass keine Meldung ausgedruckt ist, obwohl der Sprecher im Studio schon präsentieren müsste. Er möchte die Fehlerquote senken. Die ARD soll als Kerndisziplin wahrgenommen werden. Wegen ihrer ausgewogenen Berichterstattung soll die ARD für die deutsche Gesellschaft unverzichtbar werden.

Seine Empfehlung an zukünftige Moderatoren ist eine gute Allgemeinbildung, Neugier und die Fähigkeit, Problemstellungen zu analysieren. Janovsky, liebt sein Beruf: „Es ist faszinierend, jeden Tag neue Menschen kennen zu lernen. Überhaupt Menschen interessieren mich und wie sie ticken. Mit Sprache zu arbeiten und komplizierte Dinge einfach auszudrücken und zu erklären, macht mir Spaß. Und was gibt es Besseres, als Nachrichten zu senden, die für die Hessen einen echten Nutzwert haben - das ist für mich Journalismus", sagt Janovsky.

Constantin Batton

Ulli Janovsky, Leiter der Hörfunknachrichten bei HR Info, möchte die Fehlerquote im Hörfunk senken.

Metropolregion TV

Fernsehen aus der Rhein-Neckar-Region

„Die Menschen sind in den vergangenen Jahren heimatverbunden geworden. Genau darauf sind wir aus“, sagt Christian Gräber, Geschäftsführer des Fernsehsenders Metropolregion TV. Als reiner Dokumentations- und Reportagesender verzichtet der regionale Fernsehsender auf Nachrichten oder Unfallberichte und konzentriert sich 24 Stunden an sieben Tagen in der Woche ausschließlich auf die positiven Seiten der Rhein-Neckar-Region. Bis heute verzeichnet der Sender knapp 300 000 Zuschauer pro Tag. Für jede Region gibt es einen speziellen Sendetag, so ist beispielsweise der Dienstag „Mannheim-Tag“. Auch Bands und junge Regisseure werden täglich vorgestellt und können ihre Kurzfilme oder Lieder zum Besten geben. Acht Mitarbeiter stemmen all diese Arbeiten: „Ich denke, wenn man ein so gutes Team an seiner Seite hat, ist es relativ leicht, einen Fernsehsender zu führen“, erklärt Gräber. Metropolregion TV bietet Studenten Praktika an.

Jan Nesseler

Christian Gräber, Geschäftsführer von Metropolregion TV, bei Dreharbeiten. Foto: Metropolregion TV

Live über Frankfurt

Moderation in 200 Metern Höhe

Peter Alexander Rothkranz moderiert im höchsten Sendestudio Europas.

„Als Moderator musst du extrovertiert sein. Mauerblümchen tun sich schwer.“ Wenige Minuten vor seiner Live-Moderation beim Hessischen Rundfunk (HR) in Frankfurt ist Peter Alexander Rothkranz entspannt. Früher war er oft aufgeregt, doch nach sechs Jahren überwiegt die Erfahrung. Routine lässt Rothkranz dennoch nicht zu. „Das führt zu Fehlern. Passiert dennoch einer, muss ich Ruhe bewahren und charmant bleiben.“ Er hat stets ein Lächeln auf den Lippen – vor und hinter der Kamera. Der 45-Jährige moderiert regelmäßig die Sendung Maintower. Im gleichnamigen Frankfurter Hochhaus steht er in der 53. Etage im höchsten Sendestudio Europas für die Live-Sendung vor der Kamera.

„Es war schon immer mein Wunsch, eine Sendung zu moderieren.“ Nach seinem Volentariat bei einem Berliner Privatsender arbeitet er für RTL Explosiv in Köln. Seit 14 Jahren ist Rothkranz Newsredakteur und Chef vom Dienst beim HR. Den Moderationsjob in der Turmspitze des Maintowers übernimmt der gebürtige Duisburger regelmäßig. Rothkranz kennt die regionalen Themen des Tages, schreibt jede Moderation selbst. Auch wenn ein Beitrag erst kurz vor Sendestart fertig geschnitten und vertont ist, bleibt er ruhig.

„Es gibt einen Fahrplan. Fällt ein Beitrag kurzfristig weg, existiert immer eine Reserve.“ Für ihn ist der Maintower der schönste Arbeitsplatz in ganz Frankfurt.

Carolin Lemuth

Interview mit Kulturbürgermeister Wolfram Jäger

Kulturkonzeption mit Leben füllen

Seit mehr als sechs Jahren ist Wolfram Jäger Kulturbürgermeister der Stadt Karlsruhe. Nachdem Margret Mergen nach Baden-Baden gegangen war, übernahm er ihr Amt als Erster Bürgermeister im Rathaus. EC-Student Lucas Pflaum sprach mit ihm über die Karlsruher Kulturpolitik.

Seit über sechs Jahren sind Sie Kulturbürgermeister in Karlsruhe. Was war Ihr bisher größtes Projekt, das Sie begleitet haben und auf das Sie stolz sind?
Das größte Projekt, auf das ich stolz bin, ist das Kulturkonzept für Karlsruhe, das der Gemeinderat einstimmig beschlossen hat. Die Schwerpunkte dieser Konzeption haben wir gemeinsam mit allen Kulturschaffenden aus Karlsruhe in Workshops erarbeitet, bis schließlich in vielen Schritten ein fertiges Konzept entstand.

Woran fehlt es Karlsruhe, um sich als Kulturmetropole positionieren zu können?
Ich denke, dass Karlsruhe eine reiche und breit gefächerte Kulturlandschaft hat. Wir haben mit dem Zentrum für Kunst und Medientechnologie einen unserer Leuchttürme, der weltweit einen hohen Stellenwert hat. Außerdem haben wir die europaweit größte Literarische Gesellschaft. Unser Badisches Staatstheater wurde vielfach in Wettbewerben ausgezeichnet und wir haben neben den großen professionellen Kultureinrichtungen auch viele ehrenamtliche oder nicht professionelle Kulturschaffende. Ich denke, dass Karlsruhe international bereits einen hohen Stellenwert hat.

Welche kulturellen Einrichtungen oder Events gibt es speziell für Studenten und junge Menschen?
Eines der Events in Karlsruhe ist natürlich das Fest. Es richtet sich zwar auch an ältere Menschen, aber der Schwerpunkt liegt natürlich ganz klar bei der jüngeren Generation. Auch das Staatstheater bietet Möglichkeiten, die Türen zwischen Theater und Studenten weiter zu öffnen.

Welche Ziele haben Sie für die nächsten drei Jahre?
Eines der Ziele ist die Kulturkonzeption mit Leben zu erfüllen. Weiter hoffe ich, dass auch das Theaterfestival „Premières“, das zusammen mit Straßburg im jährlichen Wechsel veranstaltet wird, nachhaltig verankert werden kann.

Bildredaktion der FAZ

Gute Fotos bleiben im Kopf

Die Bildredaktion der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (FAZ) steht für eine gute Recherche und qualitativ hochwertige Fotos. Früher machten die Fotografen ein Bild und verwendeten dieses, heute sind es um die dreihundert Stück pro Minute. Die Technologie schreitet fort. Trotzdem spiegelt die Anzahl der Bilder nicht den Moment des Erlebten wider. „Früher waren bei einer besonderen Pressekonferenz genau drei Fotografen anwesend, heute sind es hundert", sagt der Bildredakteur der FAZ Werner Breunig. Die Anzahl der Medien ist stark gewachsen. Ein gutes Bild entsteht erst dann, wenn auf dem Foto keine Statik vorhanden ist, sondern das Foto aus Zufall entsteht. In einem Bild muss etwas Besonderes sein, damit diese Fotos immer im Kopf des Lesers bleiben. Timing ist dabei ein wichtiger Faktor.

Werner Breunig, Bildredakteur der FAZ, erläutert EC-Studentin Caroline Gehrke, wie ein gutes Foto entsteht.

„Es ist ratsam, eine andere Perspektive zu wählen als die anderen Fotografen, so wird das Bild einzigartig", sagt Breunig. Deshalb gilt die Devise: besser ein gutes Foto als tausend schlechte. In einem Jahr sind es mittlerweile 70 000 bis 80 000 Bilder, die in der Redaktion der FAZ eintreffen.

Durch einen Blick aus dem Fenster holt sich der Redakteur neue Inspirationen, um auf dem Bild eine Einzigartigkeit und Leidenschaft hervorzuheben. Das Bild müsse eine Geschichte erzählen, erklärt Breunig.

Caroline Gehrke

Aquensis Verlag

Printmedien bleiben bestehen

Manfred Söhner zeigt EC-Student Tim Frößinger das Magazin „Nummer 1".

Für Manfred Söhner, geschäftsführender Gesellschafter des Aquensis Verlages Baden-Baden, steht die Printmedien-Industrie vor einer wichtigen Aufgabe: Gedruckte Werken in Zeiten der Digitalisierung zu erhalten. Söhner ist der Meinung, dass Lesen weiterhin wichtig ist. „Sicherlich hat es Vorteile, wenn sich jeder schnell im Internet informieren kann, aber gerade, wenn es um Hintergrundwissen geht, sollten sich die Menschen auch in Zeitungen oder Magazinen mit dem Weltgeschehen auseinandersetzen", sagt der 64-Jährige.

In seinem Unternehmen beschäftigt Söhner sieben Mitarbeiter. Der Verlag gibt Bücher, Zeitschriften, Kataloge, Kalender und Hörbücher heraus. Dabei legt er vor allem Wert auf regionalen Bezug, das betrifft die Themen des jeweiligen Formats und auch die Herkunft des Autors. Zu diesen Formaten gehören Magazine, wie zum Beispiel das „Nummer 1", das über die kulturellen Highlights der Region Baden-Baden berichtet. Außerdem verlegt Aquensis „Baden-Baden exklusiv", eine Gästezeitschrift, die nur auf Russisch erscheint. Was die Zukunftsaussichten seines Verlages und die der Printmedien generell betrifft, so ist der Geschäftsführer positiv gestimmt: „Ich glaube, dass Print- und digitale Medien nebeneinander existieren können. Natürlich bieten wir unsere Formate auch als E-Paper an."

Tim Frößinger

Georg Sahnen, Geschäftsführer des Stadtmarketing Mannheim, und EC-Studentin Lisa Bernards werfen einen Blick in das Mannheim Magazin.

Interview mit Georg Sahnen, Geschäftsführer des Stadtmarketings Mannheim

Mannheim hat Flair aus 170 Nationen

Georg Sahnen ist Geschäftsführer des Stadtmarketings Mannheim. Seine Aufgabe ist es, das Image der Stadt zu verbessern. EC-Studentin Lisa Bernards sprach mit ihm.

Was macht die Stadt Mannheim für Sie einzigartig?
Mannheim ist wie ein guter Freund. Irgendwie ist die Stadt lässig und sie ist entspannter als andere Großstädte. Sie ist auch in Teilen cool, aber nicht abweisend. Sie ist herzlich und tolerant. Die Stadt hat reichlich Musik, gutes Eis, guten Kaffee und guten Wein, ein Flair aus 170 Nationen. Sie hat reichlich Kultur und Kulturen. Ebenfalls bietet sie exzellente berufliche Entwicklungsmöglichkeiten.

Was ist Ihr Konzept für das Stadtmarketing in Mannheim?
Die Aufgabe des Stadtmarketings ist klar definiert: Image, Image, Image. Internet, International und Interaktiv sind da die Schlagworte, die zum Teil das beschreiben, was wir vorhaben. Dabei auch Fach- und Führungskräfte zu binden, ist unser Ziel. Wir müssen mit den Medien von heute gehen. Dabei möchten wir nicht allgemeine Botschaften verkünden. Wir wollen versuchen, die Menschen konkret in ihren jeweiligen Lebensbereichen zu treffen. Zielgerichtete Kommunikation ist da ein besonderes Schlagwort. Wir müssen die Kommunikation in die einzelnen Bereiche herunterbrechen.

Welche Bedeutung hat das Kommunikationsinstrument Social Media für Sie, um das Stadtmarketing voranzubringen?
Social Media sind die Medien von heute. Es ist sozusagen eine Echtzeit-Kommunikation. Sie haben eine zentrale Bedeutung. Um die Aktivitäten des Stadtmarketings zu stärken, brauchen wir sie. Wir brauchen aber auch andere Medien. Der Medien-Mix ist wichtig.

