

blickpunkt sportmanagement

News Oktober 2019



Bild des Quartals: Bei der Buchvorstellung (von links Marco Lutz, Olaf Jähner, Jennifer Knake, Ronald Wadsack und der Präsident des Niedersächsischen Turner-Bundes Heiner Bartling)

Kommentar: Innovation first – sports second?

Es ist das Auftakt-Highlight der kommenden Bundesliga-Saison und eine Weltpremiere für die Spieler und Zuschauer: Beim comdirect Supercup schlagen am 20. Oktober 2019 Deutschlands beste VolleyballerInnen in der TUI Arena in Hannover auf einem LED-Glasboden auf, dem „ASB Lumiflex“ der Firma ASB GlassFloor.

Erstmals wird ein Pflichtspiel einer olympischen Sportart auf einem interaktiven Hallenboden ausgetragen. Auch wenn dieser zertifizierte Sportboden elastischer, gelenkschonender, rutschfester und haltbarer als die gängigen Sportböden sein soll, scheinen in erster Linie nicht die Sportler, sondern die Zuschauer und letztendlich die Vermarkter die eigentlichen Profiteure von dieser Innovation zu sein: Durch ein Trackingsystem im Untergrund können die Aktionen der Spieler und Daten wie Sprunghöhe, Laufwege oder Ballgeschwindigkeit für den Zuschauer grafisch animiert und auf dem Boden dargestellt werden. Auch sportliche Aktionen wie ein Ass oder ein erfolg-

reicher Block können mit spektakulären Animationen für das Publikum erlebbarer präsentiert werden – „Performance made visible“.

Für Werbetreibende bietet sich durch die Innovation eine neue Möglichkeit der Vermarktung, denn erstmals können Sport, Entertainment und Werbung direkt auf dem Spielfeld und im Fokus der Zuschauer miteinander verzahnt werden. Neben statischen Werbebotschaften können auch klassische TV-Webspots, Imagefilme oder Trailer für das nächste Sport-Highlight abgespielt werden.

Bei all diesen innovativen, erlebnissteigernden, optischen Reizen bleibt nur zu hoffen, dass sowohl Spieler wie Zuschauer den Fokus auf das, worum es eigentlich geht, nämlich den Sport bzw. das Spiel, nicht aus den Augen verlieren.

Prof. Dr. Ariane Bagusat

Inhalt:

Kommentar: Innovation first - sports second	1
Blinde Flecke der Engagementförderung	2
19. Kongress: INNOVATION FIRST, SPORTS SECOND – Bleibt der Sport auf der Strecke?“	4
Internationale Exkursion „Lisbon – Portugal & the diversity of sports events“	5
Trick or Treat - hit and beat! X-Golf am Campus Salzgitter!	5
Alumni - Wo sind sie geblieben?	6
Interview mit Otmar Dyck	7
News vom Campus Calbecht	7
SPO-MAN.news	7

Buch des Quartals

Engagement gestalten!

Lutz, Jähner, Wadsack



Preis: kostenloses eBook
Verlag: LSB, NTB, Ostfalia, 2019
Sprache: Deutsch

Seit einigen Jahren bearbeiten der LandesSportBund (LSB) Niedersachsen und der Niedersächsische Turner-Bund (NTB) dieses Thema, stets mit der Expertise von Prof. Ronald Wadsack vom Studiengang Sportmanagement der Ostfalia Hochschule in Salzgitter. Eine Zwischenbilanz dieser Arbeiten bietet diese Veröffentlichung. Sie umfasst sowohl praktische Handlungshilfen als auch Hintergrundinformationen zur weiteren Auseinandersetzung.