Sie sind Journalist und nun in der Marketingbranche tätig. Was geben Sie angehenden Journalisten und Marketinginteressierten mit auf den Weg?
Journalisten gebe ich mit auf den Weg, aufmerksam zuzuhören, zu beobachten und zu hinterfragen. Was Journalisten ausmacht, ist Nachrichten aufzusaugen, sie zu verstehen und zu kombinieren. Im Marketing sollte ein Gespür für Trends vorhanden sein, aber auch das Originelle spielt eine wichtige Rolle. Was beides vereint, ist das Gespür für ein bestimmtes Thema und für einen roten Faden.

Dirigentin Judith Kubitz

„Das Dirigieren kam zu mir“

Die Dirigentin Judith Kubitz arbeitet seit 2013 für die Philharmonie Baden-Baden. „Nach jahrelanger Arbeit als Kapellmeisterin hatte ich den Drang, wieder Neues auszuprobieren. Ich hatte als Dirigentin in solch einem Orchester noch wenig Erfahrung, da ich zuvor viel in Musiktheatern arbeitete und meine Ausbildung als Dirigentin auf ein anderes Profil ausgerichtet hatte“, sagt Kubitz. Sie reizten jedoch das Feeling in diesem Orchester, die neue Umgebung und der Wert, neue Erfahrungen zu sammeln. Die Mehrheit der Dirigenten ist männlich, dennoch hat Kubitz diesen Beruf gewählt und ihr Musikstudium in Paris absolviert. „Das Dirigieren kam zu mir. Zunächst wollte ich in ein anderes Berufsfeld einsteigen. Ich habe erst spät meine Leidenschaft für diesen Beruf entdeckt. Da ich in der DDR aufgewachsen bin, hatte ich nur eingeschränkte, Möglichkeiten, um meine Pläne zu realisieren, aber ich habe es geschafft“, erklärt die Dirigentin.

Trotz ihrer umfangreichen Repertoireliste kehrt bei ihr keine Routine ein, da in der Philharmonie Baden-Baden selten dauerhaft eine gleich bleibende Orchesterbesetzung besteht, außerdem gibt es ein ständig wechselndes Programm. „Wenn ich fest einstudierte Stücke unter neuen Voraussetzungen und Bedingungen wiedergeben muss, ermöglicht es mir, jedes Mal etwas Neues daraus zu machen“, sagt Kubitz.

Julia Lasch

Judith Kubitz ist mit Leidenschaft Dirigentin. Foto: Kubitz

Markus Münch

Vom Fußballer zum Pferdetrainer

Ex-Fußballer Markus Münch (re.) heute ein erfolgreicher Rennpferdetrainer.

„2001 bin ich das erste Mal mit dem Pferdesport in Berührung gekommen. Als ich in Gladbach spielte, wohnte ich in Düsseldorf direkt neben der Rennbahn“. So begann das Kapitel Pferderennen für Ex-Fußballprofi Markus Münch.

Nach einer erfolgreichen Karriere mit Stationen bei Bayern München, Borussia Mönchengladbach und Bayer 04 Leverkusen entschied er sich für ein Leben als Trainer für Rennpferde. „Nach dem Fußball wollte ich etwas Neues ausprobieren“, sagt Münch. Über den Mitbesitz eines Rennpferdes kam er auf den Geschmack und fasste den Entschluss, Trainer zu sein. „Rennpferde sind wie Athleten, die nur bei Höchstleistung Erfolge erzielen können, und das ist meine Motivation, sie dahin zu bringen. Es gab bisher keinen Tag, an dem ich meine Entscheidung bereut habe“.

Besonders viel Spaß findet Münch an der Arbeit mit jungen Pferden. „Es ist schon etwas Besonderes, die Entwicklung der Pferde zu beobachten und aktiv an ihr beteiligt zu sein. Das macht einen Riesenspaß“. Am Pferderennsport in Deutschland bemängelt er die fehlende Jugendarbeit. „Es gibt vier bis fünf gute Jockeys in Deutschland, die aber alle schon älter sind. Das ist in England und Frankreich anders, da kommen immer wieder gute junge Reiter hervor.“ Dennoch sieht Münch die Zukunft des Rennsports in Deutschland leicht ansteigend.

Frank Sauerbrey

Theo Zwanziger, Exekutivkomitee-Mitglied der Fifa, zeigt EC-Student Lars Mäncher stolz einen seiner Pokale.

Interview mit Fifa Exekutivkomitee-Mitglied Theo Zwanziger

Akzeptanz und Toleranz durch Fußball

Theo Zwanziger, ehemaliger DFB-Präsident, ist Exekutivkomitee-Mitglied der Fifa und setzt sich gegen Diskriminierung im Fußball ein. EC-Student Lars Mäncher sprach mit ihm.

Sie engagieren sich für Toleranz und setzen sich gegen Diskriminierung im Fußball ein. Sehen Sie hier im Umfeld des deutschen Fußballs noch ein Defizit?
Der Einsatz für Integration und gegen Diskriminierung ist eine Daueraufgabe unserer Gesellschaft. Dem Fußball kommt hier als populärer Mannschaftssport eine ganz besondere Rolle zu. Ein paar Projekte allein reichen nicht. Die klare Positionierung zur Bedeutung dieser Aufgabe auf der Führungsebene ist genauso gefragt wie die ständige Verbesserung von Bildungsangeboten.

Wie wichtig ist es Ihnen, dass der Frauenfußball in Deutschland und auch weltweit weiter voranschreitet und zunehmend unterstützt wird?
Das ist mir sehr wichtig, denn Frauen und Mädchen können sehr gut Fußball spielen. Generell sind die Jungs stärker auf den Fußball fokussiert, aber jedes Mädchen, das in einem Verein spielen möchte, sollte in zumutbarer Entfernung die Gelegenheit dazu finden. So kann der Sport helfen, die gesellschaftliche Rolle von Frauen und Mädchen gerechter zu gestalten.

Wie kann der Fußball ihrer Meinung nach dazu beitragen, Menschen in Großstädten wie Frankfurt oder Mannheim besser zu integrieren?
Fußball verbindet, deshalb sollten Migranten in unseren Vereinen offen aufgenommen und respektvoll behandelt werden. Wir sollten uns intensiv mit ihrer Kultur beschäftigen und nicht alles Fremde erst einmal ablehnen. Wir brauchen hier einen richtigen Bildungspakt, der die Entwicklung in unserer ganzen Gesellschaft positiv gestalten könnte. Nur, davon sind wir wohl noch etwas entfernt.

Welche Tipps können Sie jungen Menschen geben, wenn sie erfolgreich sein wollen?
Gute Ausbildung, Stärken und Schwächen im Laufe der Zeit genau analysieren, Standpunkte entwickeln und dafür eintreten, aber auch immer daran denken, dass man nicht alleine auf der Welt ist.

Mannheimer Oktoberfest mit Kultstatus

v.l.n.r.: Auch die EC-Studenten Joseph Maxwell Tandoh, Marco Conrad, Maxi Lena Scheuermann-Meier und Ann-Kathrin Toews feiern gerne zünftig.

Mit dem Münchner Oktoberfest hat Deutschland nicht nur ein großes Volksfest auf die Beine gestellt, sondern sorgt auch jedes Jahr weltweit für Aufsehen. Dieses Großereignis holte Arno Kiegele in die Region. Der Gründer der Veranstaltungsagentur „Platzhirsch", der lange Jahre beim Südwestrundfunk als Eventmanager tätig war und mit seinem Team über 500 Veranstaltungen verantwortet hat, beschloss nach Abitur und Wehrdienst nach Spanien zu ziehen, um dort als Animateur zu arbeiten. Eine seiner Stationen waren unter anderem das „Privilege", der größte Jugendclub Europas auf Ibiza. Nachdem er neben der Animationstätigkeit auch mehrere Mountainbike-Stationen und Boutiquen betrieben hatte, zog es ihn wieder zurück nach Deutschland, ehe er sich selbstständig machte. „Ich habe Eventmanagement gemacht", sagt er. Seit fünf Jahren findet das Oktoberfest in Mannheim statt und hat inzwischen in der Metropolregion Rhein-Neckar Kultstatus erreicht. „Wo feiern oder genießen wir noch auf so eine bodenständige Art und Weise", sagt Kiegele. Was 2009 mit 3500 Gästen begonnen hat, endete 2014 mit knapp 26 500 Feierwütigen, die das Festzelt besucht haben.

Neuankömmlingen, die in das Geschäft einsteigen wollen, rät er:„Hört auf eure innere Stimme, denn die ist manchmal leise."

Joseph Maxwell Tandoh

Manufakturmesse Baden-Baden

Leidenschaft, Präzision und Herzblut

Uhrmacher Jochen Benzinger graviert eine Uhr auf der 6. Manufakturmesse in Baden- Baden.

„Es ist mir egal, mit welchem Geldbeutel jemand zu uns kommt. Hier ist jeder, der Interesse hat, herzlich willkommen", erklärt Kay Jaeger, Veranstalter der 6. Manufakturmesse. Im Kurhaus Baden-Baden sind neben hochwertigen Uhren-Unikaten auch Kleidung, Schreibutensilien, Skulpturen, Kunstwerke und andere Schmuckstücke zu bestaunen.

Als leidenschaftlicher Sammler beginnt Jaeger seine Laufbahn als Berater verschiedener Uhrenmarken. 30 Jahre später kann er seine 6. Messe sowie eine eigene Uhrenkollektion mit dem langjährigen Freund Jochen Benzinger präsentieren.

Es sind jedoch nicht nur die Ausstellungsstücke, die den Besuchern Gänsehaut bescheren. Gerade die Menschen hinter den Produkten, das im Hintergrund spielende Piano und die kunstvoll gestaltete Bel Étage des Kurhauses, geben der Manufakturmesse ihre ganz besondere Note. „Das war nicht immer so", erklärt Jaeger schmunzelnd, „meine erste Messe war in einer alten Mannheimer Tabakscheune mit nur zehn Ausstellern. Mit dem Ambiente des Kurhauses ist das nicht zu vergleichen".

Neben der Verwirklichung eines Traumes bedeutet die Messe für alle Beteiligten viel Arbeit. „Die Vorbereitung benötigt ein dreiviertel Jahr und die Messetage sind lang", so der Perfektionist. Die Zukunft von Manufakturen sieht Jaeger positiv. Durch eine transparentere Produktherkunft geht der Trend für ihn klar zu mehr Nachhaltigkeit.

Julia Saß

Marketing-Club Rhein-Neckar verlieh den 5. Marketingpreis

v.l.n.r.: Ehrenpräsident Hans-Joachim Adler mit Marketing- Club-Präsidentin Nicole Walz und EC-Studentin Lisa Bernards im Rokokotheater Schwetzingen.

Der Marketing-Club Rhein-Neckar feierte im Rokokotheater in Schwetzingen sein 50-jähriges Bestehen und verlieh den 5. Marketingpreis. Mit dem Preis würdigt der Club regionale Unternehmen für kreative Marketing-Kampagnen.

„Die Bewerber haben den Maßstab ihrer Einreichungen hoch gelegt", sagt Nicole Walz, Präsidentin des Marketing-Clubs. Marketingpreis-Organisator Christian Reschke ergänzt: „Die Marketing-Kampagnen der Preisträger waren äußerst kreativ. Die ausgezeichneten Unternehmen zeigen durch ihre qualitativ hochwertigen Konzepte, auf welch außergewöhnlichem Niveau das Marketing aus der Region ist."

Im Bereich „Young Professionals" gewann das Unternehmen Stilfaser mit seinem Sockenlabel von Jungfeld. In der Kategorie „Non-Profit" konnte sich die Organisation Amelie durchsetzen, eine Beratungsstelle für Frauen in der Prostitution. Die Firma Caterpillar Energy Solutions hat die Jury im Bereich „Große Unternehmen" überzeugt mit ihrem Produkt Modular Power Plant. Das kleine Kraftwerk besteht aus vorgefertigten Bauteilen und kann schnell aufgebaut werden. Cycle Pats gewann den Marketing-Preis in der Kategorie „Kleine Unternehmen" für die Markteinführung ihres Neuprodukts von Fahrradcomputern.

Hans-Joachim Adler, Ehrenpräsident des Marketing-Clubs Rhein-Neckar, erinnert sich: „Die Hauptbeweggründe für die Gründung des Clubs waren, dass damals in Wissenschaft und Lehre der Begriff des Marketings richtig geprägt wurde und dann immer mehr an Bedeutung gewann. Von den Erfahrungen anderer zu profitieren und Kontakte für das eigene Geschäft zu knüpfen, ist nach wie vor das Wichtigste."

Lisa Bernards

4. Karlsruher Werbenacht

Kommunikation leben

Werbespots sind nur öde Unterbrechungen des Fernsehprogramms? Nur schnöde Anregung zum unnötigen Konsum? Astrid Wagner, Vorsitzende des Kommunikationsverbands Mittelbaden, sieht das anders.

„Wir wollen Kommunikation leben", so Wagner. Die 4. Karlsruher Werbenacht präsentiert mehrere Werbespots, die von dem Bewegtbildpreis „Die Klappe" und der Internationalen „Cannes Rolle" prämiert wurden. Die Klappe ist ein deutsches Preisverleihungsevent, das Werbespots aus Deutschland, Österreich und der Schweiz zeigt. Die Cannes Rolle ist dagegen international vertreten, somit hat jeder die Chance, bei der Veranstaltung einen Einblick in die Werbebranche der anderen Ländern zu bekommen.

So unterteilt die Cannes Rolle die Spots aus 94 verschiedenen Ländern in mehrere Kategorien, wie in „Youniverse", wo Menschen Teil der Werbung werden, oder „Helper not Hero", wo das Wohlbefinden der Konsumenten im Vordergrund steht. Fast 100 Menschen fanden sich dieses Jahr im Kulturzentrum Tempel Karlsruhe ein, um gemeinsam die silber-, und goldprämierten Spots zu bestaunen. „Weg vom Konsum – Hin zur Kreativität" so forderte Wagner die Besucher auf, ihre Kreativität beim ersten Selfie-Award unter Beweis zu stellen. Hier konnten die Besucher zwischen verschiedenen Accessoires wählen und sich so in Szene setzen.

Julia Schneible

Astrid Wagner, Vorsitzende des Kommunikationsverbands Mittelbaden, und EC-Studentin Julia Schneible hatten Spaß am Selfie-Award.

Gutshof Ladenburg

Historischer Charme vereint mit modernen Elementen

„Wir haben es geschafft, den ursprünglichen Charme und die historische Anmut des alten Gebäudes zu erhalten und dieses Ambiente stilvoll mit der modernen Inneneinrichtung zu kombinieren“, erklärt Moritz Müller, Geschäftsführer der Event-Agentur Matrix und seit 2014 Pächter des Gutshofs Ladenburg.

Dieser bietet das ganze Jahr über den idealen Ort zum Feiern von unvergesslichen Events: Hochzeiten, Geburtstage, Firmenveranstaltungen, Kongresse, Vernissagen und auch Messen. Ob elegantes Galadinner oder rustikales Buffet mit Fassbieranstich, das erfahrene Matrix-Team eröffnet zahlreiche Möglichkeiten zur individuellen Gestaltung verschiedener Events.

Der Gutshof liegt zwischen Mannheim und Heidelberg im Ortsteil Ladenburg-Rosenhof. Die Anlage umfasst Seminar- und Veranstaltungsräume sowie einen großzügigen Außenbereich mit Park. Bis zu 500 Personen finden hier Platz.

Der Gutshof Ladenburg als ideale Eventlocation für jeden Anlass. Foto: Moritz Müller

Müller sagt: „Wir organisieren etwa 40 Veranstaltungen pro Jahr, hauptsächlich Hochzeiten“. Paare können sich alternativ zur klassischen Trauung in der Kirche auch von einem freien Theologen auf dem Gutshofgelände trauen lassen. „Der Wandel der Zeit verändert die Menschen. Viele wollen nicht mehr traditionell heiraten. Der Gutshof bietet Praktika für Studenten an.“

Ann-Kathrin Toews

Stadt Karlsruhe

Geburtstag mit Bürgerbeteiligung

In diesem Jahr feiert die Stadt Karlsruhe ihren 300. Geburtstag. Die Kernarbeit für dieses Event begann 2011. „Einen derartigen Stadtgeburtstag gab es in Deutschland noch nie“, betont der Pressesprecher des KA300 Teams, Oliver Langewitz.

Besonders dürfen sich die Karlsruher auf den 15-wöchigen Festivalsommer freuen. Eröffnet wird dieser durch eine viertägige Feier, die ab 17. Juni 2015, am Tag der Grundsteinlegung des Karlsruher Schlosses, stattfindet. In den darauffolgenden Monaten wird es über 500 Veranstaltungen geben, die von Theater-Aufführungen, Poetry-Slam, Musik-Events bis zu Hip Hop Battle reichen.

So soll die Eröffnungsshow des 300. Karlsruher Stadtgeburtstags aussehen.

Eine weitere Besonderheit ist der Dokumentarfilm SWR „Karlsruhe – Der Film“ in Zusammenarbeit mit dem Stadtarchiv Karlsruhe und dem Haus des Dokumentarfilms Stuttgart. „Jeder Einzelne muss sich mit dem Stadtgeburtstag identifizieren können, es ist ein Event, an dem sich jeder Einzelne beteiligen sollte“, sagt Langewitz.

Dorela Fejzullahi

Rock- und Popmusiker Peter Maffay war Gast beim 4. Internationalen Wirtschaftsforum in Baden-Baden. Foto: Klaus Schultes

4. Internationales Wirtschaftsforum Baden-Baden

Globalisierung braucht Werte

„Globalisierung wert(e) los?“ - mit dieser zweideutigen Fragestellung eröffnete Peter Heilbrunner, Leiter der SWR-Redaktion „Wirtschaft und Soziales“, das 4. Internationale Wirtschaftsforum (IWF) in Baden-Baden. Veranstalter ph Dr. Reinhard Hofmann führte anschließend die Gäste durch das Programm.
Der Fokus der Veranstaltung lag stets auf dem Thema Globalisierung und der Frage, ob man diese als wertelos oder wertlos bezeichnen könne. Durch die verschiedenen Redner bekamen die Besucher einen ausführlichen Überblick über die aktuelle Stellung des Themas Globalisierung in der heutigen Welt. Außerdem beleuchteten die Redner deren Vor- und Nachteile und diskutierten Probleme und Lösungsansätze.
Geladen waren namhafte Personen aus Wirtschaft, Kultur, Sport, Politik und Musik, wie der ehemalige Präsident der Republik Südafrika und Friedens-Nobelpreisträger, Frederik Willem de Klerk, der Präsident der 62. UN-Vollversammlung, Dr. Srgjan Kerim, sowie der Rock- und Popmusiker Peter Maffay. Er machte am Ende noch einmal darauf aufmerksam, dass eine Globalisierung nur in einem positiven Maße voranschreiten kann, wenn die Menschen die Kommunikation zwischen den Völkern und Nationen aufrechterhalten und diese möglicherweise verbessern. Er selbst ist dafür das beste Beispiel, da er sich auch privat mit seiner Peter Maffay Stiftung für andere Nationen und Völker in Not einsetzt.

Vanessa Merck

Enjoy Jazz Festival bietet vielfältige Musikeindrücke

„Enjoy Jazz, das Festival für Jazz und anderes“, heißt eines der bedeutendsten Jazz Events in Europa. Jedes Jahr im Herbst findet es sieben Wochen lang in Mannheim, Heidelberg und Ludwigshafen statt. Julia Hildenbrand, verantwortlich für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei Enjoy Jazz, beschreibt den Jazz als eine der freiesten Musikrichtunge:. „Dank der Improvisation eröffnet der Jazz unendliche Möglichkeiten“.
Enjoy Jazz finanziert sich hauptsächlich durch Sponsoren wie SAS Institute oder der BASF, die teilweise ihre eigenen Räume als Locations für das Event zur Verfügung stellt. Hildenbrand erklärt: „Enjoy Jazz bietet jedem Musiker und jedem Auftritt seinen eigenen Raum“.
Dies reizt auch internationale Künstler, wie beispielsweise das Emile Parisien Quartet aus Frankreich, in Mannheim in der Alten Feuerwache aufzutreten. Die junge Band eröffnet mit unterschiedlichen Arten der Geräuscherzeugung einen neuen, innovativen Sound. Mit dem eigens komponierten Song „Chocolate et Citron“ löste Emile Parisien Begeisterung bei den etwa 200 Zuschauern aller Altersklassen aus.

Katharina Scharf

Das Emile Parisien Quartet zu Gast in der Alten Feuerwache in Mannheim

Handballer Uwe Gensheimer

Erfolg auf ganzer Linie

„Schnelligkeit, Kraft und Koordination gleichzeitig anzuwenden, das fasziniert mich am Handball.“ So beschreibt der 28-jährige Uwe Gensheimer seine Leidenschaft zum Sport. Für den Kapitän der deutschen Nationalmannschaft steht schon seit seinem 5. Lebensjahr fest, dass Handball die perfekte Sportart für ihn ist. Neben 94 Länderspielen ist Gensheimer in der Handballbundesliga einer der Sympathieträger und erfolgreicher Spieler der Rhein Neckar-Löwen. „Meine Spielposition ist Linksaußen, wie bei meinem Idol Stefan Kretzschmar.“ Gensheimer hat auch lernen müssen, mit Rückschlägen umzugehen. Nach einem Achillessehnenriss 2012 kämpft er sich innerhalb von sechs Monaten wieder zurück an die Spitze des deutschen Handballs. „Ich habe damals viel reflektiert und schätze es jetzt viel mehr, meine Leidenschaft zum Beruf gemacht zu haben.“ Sein persönlich größter Erfolg war der Sieg des Cups der Europäischen Handballföderation (EHF) mit den Rhein-Neckar Löwen eine Woche nach seinem Wiedereinstieg in das Mannschaftstraining.

Einen Ausgleich zum Sport findet Gensheimer dabei im Designen von Socken. Was im Training mit einem Necken wegen der weißen Socken beginnt, hat sich mittlerweile zu einem Unternehmen etabliert. Bunt gemusterte Strümpfe sollen jetzt den Markt erobern. „In Dänemark ist es schon lange normal, mit farbigen Socken sogar Handball zu spielen. Warum sollte das in Deutschland nicht auch funktionieren?“, fragt sich Gensheimer. Ob mit bunter oder schlichter Mode an den Füßen, seine Ziele im Handball sind, weitere Erfolge auf Vereinsebene feiern zu können.

Corinna Müller-Kraus

Uwe Gensheimer zeigt stets vollen Einsatz im Spiel. Foto: Sportfoto Vogler

Mike Diehl: Badens Stimme im Fußballstadion

„Das bisher aufregendste Erlebnis in meiner Zeit als Stadionsprecher und Fanbeauftragter bei der TSG Hoffenheim war das Spiel in Dortmund 2013“, sagt Mike Diehl. Der gebürtige Darmstädter, seit 2007 Stadionsprecher in der Wirsol-Rhein-Neckar-Arena ist, war zwar nicht vor Ort, moderierte aber das Public Viewing im Sinsheimer Stadion, als Hoffenheim nach einem dramatischen Spiel gegen Borussia Dortmund den Bundesligaverbleib feierte. „Nach dem Abpfiff tanzten die Fans auf der Tribüne. Das war ein emotionaler Moment“, erinnert sich der 51-Jährige.

Die Stimme, die nun seit acht Jahren aus den Lautsprechern des Hoffenheimer Stadions schallt, ist auch den Radiohörern in der Region bekannt, denn Diehl arbeitete bis Ende 2013 hauptberuflich als Moderator für Radio Regenbogen, weshalb es für ihn keine große Umstellung war, in die Rolle des Stadionsprechers zu schlüpfen. „Das Wichtigste ist eine gute Kommunikation mit Gesprächspartnern. Außerdem sollte ein Moderator in der Lage sein zu improvisieren, falls der normale Ablauf durcheinander gerät“.

An einem Bundesligaspieltag beginnt Diehl bereits am Tag vor dem Heimspiel mit der Vorbereitung. „Freitags besprechen wir bereits die Themen für die Stadionshow, und ich bekomme meine Moderationskarten. Am Spieltag bin ich ab zweieinhalb Stunden vor Anpfiff im Stadion und eine Stunde vorher werde ich verkabelt. Rund 15 Minuten später bin ich dann auf Sendung“, erklärt der frühere Radio-Moderator.