Download unter:

<https://www.vereinhelden.org/de/vereinshelden/start-up/ebook/>

Blinde Flecke der Engagementförderung

Engagementförderung für alle Formen der freiwilligen und unentgeltlichen Mitarbeit in Sportvereinen und -verbänden ist mittlerweile ein Standardthema geworden. Spätestens seit der ersten Veröffentlichung der vom DOSB herausgegebenen Handreichung „Ehrenamt & freiwilliges Engagement im Sport“ im Jahr 2013 werden Hilfestellungen für die Strukturierung dieses Arbeitsbereiches gegeben. Sowohl im Niedersächsischen Turner-Bund (NTB) als auch im Landessportbund Niedersachsen (LSB) wird, wie andernorts auch, intensiv an diesem Thema gearbeitet. Abbildung 1 zeigt die Konzeption des NTB, welche alle wichtigen Facetten der Thematik aufzeigt.

Für verschiedene Bereiche gibt es schon Ansätze für die Bearbeitung. Zwei wesentliche Aspekte sind jedoch bisher mehr am Rande stehen geblieben:

1. Die „dauerhafte Sensibilisierung für das Thema Engagement“ als zentrale Lebensgrundlage für die Sportvereine ist noch ein wenig im Hintergrund.
2. „Anerkennung zeigen“ ist zwar vielfältig in den Sportorganisationen präsent aber auch hier lohnt es sich, noch einmal einen genaueren Blick auf die Situation und die Verbesserungsmöglichkeiten zu werfen.

Engagementmarketing ist im Sportbe-

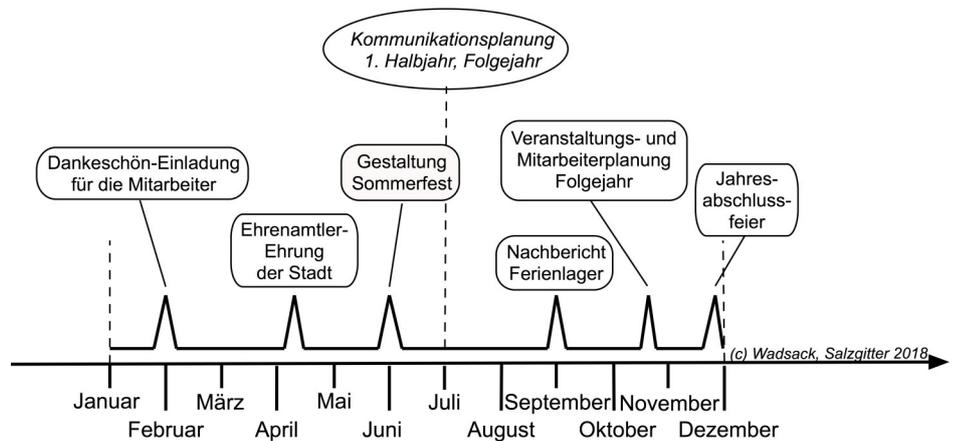


Abbildung 2: Schematisches Beispiel für eine Übersicht zu Kommunikationsanlässen im Rahmen des Engagementmarketings (Quelle: eigene Darstellung)

reich noch wenig vorhanden. Dabei geht es darum, die Schaffung einer Engagementkultur zu unterstützen, das Thema dauerhaft in der Sportorganisation präsent zu halten und konkrete Anfragen zu platzieren. Wobei der letzte Punkt wesentlich auf den beiden vorherigen beruht, denn jedes Mitglied muss verstehen, warum Engagement im Sportverein wichtig ist. Hier seien nur zwei Eckpunkte angesprochen, um diese Aufgabe anzugehen. Einerseits ist es hilfreich, in der Sportorganisation eine mittelfristige Stra-

ategie zu dem Thema festzulegen, um Anlässe innerhalb des Vereins für die Thematisierung von Engagement zu nutzen (siehe Abbildung 2). Vorteil ist, dass die Anwesenden schon einmal direkt im Vereinsumfeld sind und die Aufmerksamkeit schon ein wenig fokussiert ist.