Neben dem professionellen Umgang mit den Medien ist für ihn besonders der Fankontakt wichtig.

Tim Frößinger

Tischtennis-Bundestrainer Jörg Roßkopf

Mit Disziplin zum Ziel

Tischtennis-Bundestrainer Jörg Rosskopf feuert seine Schützlinge an. Foto: DTTB/Manfred Schillings

„Meine Aufgabe ist, dafür zu sorgen, dass die Spieler bei großen Turnieren in Topform sind", beschreibt Jörg Roßkopf seine Kernfunktion als Tischtennis-Bundestrainer. Er fand die Begeisterung zum Tischtennis bereits mit fünf Jahren im heimischen Münster bei Frankfurt und spielte ab dem 16. Lebensjahr in der Bundesliga. Seine größten Erfolge waren der Gewinn der Europameisterschaft im Einzel sowie die Silbermedaille im Doppel 1992 und der Weltmeistertitel im Doppel 1996. Seit 2010 ist Roßkopf Bundestrainer der deutschen Nationalmannschaft und spielt nebenbei noch für seinen Heimatverein DJK Blau-Weiß Münster.

Ein wichtiger Kompetenzbereich Roßkopfs ist die Förderung und Strukturierung des Jugendbereichs in Deutschland. Junge, talentierte Spieler sollen möglichst früh an die höchsten Spielklassen herangeführt werden. „Die körperliche Fitness und die mentale Stärke sind wichtige Bausteine, um erfolgreich zu spielen", so Roßkopf. Weitere Faktoren seien außerdem eine hohe Disziplin und dass jeder Spieler ein Ziel vor Augen hat. Bei der Nachwuchssichtung sieht der Bundestrainer indes große Probleme für die Zukunft, da sich Jugendliche nach seinem Empfinden eher zu Hause aufhalten und weniger Sport im Verein betreiben.

Das primäre Ziel ist die Minimierung der Leistungsspanne zu China, aber auch den aktuellen Stand als Nummer zwei der Welt weiter zu festigen und möglichst viele Titel zu sammeln.

Eric Hartmann

Feldhockey

Ein Sport mit Zukunft und Potenzial

„Hockey unterscheidet sich von den großen Sportarten in Deutschland durch die geringere Verbreitung", sagt Bundesliga-Trainer Olaf Horn. „Hockey ist meiner Meinung nach eine interessante Kombination aus technischen, taktischen und athletischen Aspekten". Er trainiert die Hockey-Damenmannschaft der Eintracht Frankfurt in der Bundesliga.

Hockey wird auf dem Feld mit elf Spielern und in der Halle mit sechs Spielern pro Seite gespielt. Während des Spiels darf der Ball nicht mit dem Fuß oder anderen Körperteilen, sondern nur mit dem Schläger berührt werden. Der Torwart steckt in einer gepolsterten Ausrüstung und ist der Einzige, der den Ball mit allen Körperteilen spielen darf.

Auch EC-Studentin Vanessa Brzezicha spielt leidenschaftlich gerne Hockey. „Mit fünf Jahren habe ich mit dem Hockey spielen angefangen. Was mich an diesem Sport so fasziniert, ist sowohl die Schnelligkeit des Spiels als auch die Tatsache, dass Hockey eine weniger populäre Sportart ist". Brzezicha spielt beim Höchster THC in der Verbandsliga.

EC-Studentin Vanessa Brzezicha spielt leidenschaftlich gerne Hockey.

Horn lässt seine Mannschaft in der Vorbereitungszeit fünfmal die Woche trainieren. In dieser Zeit haben die Damen Stock- und Athletiktraining. Zusätzlich fährt die Mannschaft auf Vorbereitungsturniere. „Wir streben jeweils den Klassenerhalt an und möchten weitere Spielerinnen aus der eigenen Jugend integrieren", erklärt Horn abschließend seine Ziele.

Vanessa Brzezicha

TV-Choreograph Markus Schöffl

Der mit den Stars tanzt

„Erfolgreich sein setzt zwei Dinge voraus: klare Ziele und den brennenden Wunsch, sie zu erreichen“. Dies war schon immer ein Lebensmotto von Markus Schöffl. Der 52-jährige Limburger begann seine tänzerische Karriere mit zwölf Jahren in der Kinderabteilung des Tanzsportclubs Rot-Weiß Gießen. Alles in seinem Leben drehte sich seitdem um Tanz und Bewegung. Von da an ging es Schlag auf Schlag bergauf. 1983 schaffte er den Ausbildungsabschluss des Allgemeinen Deutschen Tanzlehrer Verbunds (ADTV). Des Weiteren qualifizierte er sich 1990 zum ADTV-Tanzsportlehrer. Außerdem bildete er sich zum Tanzsporttrainer A, mit Bundesliga-Lizenz, weiter.

Aufgrund der zahlreichen tänzerischen Erfolge bekam Schöffl 2000 seinen ersten ZDF-Einsatz und erhielt die Chance, sich dort einen Namen als Choreograph zu machen. „Ich wusste, dass ich so eine Möglichkeit nur einmal im Leben bekomme und habe alles daran gesetzt, einen guten Job zu machen - es hat funktioniert“. Darauf folgten zwei Jahre in der Jury der RTL-Promi-Tanzshow „Let’s Dance. Den Durchbruch schaffte Schöffl mit der Showinszenierung für die Band „The Black Eyed Pease“ bei Deutschlands Unterhaltungsshow „Wetten, dass“.

Daraufhin folgten choreographische Einsätze unter anderem für Weltstar Lionel Richie und den Violinisten David Garrett. Als Entdecker des Megahits „Gangnam Style“ inszenierte er den weltgrößten Dance Mob mit 1,2 Millionen Menschen in Berlin. „Am meisten liebe ich an meinem Beruf die Vielseitigkeit, Kreativität und das Kennenlernen neuer, interessanter Menschen“.

Kelly Sundov

Im ZDF Fernsehgarten begeistert ADTV-Tanzlehrer und Promi-Choreograph Markus Schöffl die Zuschauer für die neusten Hits und Trendchoreographien. Foto: Schöffl

Geoff Ward trainiert die Adler Mannheim

Adler-Trainer Geoff Ward ist Eishockeytrainer mit Leidenschaft. Foto: Adler Mannheim

„Im Alter von vier Jahren betrat ich zum ersten Mal das Eis“, sagt Geoff Ward, Cheftrainer des Eishockeyteams Adler Mannheim. Professionell Eishockey gespielt hat er allerdings nie, sondern begann seine Trainerkarriere mit 27 Jahren beim Team der Universität Waterloo. „Ich war als Trainer anfangs ziemlich nervös“, betont Ward. Seinen ersten Titel gewann er 1994 mit der Jugendmannschaft der Waterloo Siskins. Dieser ist Ward wichtig, da der erste Titel in der Trainerkarriere auch immer ein Schritt zu mehr Professionalität und Selbstvertrauen sei.

Vor seiner Karriere als Profitrainer arbeitete er an einer Schule als Sportlehrer. Den Trainerposten in Mannheim anzunehmen, war laut Ward eine leichte Entscheidung. „Die Adler Mannheim haben ein sehr gutes Team. Mir gefällt das Leben in Mannheim, besonders das Essen und die Arbeit für die Adler machen das Leben für mich attraktiv“, betont Ward. Vor den Adlern trainierte der 52-Jährige acht weitere Vereine und konnte mit den Bruins 2011 den größten Erfolg seiner Karriere verzeichnen. Er gewann mit ihnen den berühmten Stanley Cup. Die Adler Mannheim bieten Praktika für Studenten an.

Karsten Krisch

Online-Fitnessstudio „Das pure Leben“

Unabhängig und kontrolliert trainieren

Geschäftsführer Marc Heckelmann erklärt EC-Studentin Chiara Kolakovic einige Übungen, die sie zu Hause nachmachen kann.

Marc Heckelmann ist Erfinder, Gründer und Geschäftsführer von „Das pure Leben“, das erste Online-Fitnessstudio in Deutschland. „Die Idee zu einem Online-Fitnessstudio entstand aus der Frage, warum es so viele Menschen gibt, die noch nicht im Fitness Studio angemeldet sind und wie wir diese erreichen“, erklärt Heckelmann rückblickend. „Viele trauen sich einfach nicht und anderen fehlt die Zeit.“

„Das pure Leben“ bietet über 150 Stunden Filmmaterial, das die Mitglieder zu jeder Tageszeit abgerufen können. Sie sind unabhängig und haben keinen festen Vertrag. Die Sportler zahlen nur die Kurse, an denen sie teilnehmen möchten. „Wir werben mit Unabhängigkeit und Kontrolle, und das spiegelt sich auch in unserem Zahlsystem wider“, begründet Heckelmann.

Das Kursangebot erstreckt sich über leichte Bauch- und Rückenübungen bis hin zu komplizierten Stepp- und Tanzchoreographien und wird dadurch jedem Fitnesslevel gerecht. Die Kursleiter sind professionell geschult und vermitteln das Gefühl, sich tatsächlich im Kursraum zu befinden. „Das pure Leben“ hat es geschafft, sich durch seine Homepage und Mundpropaganda zu einem Vorreiter zu etablieren. „Die Zukunft von Online-Studios wird neben dem großen Angebot von Fitness-Studios in Deutschland aber immer schwierig bleiben“, sagt Heckelmann.

Chiara C. Kolakovic

Mainz 05-Torwart Loris Karius

Durch Ehrgeiz und Disziplin zum Erfolg

Nur wenige Fußballer schaffen es in die Profi-Liga. Er ist einer der wenigen, die ihr Hobby zum Beruf machen konnten: Loris Karius. „Disziplin und Ehrgeiz sind die wichtigsten Eigenschaften, um Profi-Fußballer zu werden“, sagt Mainz 05-Torwart Karius. „Nur wer mehr als andere trainiert und an seinen Schwächen arbeitet, hat die Chance, seinen Traum zu verwirklichen“, so der 21-Jährige. Schon früh war ihm bewusst, wo sein Weg hinführen soll. Mit acht Jahren stand er erstmals auf dem Platz, bereits mit 16 Jahren unterschrieb er seinen ersten Profi-Vertrag bei Manchester City. „Ich war damals noch bei Stuttgart, spielte aber schon in der Nationalmannschaft U16, als ich ein Angebot von Manchester erhielt“, sagt Karius.

2011 kam er nach Mainz, wo er Stammtorhüter der ersten Mannschaft ist. Der Weg dahin war lang. „Ich kam von einer großen Mannschaft nach Mainz, weil ich mir dort viele Chancen erhofft habe, als junges Talent zu spielen. Als Torwart hat man es nicht einfach, da wird nicht oft gewechselt. Ich hatte noch zwei ältere Torwarte vor mir.“

Als er dann eingesetzt wurde, konnte er sein Talent beweisen und zeigen, dass er der Beste ist. „Grundsätzlich bin ich vor jedem Spiel aufgeregt. Das brauche ich auch, um konzentriert zu sein und meine Leistung abzugeben. Gehe ich ein Spiel zu locker an, passieren mir oft Fehler und ich komme nicht an mein Maximum.“

Sein Wunsch ist es, irgendwann in der Nationalmannschaft zu spielen.

Celine Waschke

Mainz 05-Torwart Loris Karius während des Trainings. Foto: Mainz 05

EC-Student Manuel Erlacher beim Stand Up Paddling am Bodensee.

Trendsportart Stand Up Paddling

Entspannt surfen

Abschalten. Genießen. Auspowern. Spaß haben. All diese Facetten finden sich in der Trendsportart Stand-Up-Paddling (SUP) wieder.
In den USA hat das Stehpaddeln längst den Status eines Volkssports erreicht und die Welle, die die besten Surfer der Insel vor wenigen Jahren im Surfmekka Hawaii ins Rollen gebracht haben, bricht nun an den Küsten, Seen und Flussläufen Europas. Schon jetzt kreuzen nahezu an jedem größeren Gewässer Menschen stehend auf einem Surfbrett und mit einem Paddel in der Hand übers Wasser. Dennoch hält Andreas Meyer-König, der vor drei Jahren die Surfschule Sup-Venture in Bodman am Bodensee gegründet hat, das Potenzial hierzulande noch lange nicht für ausgeschöpft. „Der Boom hat noch nicht einmal richtig angefangen." Der Sport, der in seiner Heimat Hawaii Ku Hoe He'e Nalu heißt, zählt zu den am schnellsten wachsenden Trendsportarten der Welt.
Auch EC-Student Manuel Erlacher hat SUP für sich entdeckt. „Ich habe im Sommerurlaub SUP ausprobiert und greife seitdem öfter zu Brett und Paddel." Die Gründe, die SUP attraktiv machen, sind vielfältig. Es ist schnell erlernbar, spricht eine große Zielgruppe an und erfordert wenig Ausrüstung. Stehpaddeln bietet eine große Bandbreite von Variationen. „Einige Physiotherapeuten hier am Bodensee haben SUP in ihre Therapie integriert", erklärt Meyer-König. Auch Athleten anderer Sportarten, wie der Formel 1, beziehen SUP in ihre Saisonvorbereitung mit ein, da beim Balance halten und Paddeln die gesamte Körpermuskulatur trainiert wird.

Manuel Erlacher

Boxtalent Vincent Feigenbutz

„Mich fasziniert der Zweikampf“

„K.O.-Prinz“ Vincent Feigenbutz (l.) im Ring gegen Chris Mafuta (r.)

Er ist der bisher jüngste Titelverteidiger der Supermittelgewichtsklasse im Boxen. Laut Manager Rainer Gottwald ist er in der Lage, jüngster deutscher Weltmeister aller Klassen zu werden und sogar Mike Tysons Rekord einzustellen. Feigenbutz auch „K.O.-Prinz“ genannt, ist zurzeit ein gefragter Name im Boxsport.

Mit dem Boxen begann er erst mit 15 Jahren. „Damals hat mich ein Freund beim Fußballspielen auf den Sport angesprochen“, sagt er. Ihm hat es so gut gefallen, dass er immer weiter an sich gearbeitet hat. Jetzt steht der 19-Jährige bei Deutschlands größtem Boxstall Sauerland Event unter Vertrag.

Feigenbutz fasziniert am Boxsport der Zweikampf. „Der Boxer muss alleine gegen einen Gegner gewinnen, ohne dass er einen Teamkameraden oder eine Mannschaft hinter sich hat“.

In seiner Freizeit geht er gerne angeln. Für seine bevorstehenden Kämpfe rechnet sich Feigenbutz gute Chancen aus. „Nervös bin ich nie. Die Kämpfe laufen meistens gleich ab. Mein Trainer bereitet mich intensiv auf meine Gegner vor. Wir trainieren hart und deshalb bin ich zuversichtlich, als Sieger aus dem Ring zu schreiten.“„Vincent ist fleißig und mental überaus stark“, erklärt Trainer Hansi Brenner. Eigenschaften, die jeder im Leben außerhalb des Boxrings gut gebrauchen kann. Trotz seines Erfolgs möchte Feigenbutz seine Ausbildung zum Feinmechaniker beenden.

Daniel Hofmann

Boxweltmeister Charly Graf

Der Ali vom Waldhof

„Sich durchs Leben boxen“ lautet das Motto des dreimaligen Boxweltmeisters Charly Graf. Anfang der 70er Jahre beginnt sein Leben auf die schiefe Bahn zu geraten. Er muss wegen Zuhälterei und schwerer Körperverletzung für zehn Jahre ins Gefängnis. „Ich empfand mich selbst nicht als kriminell, hatte keine Schuldgefühle“. Im Stuttgarter Gefängnis lernt Graf den ehemaligen RAF-Terrorristen Peter Jürgen Boock kennen. „Es ist dubios, dass gerade ein Terrorrist mich dazu gebracht hat umzudenken“, sagt Graf. Boock hilft ihm, seine Aggressionen zu kontrollieren. Er zeigt ihm Bücher, die Graf veranlassen, über seine Taten nachzudenken. Schnell merkt Graf, dass er das genaue Gegenteil seiner Helden aus den Romanen ist.

Als Kind wächst er in den Benzbaracken, dem Armenviertel von Mannheim, auf. Dort lernt er schnell, dass nur der mit den größten Oberarmen durchkommt. Mit 17 wird Graf zum Profiboxer, wird „Ali vom Waldhof“ genannt, ist ein Star, bekommt Schulterklopfer und Anerkennung. Doch gleichzeitig kommt er mit dem Erfolg nicht zurecht und rutscht in zwielichtige Milieus ab. „Es ist nie zu spät, etwas zu ändern“, erklärt Graf.

Heute bewahrt er als Sozialarbeiter Kinder vor den Fehlern, die er damals begangen hat. Er gibt Boxstunden und bringt den Kindern bei, auch unter Stresssituationen Regeln einzuhalten. 2011 veröffentlicht Graf sein Buch „Kämpfe für dein Leben“. In diesem erzählt er über seine Geschichte und nutzt es, um sich alles von der Seele zu reden.

Stephanie Wölfl

Boxweltmeister Charly Graf zeigt EC-Studentin Stephanie Wölfl seine Boxtricks.

EC-Student Jeffrey King Osei (r.) trainiert mit Boxer Mehdi Zare im Boxclub MMA Spirits in Frankfurt.

Boxer Mehdi Zare

„Im Ring fühle ich mich frei“

„Alles wird still um mich herum, ich verliere meinen Gegner keine Sekunde aus den Augen, ich habe hart trainiert, härter als er, deshalb habe ich den Sieg mehr verdient“, sagt Boxer Mehdi Zare. Der Mann im schwarz-weißen Hemd hebt die Hände, Ring frei, auf in den Kampf!

Dem gebürtigen Iraner war bereits mit elf Jahren klar, dass er in die Fußstapfen seiner Idole Mike Tyson und Mohamed Ali treten möchte. Um das zu erreichen, kämpft sich Zare von Meisterschaft zu Meisterschaft. Bei einer Statistik von 125 Siegen und 5 Niederlagen in der Superweltergewichtsklasse lässt der Erfolg nicht lange auf sich warten. Der 25-Jährige boxte bereits in einigen Meisterschaften, wie in den Iran National Championchips, zwei Hessenmeisterschaften, in denen er 2013 Erster und 2014 Zweiter wurde. „Mein härtester Kampf war aber in den Asian Championchips in Süd Korea, wo ich als Underdog mit den Pfiffen und Buuh-Rufen klarkommen musste“, berichtet Zare. Er gewann entgegen den Erwartungen aller im Finale und holte sich den Titel.

Verletzungen wie ein angebrochenes Fußgelenk oder ein gebrochnes Jochbein bringen Zare nicht dazu, mit dieser Sportart aufzuhören. „Mein Traum ist es, in den nächsten fünf Jahren einen Weltmeistergürtel in den Händen zu halten. Im Ring fühle ich mich frei“, erklärt Zare.

Das schwierigste Unterfangen eines Boxers ist es, sein Kampfgewicht zu halten. Dies erfordert viel Disziplin und Ehrgeiz. „Wasserzufuhr verringern und Reispuffer essen“ - das ist Zares Tipp neben dem Training, um kurz vor einem Kampf die überschüssigen Kilo loszuwerden.

Jeffrey King Osei

Fit in 20 Minuten

Mit Elektro-Muskel-Stimulation (EMS) ist es möglich, mehrere Stunden Muskeltraining an den Geräten durch ein 20-minütiges Training zu ersetzen. EMS ist eine Trainingsmethode, bei der ein Impuls auf eine mit Elektroden bestückte Funktionsweste abgegeben wird. Kombiniert mit aktiven Übungen, wie Kniebeugen, können diese elektrischen Impulse beim Trainierenden einen deutlich effektiveren Reiz setzen als herkömmliches Fitnesstraining.

„EMS-Training ist für den modernen Menschen optimal geeignet, da die Gesellschaft heutzutage immer weniger Zeit hat, etwas für den eigenen Körper zu tun", so Eugen Leibman, staatlich anerkannter Physiotherapeut und Personal Trainer, der seit zwei Jahren EMS in seinem Fitnessstudio „Orthofit" in Bad-Soden-Salmünster anbietet. „Ich glaube ich habe in 20 Minuten noch nie so geschwitzt", sagt EC-Student Tom Louis Müller.

Obwohl Ärzte und Sportmediziner die EMS-Methode in der Sportmedizin schon seit Jahrzehnten anwenden, steht sie in der Fitnessbranche erst am Anfang. „Erst ungefähr ein Prozent der Fitnesstrainierenden hat EMS für sich entdeckt. Es werden jedoch täglich mehr", erklärt Leibman. Für Menschen mit Herzschrittmachern oder Epilepsie ist EMS allerdings nicht geeignet.

EC-Student Tom Louis Müller beim EMS-Workout mit Personal Trainer Eugen Leibman.

Tom Louis Müller

Headis - Der Sport mit Köpfchen

Aus einem Spaß im Schwimmbad entwickelte sich die Trendsportart Headis. An einer Tischtennisplatte versuchen die Spieler den Ball mit dem Kopf hin und her zu spielen.

Der Erfinder dieser Sportart ist René Wegner. Mit Hilfe seiner Freunde und einem Konzept schaffte er es, Headis berühmt zu machen. Das Besondere an Headis ist, dass es mit einfachen Mitteln zu betreiben ist. Eine Tischtennisplatte, ein Ball, zwei Spieler und es kann losgehen. Für Wegner machen die Headis-Spieler die Sportart aus. „Sie tragen Headis durch ihre Motivation und Begeisterung nach außen", so Wegner. 2010 wurde der Aufwand belohnt: Headis wurde in München bei dem ispo brandnew Award ausgezeichnet.

Auch das Fernsehen wurde auf Headis aufmerksam. So veranstaltete Stefan Raab bei „TV Total" ein Headisturnier, es war Bestandteil der Show „Schlag den Raab", und auch andere Sendungen berichteten über Headis. Die Entwicklung sei aber noch nicht am Ende. „Vor allem im Jugend- und Profifußball kann noch viel durch Headis erreicht werden", sagt Wegner.

Jannick Jakobs

Voller Körpereinsatz und volles Haus bei der Headis-WM in Kaiserslautern. Foto: Marcus Reeg.

Pressechef von Eintracht Frankfurt Carsten Knoop

Flexibel sein und Ruhe ausstrahlen

Carsten Knoop ist Leiter der Presseabteilung des Fußballbundesligavereines Eintracht Frankfurt. Zuvor war er in der Sportveranstaltungskommunikation tätig und arbeitete unter anderem beim Deutschen Motorsportverband. „Seit meinem Studium der Sportwissenshaften war ich immer im Sport beschäftigt", sagt er. Knoop empfiehlt ein Sportmanagement- oder Sportjournalismusstudium. „Da diese Alternativen heute geboten werden, sind solche Abschlüsse erstrebenswert." Außerdem rät er allen Studierenden, Praxiserfahrung in unterschiedlichen Redaktionen zu sammeln.

Knoops Haupteinsatz ist an Spieltagen: Er gibt Interviews, bereitet Pressekonferenzen vor und händigt Akkreditierungen für Journalisten aus. Unter der Woche erstellt er Presseclippings für Trainer und Vorstand, arbeitet an neuen Projekten wie dem EintrachtTV, und organisiert Interviews .Als Pressechef der Eintracht ist er stets im Einsatz. Er sagt: „Um in diesem Beruf erfolgreich zu sein, sollte ein Mensch auf alle Fälle kommunikativ und offen sein, sich gut ausdrücken können, Talent zum Schreiben und Organisieren haben, flexibel sein und immer Ruhe ausstrahlen, denn der Pressechef repräsentiert den Verein, hinter dem nicht nur der Arbeitgeber, sondern auch tausende Fans stehen."

Stella Steidel

Carsten Knoop (l.) und Kollegen während einer Pressekonferenz. Foto: Eintracht Frankfurt.

Lars Lamadé

Mit Teamleistung alles erreichen

Seit 2014 ist Lars Lamadé Geschäftsführer der Rhein-Neckar Löwen. Foto: Rhein-Neckar Löwen.

„Ob ich in der Halle bin oder nicht, interessiert die Mannschaft wenig", sagt Lars Lamadé, Geschäftsführer der Rhein-Neckar Löwen. Trotzdem ist er für den Handball-Bundesligisten unverzichtbar, denn seit 2014 ist Lars Lamadé Geschäftsführer der Rhein-Neckar Löwen. Er ist für die Mitarbeiter der Geschäftsstelle zuständig und handelt gemeinsam mit der sportlichen Leitung die Spielerverträge aus.