Zudem ist Kreativität und Arbeit in die Gestaltung der einzelnen Maßnahmen zu investieren. Es muss gelingen, die Menschen im Verein und im Vereinsumfeld für das Thema Engagement zu sensibilisieren. Alleine schon das Ziel, Menschen dazu zu bringen, einen Teil ihrer knappen Lebenszeit für den Sportverein einzusetzen, ist angesichts der vielfältigen Möglichkeiten zur Freizeitgestaltung eine große Herausforderung. Und die zweite große Herausforderung besteht darin, mit der Botschaft in der alltäglichen Informationsüberflutung zu den Menschen durchzudringen. Den im Verein teilnehmenden Menschen muss bewusst werden, ganz entgegen dem Trend einer Dienstleistungsgesellschaft, dass sie sich in einer Organisation befinden, deren Basis die gemeinschaftliche Mitgestaltung ist. Und das sie in verschiedener Weise etwas dazu beitragen können.

Als Orientierungspunkt kann die AIDA-Formel aus dem Marketing dienen, deren Ausgangspunkt die Erzeugung von Aufmerksamkeit ist. Hier gilt es, Kreativität zu entwickeln, um aus der schon angesprochenen Informationsflut herauszuarbeiten. Die Einsetzung einer mit möglichst vielen Freiheiten ausgestatteten Projekt-

(Fortsetzung auf Seite 3)

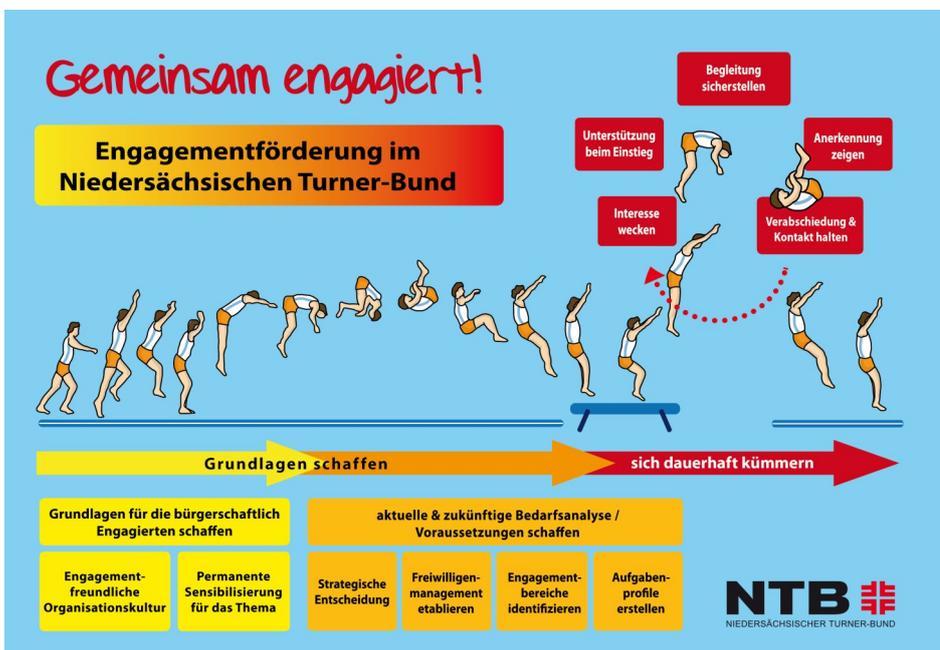


Abbildung 1: Schaubild Engagementförderung im NTB

(Fortsetzung von Seite 2)

gruppe kann hier hilfreich sein, um Formate für den Verein zu erarbeiten. Mediale Möglichkeiten sind ja heutzutage weniger das große Thema. Grundlage für wiederum diese kommunikative Aufgabe ist, dass es stimmige Inhalte gibt. Die authentische Charakterisierung dessen, was Vereinsarbeit im Verein ist, ist der Schlüssel für eine zielführende Kampagne zur Förderung des Engagement. Der Aufbau von potemkinschen Dörfern ist nicht zielführend.

In den Folgeschritten gilt es weitergehende Informationsmöglichkeiten bereit zu halten, die gut erreichbar und inhaltlich wertvoll sind. Letztlich müssen Einsatzmöglichkeiten existieren, um Interessentinnen und Interessenten schnell in die Vereinsarbeit einzubinden. Sonst kann das Interesse schnell wieder in Vergessenheit geraten oder sogar zu einer Enttäuschung führen.