„In erster Linie muss ein Neuzugang die Mannschaft verstärken", erklärt Lamadé. Darüber hinaus müsse eine Neuverpflichtung charakterlich in die Mannschaft passen. „Individualisten, die keine Teamspieler sind, haben bei uns keine Chance", sagt er bestimmt, denn im Sport könne man nur über eine gute Teamleistung alles schaffen.

Nach dem Vorbild von Uwe Gensheimer und Patrick Groetzki möchten die Löwen weitere Spieler aus der eigenen Jugend in der Bundesliga etablieren. „Wir wollen unseren Talenten durch Kooperationen mit Zweitligisten oder anderen Bundesligisten zu mehr Spielpraxis verhelfen", so Lamadé. Talente, mit denen sich der Verein nachhaltig unter den ersten fünf Mannschaften der Bundesliga etablieren möchte.

Um die finanzielle Situation weiter zu optimieren, gingen die Löwen 2014 eine Zusammenarbeit mit der Vermarktungsagentur International Management Group (IMG) ein. Durch IMG erhofft sich der Verein ein erweitertes Netzwerk auf der Suche nach neuen Sponsoren. Die Rhein-Neckar Löwen bieten Praktika für Studenten an.

Pascal Steinmann

Auch EC-Studentin Gina Fedior ist begeistert von der Pelzmode der Boutique Heininger.

Boutique Heininger Darmstadt

Liebe zum Detail

„Mut zur Lücke" lautet das Thema in der Avantgarde Boutique Heininger Lederwaren und Pelze in Darmstadt. Seit 30 Jahren führt Inhaberin Edeltraud Fitzner, genannt Eddi, die Boutique. Aufgebaut hat sie diese in nur drei Wochen.

„Wer unsere Mode trägt, muss sich trauen, das ist, was uns besonders macht", sagt ihr Geschäftspartner und langjähriger Freund Steffen Weihert. Die Mode ist ihrer Zeit voraus, im Gegensatz zu kurzlebigen Trends langfristiger in ihrer Überlegung und Bedeutung. „Wir richten uns nach den Wünschen unserer Kunden."

Neue Inspiration für ihre Boutique erhält Fitzner auf Modemessen. Die dort ausgewählten Stücke sind Einzelstücke. „Mode muss dem Menschen gefallen, der sie trägt. Wir wollen sie für ihn anfertigen lassen und ihn beraten. Am Ende muss er rausgehen und sagen, das ist es."

Die Avantgarde Mode ist hochpreisig, wobei der Preis nicht im Vordergrund stehen soll, sondern vielmehr der Kunde. Dafür bekommt er auch Einzigartiges geboten. Es kommt Fitzner auf exklusive veredelte Stoffe, die Liebe zum Detail, qualitativ hochwertige Ware und Extravaganz an.

Meike Below

Porsche

Fokus auf Printwerbung und Eventmarketing

„Unsere Produkte sind weltweit gefragt, die Marke Porsche steht für technischen Fortschritt und Exklusivität", sagt Lukas Kunze, Pressesprecher von Porsche in Stuttgart-Zuffenhausen. Kunze hat ein breites Aufgabenspektrum. Als Pressesprecher koordiniert er Fotoshootings und Filmteams, bespricht Presseartikel und ist somit ein Dienstleister für Journalisten.

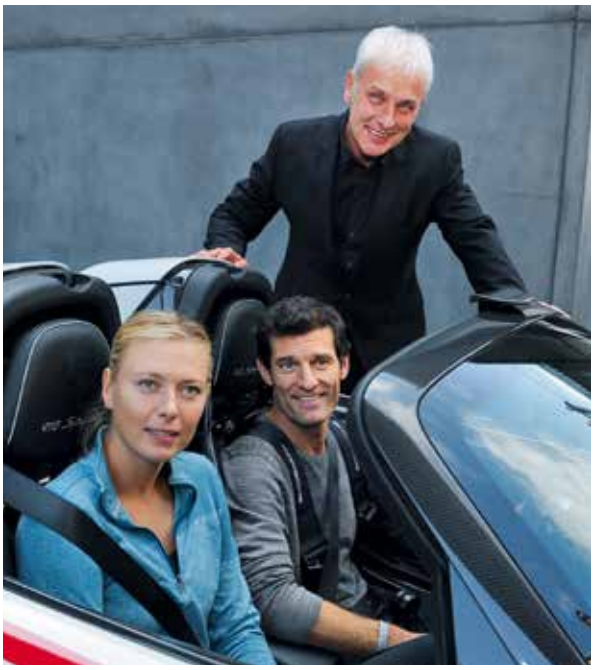
Das schwäbische Unternehmen betreibt viel Printwerbung, unter anderem mit dem Porsche-Magazin „Christophorus". Werbespots im TV sind bei den Stuttgartern aufgrund des hohen Streuverlustes und den hohen Kosten nicht so stark vertreten, bis auf wenige Ausnahmen wie zum Beispiel der Neueinführung eines Hybridfahrzeugs. Porsche hat einmal im Jahr eine Pressekonferenz, ansonsten kommuniziert das Unternehmen direkt mit den Journalisten.

Im Zentrum des Eventmarketings steht der Porsche Tennis Grand Prix, der jährlich Mitte April in der Porsche-Arena in Stuttgart ausgetragen wird. Bei diesem Tennisturnier nehmen weibliche Tennisstars teil, wie die Porsche-Markenbotschafterinnen Maria Sharapova und Angelique Kerber.

Das 1931 gegründete Unternehmen setzt den Kundenfokus auf ein außergewöhnliches Kauf- und Besitzerlebnis und auf eine hohe Produkt- und Lieferqualität.

Mit über 20 000 Mitarbeitern in diversen Standorten deutschlandweit ist das Unternehmen außerdem ein attraktiver Arbeitgeber. Porsche bietet für Studenten Praktika an.

Dino Labrovic



Tennisspielerin und Markenbotschafterin Maria Sharapova, Rennfahrer Mark Webber und Matthias Müller, Vorsitzender des Porsche-Vorstands (stehend).

Condor fliegt hoch hinaus

„Ein gesundes Wachstum und eine striktes Kostenmanagement haben Condor zur drittgrößten Flurgesellschaft Deutschlands gemacht“, erläutert Johannes Winter, Leiter Unternehmenskommunikation.
Nach eigenen Angaben erwirtschaftet Condor seit 2004 konstant ein positives Ergebnis am Jahresende. „Dies ist einzigartig in Deutschland und unterscheidet uns somit von anderen Fluggesellschaften“, so Winter. Ein wichtiger Faktor des Erfolges ist der gute Service, den Condor seinen Kunden anbietet. Der Urlaub der Fluggäste soll schon im Flugzeug beginnen. Durch ein freundliches Personal und eine große Auswahlmöglichkeit an Getränken und Speisen erreicht Condor dieses Ziel.
Ein weiterer Grund, warum Condor in den vergangenen Jahren so viel Anklang bekam, ist die Public Relations-Arbeit. Diese hat sich verändert, zwar sind die klassischen Medien, wie Funk, Radio und Zeitschriften immer noch relevant, doch spielt Social Media eine immer größere Rolle. „Jede Nachricht ist ihrer Zielgruppe angepasst, egal, ob bei den klassischen oder neuen Medien. Dennoch ist es leichter, junge Kunden über Social Media anzusprechen, als über klassische Medien“, erklärt Winter.

Johannes Winter, Leiter Unternehmenskommunikation bei Condor, erläutert EC-Studenten die Besonderheiten der Fluggesellschaft.

Außerdem schließen immer häufiger Fluggesellschaften Verträge mit Fußballvereinen ab. Das 1955 gegründete Unternehmen Condor ist seit zwei Jahren Partner des Fußballbundesligisten Schalke 04. „Fußball hat einen hohen Bekanntheitsgrad in Deutschland und da Schalke 04 in der Champions League spielt, ist es eine sinnvolle Partnerschaft“, so der Leiter Unternehmenskommunikation. Condor bietet Praktikumsplätze für Studenten an.

Felix Wunderer

ABB

Klassische PR trotz Social Media

Alle Informationen der Produktionsprozesse laufen in der ABB-Zentrale zusammen. Foto: ABB.

Das Mannheimer Unternehmen ABB ist weltweit führend in der Energie-und Automatisierungstechnik. Der Markt hat sich mit der zunehmenden Digitalisierung stark verändert. Die Unternehmen müssen reagieren, denn Verbraucher führen die Dialoge zunehmend im Internet. „Es ist wichtig, dass unsere Botschaften an möglichst viele Menschen unterschiedlicher Zielgruppen gelangen, um so das Unternehmen weiter auszubauen“, sagt die Presseleiterin Beate Höger-Spiegel. Durch das stündliche Beobachten in den sozialen Netzwerken ist es möglich, Neuigkeiten zu dokumentieren und zu verarbeiten.
Social Media ist ebenso ein wichtiger Punkt bei der Öffentlichkeitsarbeit, wie beispielsweise Werbemarketing oder Branding. Allerdings ist die herkömmliche PR nicht außer Acht zu lassen. Pressekonferenzen, klassische Werbung oder Print Media spielen weiterhin eine wichtige Rolle bei der Unternehmenskommunikation.
Um Kundenprojekte nicht zu gefährden, entwickelt das Unternehmen Krisenstäbe. „Diese planen Maßnahmen für den Notfall und führen Trockenübungen durch“, sagt Höger-Spiegel. Dieses Krisenmanagement ist weltweit an jedem Standort vertreten. Auch hier spielt die digitale Kommunikation neben der klassischen PR eine Rolle. Die Krisenteams nutzen die Möglichkeit, über das Internet standortübergreifende Erfahrungen und Fortschritte auszutauschen.
Nicht nur die Krisenteams, sondern auch die Pressesprecher müssen im Umgang mit der Öffentlichkeit beachten, dass sie glaubwürdige und faktenbezogene Auskünfte geben. Für Studenten bietet ABB Praktika an.

Jana Thör

Kulturgut Zeitungshalter

Der Zeitung den Rücken stärken

Die R.G. Polster stellt in Worms als eines der letzten Unternehmen in Deutschland Zeitungshalter her.

Das Unternehmen Rudolf Georg (R.G.) Polster in Worms produziert Zeitungshalter, also den Gegenstand, der jeder Zeitung den Rücken stärkt. Die Modelle variieren in Farbe, Aufdruck, Haken und Prägung. Des Weiteren stellt R.G. Polster auch Speisekartenhalter oder Spezialanfertigungen für Programmhefte und Hochzeitseinladungen her. „Die drei Angestellten unseres Betriebes produzieren immer noch größtenteils per Handarbeit. Die aus Buchenholz gefertigten Zeitungshalter entstehen, je nach Modell, in 30 bis 80 Arbeitsgängen", sagt Theo Gatzen, Inhaber der R.G. Polster. Zu den Kunden in Deutschland und Österreich gehören heute Modekonzerne, Automobilfirmen, Chemie- und Pharmaunternehmen sowie Zeitungsverlage. Darüber hinaus finden sich aber auch weltweit Abnehmer für die Zeitungshalter, unter anderem in Südafrika, Indien, Australien, Kanada und Malta. „Dies rührt vermutlich daher, dass Auswanderer sich mit diesem Produkt etwas von dem damaligen deutschen Feeling bewahren wollten", vermutet Gatzen.

Er führt das Traditionsunternehmen mittlerweile in der 3. Generation. Nachdem Rudolf Georg Polster das Unternehmen 1895 gegründet hatte, erwarb die Familie Gatzen die Firma und startete 1904 die Produktion. Der Zeitungshalter erlebte seine Blütezeit Ende des 19. Jahrhunderts durch die Caféhauskultur. Zu dieser Zeit war es üblich, dass in den Cafés bis zu 200 Zeitungen auslagen. Noch nach dem Zweiten Weltkrieg gab es deutschlandweit etwa 20 Zeitungshalterfirmen, wovon heute nur noch zwei bestehen. In den nächsten Jahren möchte Gatzen die Firma in die Hände seines Sohnes geben.

Kim Steuerwald

Anzug Alex

Mobil und maßgeschneidert

Es gibt kaum eine Situation, in der Alexander Desch, genannt Anzug Alex, noch keinen Anzug verkauft hat. „Ich habe soviel erlebt, ich könnte ein ganzes Buch darüber schreiben", lacht Desch. Angefangen hat alles mit einem Freundschaftsdienst. Desch arbeitete damals noch in einer Kleiderfabrik, als ihn ein Freund bat, ihm doch mal schnell einen Anzug vorbeizubringen.

„Diesen Tag werde ich nie vergessen, als ich dort ankam, wollten plötzlich noch vier weitere Kunden einen Anzug, und so kam mir die Idee eines mobilen Herrenausstatters", erklärt Desch.

Was nur ein einfacher Gefallen für einen Freund sein sollte, wurde so zu einer Geschäftsidee. Seit 18 Jahren ist er nun schon mit seinem Kleintransporter unterwegs und verkauft seine Anzüge. Sein Transporter dient dabei als kleiner Ausstellungsraum, in dem er etwa 120 Anzüge und 100 Hemden dabei hat. „Von den gängigsten Größen habe ich immer etwas im Auto, so dass für die meisten Kunden gleich etwas Passendes dabei ist", berichtet Desch.

Seine Anzüge lässt er in einer Fabrik in Maintal schneidern und lagert sie in seinem Wohnhaus im Jossgrund. „Das ist ein großer Vorteil für mich", erklärt er. „Ich habe weder Personal- noch Lagerkosten, dadurch kann ich die Anzüge zu einem sehr guten Preis verkaufen." Mittlerweile gehören ein großer Teil der Frankfurter Börse, verschiedene Kegelclubs und der 1. FC Kaiserslautern zu seinen Kunden.

Felix Hagemann

Auch EC-Student Felix Hagemann hat bei Alexander Desch einen passenden Anzug gefunden.

Heelbopps

Easy going mit Stil

Die EC Studentinnen Chiara Kolakovic (l.) und Corinna Decker (r.) testen die Heelbopps mit der Designerin Katharina Hermes (Mitte).

„Männer tunen ihre Autos, Frauen ihre High Heels", so beschreibt Katharina Hermes, Erfinderin von Heelbopps, die Glitzeraufsätze für die Schuhe. Hermes hat eine Möglichkeit entwickelt, wie jede Frau elegant und sexy laufen kann, ohne dabei auf ihre High Heels verzichten zu müssen. Dafür hat sie den ersten Platz des Gründerwettbewerbs Hessen erhalten.

„Halebopp war ein wunderschöner Komet. Mit den Heelbopps hat eine Frau ebenfalls einen Star-Auftritt: Alle Augen sind auf die glitzernden Absätze gerichtet, sie hinterlässt ihren eigenen Walk-of-Fame Fußabdruck in Sternform und kann elegant und selbstbewusst wie ein Superstar, auftreten", erklärt Hermes.

Der Kunde steckt die zuerst unscheinbar wirkenden Heelbopps, die aus Kunststoff und aus einem Guss sind, einfach auf den Absatz und kann so mit hohen Absätzen bequem laufen. „Der Absatz muss modisch und auffallend sein", sagt Hermes. Das ist ein positiver Nebeneffekt zu der schützenden Funktion der Heelbopps, denn sie bewahren den Schuh durch eine größere Auftrittsfläche vor lästigen Gittertreppen oder Unebenheiten auf der Straße. Die Heelboops sind nicht nur kleine Laufhilfen, sondern sie pimpen jedes Outfit und machen es einzigartig.

Hermes muss keine Werbung schalten, denn die Heelbopps sind ihre eigene Werbung und werden in Zeitschriften abgedruckt oder in Blogs erwähnt und getestet, weshalb sie in den Medien verbreitet werden. Die kleinen Hilfsmittel gibt es in vielen verschiedenen Farben und Designs, wie die Glam-Edition oder die Laufstegversion.

Corinna Decker

Coca-Cola Karlsruhe

25000 Flaschen pro Stunde

Mit einem Absatzvolumen von 3,8 Milliarden Litern ist Coca-Cola das größte Getränkeunternehmen Deutschlands. Über ein Produktions- und Vertriebsnetz betreut und beliefert Coca-Cola rund 400 000 Handels- und Gastronomiekunden. Seit 1929 gibt es Coca-Cola in Deutschland, sieben Jahre später startete die Abfüllung von Coca-Cola Markenprodukten am Standort Karlsruhe. „Seit Mitte der Neunziger Jahre ist Karlsruhe der Hauptsitz für das Coca-Cola Geschäft in Baden-Württemberg", so René Czaker, Geschäftsleiter von Coca-Cola in Baden-Württemberg. Die Verbraucher können auf dem Etikett erkennen, wo ihre Coke abgefüllt wurde. „Die Buchstaben KA verraten, dass das Produkt aus Karlsruhe kommt", erklärt Czaker.

EC-Student Moritz Wagner zeigt seinem Kommilitonen Lucas Pflaum, dass seine Coke in Karlsruhe abgefüllt wurde.

Da Coca-Cola bislang deutschlandweit nur über einen Produktionsbetrieb für Dosen verfügt, wird in eine neue Produktionslinie in Karlsruhe investiert. „Künftig werden dort anstelle der bisherigen Flaschen Coca-Cola Getränke in Dosen abgefüllt", erläutert der Geschäftsleiter. Derzeit arbeiten 240 Mitarbeiter in Karlsruhe. „Wir unterstützen den Karlsruher Sportclub und soziale Einrichtungen, wie die Karlsruher Tafel. Darüber hinaus bestehen seit Jahrzehnten gute Beziehungen zur Stadt Karlsruhe", erklärt Czaker. Für Studenten bietet Coca-Cola Praktika und Traineeprogramme an.

Jonathan Schmid

Sommerclinics – Kunst am Menschen

Dr. Boris Sommer gibt EC-Studentin Lisa Schadt einen Einblick in seine tägliche Arbeit.

Gesichter schöner machen ist die Aufgabe von Dr. Boris Sommer. Er ist Leiter und Chefarzt der Sommerclinics in der Goethestraße in Frankfurt am Main. Er beschäftigt dort fünf Mitarbeiter. „Der Beruf des plastischen Chirurgen ist faszinierend, weil meine Patienten meine Praxis jeden Tag mit einem Lächeln verlassen". Deshalb ist er nicht bei der herkömmlichen Dermatologie geblieben. Nach seinem Medizinstudium mit Schwerpunkt Dermatologie legte der heute 53-Jährige seinen Fokus auf die Ästhetik.

Botox und Co. sind in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Daraus ergibt sich ein breites Patientenspektrum, das Sommer in seiner Praxis behandelt. Ursprünglich hatte er ein Kunststudium geplant. Hierbei wollte er sein Hobby, das Malen, zum Beruf machen. Dass er sich nun doch für die Medizin entschied, bereut er heute nicht und gründete vor zehn Jahren die Sommerclinics.

„Eine zarte Hand und ein künstlerisches Auge sind schon ganz praktisch", erklärt er. Es ist eine Art Kunst am Menschen, was diesen Beruf für ihn so perfekt macht. Mit viel Fingerspitzengefühl lässt Sommer die eine oder andere Falte verschwinden und erfüllt seinen Patienten den Wunsch nach einem makellosen Äußeren.

In der Woche führt Dr. Sommer durchschnittlich 50 und 80 Behandlungen durch. Diese reichen von der Lasertherapie bei Pigmentveränderungen bis zur Botoxbehandlung von Falten.

Lisa Schadt

Schauspiel Frankfurt

Nachhaltige Theatererlebnisse

Pro Spielzeit bietet das Schauspiel Frankfurt 30 Premieren und 25 Wiederaufnahmen. „Wir haben viele Vorstellungen und Veranstaltungen, die es zu bewerben gilt, also bleiben wir alle in Bewegung und uns ist nie langweilig", sagt Martin Windolph, Leiter Marketing und Vertrieb des Schauspiel Frankfurt. Als Marketingleiter präsentiert er das Schauspielhaus nach außen. Dies gelingt ihm durch Kampagnen, Anzeigen, Plakate und Schaltungen bei Radiosendern wie HR2 und Radio Bob. Durch spezielle Angebote für Studenten ist das Schauspiel Frankfurt für diese besonders attraktiv. „Unser Interesse ist, Studenten an die Kultur heranzuführen, auch mit Stoffen, die Studenten genauso ansprechen wie ältere Menschen", erklärt Windolph.

Das so genannte Programm „Junges Schauspiel" gibt Jugendlichen zusätzlich die Chance, Schauspieltrainings, kreative Workshops und Gespräche mit den Theatermachern zu halten. Gemeinsam mit Theaterpädagogen, Regisseuren, Schauspielern und Kostümbildnern werden ein bis zwei Produktionen auf die Beine gestellt. Auch bietet das Schauspiel Hospitanzen an. Durch sein professionelles Schauspielensemble und Theatererlebnisse, die nachhaltig begeistern, lockt das Schauspielhaus mehr als 170 000 Besucher pro Spielzeit an.

Denisa Alihajdaraj

Eine Spielszene aus dem Stück „Salome". Foto: Schauspiel Frankfurt.

Fotograf Edward Park erklärt EC-Studentin Annika Hofmann seine Kamera

Edward Park

Fotografieren mit dem ganzen Herzen

Der Profifotograf Edward Park aus Frankfurt hängt von heute auf morgen seinen Managerjob in der Teamleitung von Samsung an den Nagel und geht seit 2005 seinen Träumen nach. Alles begann mit ein paar Fotos, die er mit einer einfachen Digitalkamera machte. Die Fotografien fanden große Zustimmung bei Parks Freunden, die ihn darum gebeten haben, mehr davon zu machen. Mit der Zeit wurde aus dem Hobby ein Nebenjob und aus diesem sein Hauptberuf.

Für den 39-Jährigen ist es mehr als eine Leidenschaft. „Ich mache das mit dem ganzen Herzen, weil ich das will". Park legt sich auf kein Genre fest, er liebt die Abwechslung und fotografiert alles. Manchmal hat er schon ein Ergebnis im Kopf, ein anderes Mal improvisiert er komplett, das Bild ist jedoch meist anders als zunächst gedacht. „Ich liebe die Herausforderung", sagt er. Daher fotografiert er auch vermeintlich unbedeutende Dinge, um daraus ein schönes Foto zu erschaffen. Außerdem ist er der Meinung, dass es nichts gebe, dass es nicht wert sei, auf einem Foto zu sein. „Kein Mensch ist unfotogen, denn es liegt im Können des Fotografen, die schönen Dinge in allem zu betonen."

Die Nachbearbeitung spielt für Park eine große Rolle, da er damit einem Bild seinen eigenen Charakter gibt und es mit seiner Handschrift versieht. Somit bearbeitet er im Gegensatz zu vielen anderen Fotografen jedes einzelne Foto individuell und lenkt damit den Fokus auf die Geschichte und die Emotionen, von denen das Bild erzählt. „Wenn ich andere Menschen glücklich machen kann, ist das das größte Kompliment". Er lichtete bereits einige berühmte Menschen wie Paris Hilton, David Guetta und Marcus Schenkenberg ab und shootete unter anderem für die Marken Hugo Boss, Armani und Ralph Lauren.

Annika Hofmann

Fleming's Conferencehotel

„Unser Hotel hat beim Personal ein niedriges Durchschnittsalter mit etwa 31 Jahren und legt viel Wert darauf, junge Nachwuchstalente zu fördern", sagt die Personalleiterin des Fleming's Conferencehotel, Susanne Dippert. Ein Beispiel dafür ist Thomas Gräber, der mit jungen Jahren bereits stellvertretender Direktor ist." Das 2006 eröffnete Hotel bietet 16 moderne Tagungsräume für jeden Anlass mit multimedialer Konferenztechnik, die durch verschiebbare Trennwände bis zu 550 Personen umfassen können. Das Designkonzept zieht sich durch alle Zimmer und Suiten. Ein Highlight ist das voll verglaste Bad aus Granit und Edelstahl. Das Fleming' s Conferencehotel bietet EC-Studenten Praktika an.

Sabine Djurkovic

Goethe-Gymnasium Frankfurt

Fit für die Welt

Leistungsorientierung, Zusammenleben und Vielfalt sind die Leitbilder des Goethe-Gymnasiums in Frankfurt. Die Schule mit seinen rund 1000 Schülern und knapp 100 Lehrern hat seine Schwerpunkte in Musik und Fremdsprachen und bietet seit 1964 den bilingualen Zug an, durch den das Gymnasium sich von allen anderen öffentlichen Schulen Deutschlands unterscheidet.

Es besteht die Möglichkeit, das vollwertige Internationale Baccalaureate (IB) und viele international anerkannte Zertifikate zu erwerben. „Die Schüler erkennen durch unser Angebot, dass man sich durch Sprachen positiv qualifizieren kann", sagt Direktor Claus Wirth. Das Goethe-Gymnasium bietet neben Englisch auch Latein, Französisch, Russisch und Japanisch an, und genau diese Vielfalt macht die älteste Schule Frankfurts so attraktiv.

Für jede Sprache gibt es vielfältige Austauschprogramme nach England, Frankreich, Marokko, Russland, Indien und Amerika. „Jeder unserer Schüler sollte die Erfahrung machen können, im Ausland Ausländer zu sein und sein Land und seine Sprache zu vertreten", erklärt Wirth.

Eine weitere große Leidenschaft am Goethe-Gymnasium ist die Musik. Von den über 1000 Schülern sind über 300 in den großen Ensembles organisiert. „Musik ist die Sprache, die jeder versteht und die alle Kulturen auf unserer Schule verbindet."

Chiara C. Kolakovic

EC- Studentin und ehemalige Schülerin Chiara Kolakovic mit Direktor Claus Wirth vor dem Namensgeber des Gymnasiums.

Neuer Studienschwerpunkt ab WS 2015:

Werbe- und Wirtschaftspsychologie

Wie funktioniert Werbung? Warum kaufen wir bestimmte Produkte? Mit diesen Fragen beschäftigt sich die Werbe- und Wirtschaftspsychologie.
Die Studierenden beschäftigen sich mit neuen Forschungsrichtungen: Neuromarketing im Trend. Diplom-Psychologin Christine Stamatis, die die neue Studienrichtung empfiehlt: „Am liebsten würde ich gleich selbst mitstudieren…“ Wie funktionieren Medien, wenn sie die Zielgruppe an ihrem Standort abholen wollen? Hierzu gibt das neue EC-Studium geeignete Antworten. Die Studierenden sind künftig in der Lage, die Medien für die Wirtschaftspraxis nutzbar zu machen. Sie können mit multivisuellen Effekten adäquat umgehen. Gesellschaft und Unternehmen im Wandel – die Absolventen können mit Change-Management-Prozessen umgehen und diese in der Praxis gewinnbringend einsetzen. Sie lernen, welche Rolle psychologische Prozesse im Unternehmenswandel spielen. Dies trägt maßgeblich zur Effektivität und Effizienz des Unternehmens bei.

Majolika Karlsruhe

Keramikmanufaktur mit Tradition

v.l.n.r. Klaus Lindemann, Vorstand der Majolika Stiftung, Künstlerin Hannelore Langhans, Majolika-Geschäftsführer Dr. Dieter Kistner und Norbert Käthler, Geschäftsführer Stadtmarketing Karlsruhe, präsentieren den Karlsruher Jubiläumsbecher. Foto: Karlsruhe.de

„Das Besondere an unserer Manufaktur ist die lange Tradition und dass die Produkte aus nahezu 100 Prozent Handarbeit gefertigt werden“, sagt Dr. Dieter Kistner, Geschäftsführer der staatlichen Majolika Manufaktur in Karlsruhe. Seit der Gründung 1901 durchlief die Majolika viele Höhen und Tiefen.
Mittlerweile ist sie die einzige Keramikmanufaktur Deutschlands. 23 fest angestellte Mitarbeiter und viele freischaffende Künstler arbeiten in der Majolika, darunter auch Keramikmeister und Kunsthandwerker.
Die Produktpalette ist groß: Neben Alltagsgegenständen, wie künstlerisch gestaltete Vasen, Espresso-Tassen und Weinkühler, werden auch Kamine und Öfen nach Kundenwunsch in der Manufaktur hergestellt. Anlässlich des 300. Geburtstags der Stadt Karlsruhe bietet sie aktuell auch einen Jubiläumsbecher an, der in verschiedenen Motiven erhältlich ist.
Eine weitere Besonderheit der Keramikmanufaktur ist die Kreation von Awards und Preisen. So hat zum Beispiel Künstlerin Else Bach das erste Bambi in der Majolika entworfen. Auch der deutsche Medienpreis, den im vergangenen Jahr Joachim Löw erhalten hat, ist hier entstanden. Wer einen genauen Einblick in die Produktwelt der Majolika bekommen möchte, kann das auf zahlreichen Vernissagen und Ausstellungen auch außerhalb der Majolika, wie im Generallandesarchiv Karlsruhe, auf der „Art Karlsruhe“ und der Designmesse „Unique“.

Dennis Schholz

Mischung aus Tradition und Moderne

Schulleiter Markus Braun und EC-Studentin Janina Fortenbacher beschäftigen sich in der historischen Bibliothek mit der griechischen Mythologie.

Im Zentrum der Barockstadt Rastatt befindet sich das Ludwig-Wilhelm-Gymnasium (LWG), dessen Wurzeln weit in der Vergangenheit liegen. Neben den modernen Sprachen wie Englisch, Französisch und Italienisch legt das über 200 Jahre bestehende Gymnasium großen Wert auf Latein und Altgriechisch. „Alte Sprachen vermitteln die Fähigkeiten, theoretische Erkenntnisse nachzuvollziehen und schwierige Sachverhalte geistig zu durchdringen'', so Direktor Markus Braun. Diese Mischung aus Tradition und Moderne schafft jedem Schüler Identifikationsangebote.

Die Sprachenfolge und das G8- oder G9-Modell sind frei wählbar. Die individuelle Förderung ist ein wichtiges Prinzip der Schule. Derzeit bietet das LWG neben einer Hausaufgabenbetreuung auch 15 verschiedene AGs an. Ein solches Angebot bringt Spaß, verstärkt den Zusammenhalt und fördert das gute Miteinander. „Hierbei helfen Wertschätzung, Diplomatie sowie klare Vorstellungen, die wir vermitteln oder für die wir andere begeistern können, und nicht zuletzt Humor'', betont Braun.

Die traditionsreiche Schule hat ihren Ursprung in einer von Markgräfin Augusta Sybilla gegründeten Stiftung des Rastatter Piaristenkollegs. Sie hat sich im Laufe der Zeit zu einem allgemein bildenden Gymnasiums entwickelt, das bedeutende Persönlichkeiten wie Augustin Kardinal Bea, den Naturwissenschaftler Axel Ullrich oder den deutschen Fernsehmoderator Frank Elstner hervorgebracht hat. Die historische Stadtbibliothek Rastatt hat ihren Sitz im LWG.

Janina Fortenbacher

Matador Films: Schrill, bunt, brutal und anders

Bedrohliche Waldhexen, plastische-Killer-Chirurgen und mörderische Sekten sind nur wenige der schaurigen Figuren, die bei den Horrorfilmen von Regisseur Marcel Walz und seiner Produktionsfirma Matador Films in Mannheim eine große Rolle spielen. „Ich habe mich im Horror Genre ganz schön festgefressen, wie in den Subgenres Teenie Slasher, Found Footage, Home Invasion oder im Torture Porn", so Walz.

Das Einzige, das er sich abseits der Horrorwelt vorstellen kann, wäre eine schwarze Komödie. Dafür will sich der Regisseur aber noch Zeit lassen. 2015 soll das Jahr der Nummer drei werden, denn Walz möchte zu mehreren Filmen einen dritten Teil drehen. Matador Films hat schon „RAW 3 - Die Offenbarung der Grete Müller" angekündigt. Es soll der abschließende Teil der Found Footage Serie sein, die ganz nach dem Vorbild von „The Blair Witch Project", ein Kamerateam aus Studenten in einen verfluchten Wald treibt.

In Frage käme ein dritter Teil der Torture Porn Reihe „La Petite Mort", dessen zweiter Teil auf diversen Genre Festivals im Herbst 2014 einen guten Eindruck hinterlassen hat. Zu dem Film sagt Walz: „Er zeigt am meisten mein persönliche Fabel: Schrill, bunt, brutal und anders". Andererseits wäre auch eine Fortsetzung zu einem internationalen Film vorstellbar. In der achtjährigen Existenz von Matador Films ist Walz kein Unbekannter in der Filmszene mehr. 2011 konnte er schon Filmbusiness-Größen wie Uwe Boll als Produzenten gewinnen und hat 2014 die Fortsetzung zu seinem Slasher „Seed" veröffentlicht.

Ivan Bernard Hruska

EC-Student Ivan Hruska und Regisseur Marcel Walz kennen sich bei Horrorfilmen aus.

Hans-Joachim Adler bei Papst Franziskus

„Diesen Augenblick in unserem Leben werden wir niemals vergessen“, sagt Hans-Joachim Adler, Ehrenpräsident des Marketing-Clubs Rhein-Neckar und meint den Augenblick, als er, seine Frau Inge und seine Tochter Veronique eine Audienz bei Papst Franziskus in Rom erleben durften. Er und seine Frau wurden an Ostern vor 40 Jahren in der Kardinalskapelle im Petersdom getraut. „Anlässlich unseres Hochzeitsjubiläums erteilte uns der Heilige Vater einen persönlichen Segen. Das war sehr ergreifend“, erklärt Adler. Außerdem konnte Adler mit dem Papst sprechen und überreichte ihm eine CD mit Musik der „Mannheimer Schule“ und Widmung des Oberbürgermeisters. Adler erlebte den Papst als außerordentlich authentisch und aufgeschlossen. Besonders freute es ihn, dass er über Mannheim gut informiert war, denn er sprach Adler auf den Katholikentag in der Quadratestadt an. Als krönenden Abschluss führte Dr. Karl-Heinz Fischer, Rektor des Campo Santo Teutonico, Familie Adler in ihre Traukapelle.

Fritz Walter Museum Kaiserslautern

Helden leben lange, Legenden sterben nie

Gerhard Ahrens, ehemaliger Mitspieler Fritz Walters, erzählt aus der Zeit mit ihm (zu sehen auf dem Portrait im Hintergrund).

Ehrenspielführer des DFB und des 1. FC Kaiserslautern, Kapitän der Weltmeisterelf von 1954, Vorbild und Idol, das alles war Fritz Walter und noch vieles mehr. Trotz seines Todes 2002 gerät er nicht in Vergessenheit. 2009 wurde der Verein Initiative Leidenschaft FCK – Fritz-Walter-Museum Kaiserslautern gegründet. Das Museum öffnete seine Pforten der Öffentlichkeit zum ersten Mal im Fritz Walter Stadion 2011.

Die Exponate stammen größtenteils von Privatpersonen, die sie dem Museum zur Verfügung stellen. Dazu gehört auch Gerhard Ahrens, er spielte mit Fritz Walter zusammen in Kaiserslautern, in der so genannten „Walter-Elf“. Er stellte einige Erinnerungsstücke aus dieser Zeit zur Verfügung und schrieb auch Berichte und Bücher über Fritz Walter. Außerdem erzählt der ehemalige FCK-Spieler den Besuchern des Museums spannende Anekdoten und Geschichten aus der damaligen Zeit. „Es ist immer wieder schön, über die alte Zeit und über Fritz zu reden“, so Ahrens und ergänzt: „Das Museum ist der perfekte Ort, um die Werte von Fritz und der Walter-Elf zu bewahren, nämlich Wille, Kameradschaft und Leidenschaft“.

Im Museum gibt es aber nicht nur Exponate über Fritz Walter und seine Kameraden zu sehen, sondern auch Ausstellungsstücke über den FCK, wie eine Kopie der Meisterschale der Fußballbundesliga. Aber auch persönliche Gegenstände von Fans finden ihren Platz im Fritz-Walter-Museum.

Dominik Leidig

Neue Bachelorstudienrichtungen ab WS 2015/16:

- Werbe- und Wirtschaftspsychologie
- Internationales Automobilbusiness
- Fußball- und Sportbusiness
- Management von Gesundheits- und Sozialunternehmen
- Gesundheits- und Sporttourismus

Neue Masterstudienrichtung ab WS 2015/16:

- Mode, Marken und Medien

www.ec-europa-campus.com

Karlsruhe
Mannheim
Frankfurt/Main