Ein zweites wichtiges Thema ist die Wertschätzung für eingebrachtes Engagement. Dabei ist es unerheblich, welche Aufgabe übernommen wurde und wie umfangreich diese war. Abgesehen von den individuellen Umgangsformen der einzelnen Menschen im Sportverein ist dies aber auch wiederum ein Element im Rahmen der engagementfreundlichen Organisationskultur. Sowohl die nicht engagierten Mitglieder als auch alle Engagierten spielen eine Rolle bei der Aufgabe, wertschätzend miteinander umzugehen. Das Spektrum des Zeigens von Wertschätzung ist weit, Abbildung 3 zeigt einen kleinen Ausschnitt.

In der Engagierten-Befragung zeigt sich, dass das einfache „Danke-Sagen“ bei einer Zusammenarbeit als wichtige Form

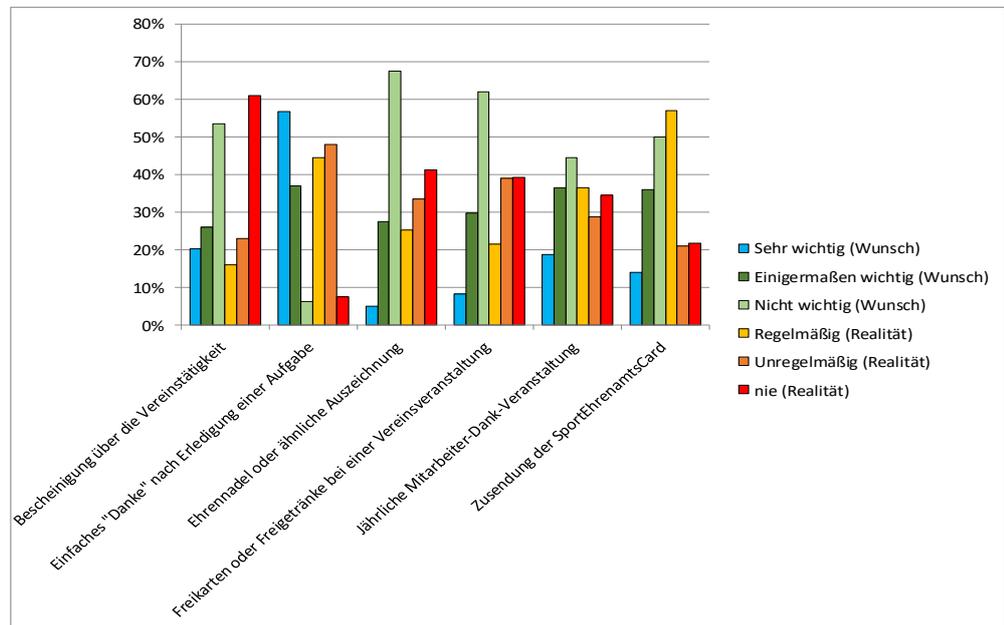


Abbildung 3: Gewünschte und erfahrene Anerkennungs- und Ehrungsformen (Angaben in Prozent; N=3.075)

der Anerkennung gesehen aber nicht in allen Fällen erlebt wird. Verschiedene andere Formen sind aus der Abbildung ersichtlich. Eine Sportehrenamtscard bietet die Möglichkeit, ein z. B. seitens der Kommune oder des Landes bereitgestelltes Angebot zu nutzen, mit dem die Inhaber der Karte z. B. Vergünstigungen bei Eintrittsgeldern erhalten können. Eine zentrale Rolle in Sportorganisationen spielt die sogenannte Ehrungsordnung, mit der v. a. nach zeitlichen Kriterien verschiedene Formen der formellen Ehrung bestimmt sind.

Zeitnah im alltäglichen Vereinsleben einen wertschätzenden Umgang zu entwickeln geht noch viel weiter. Häufig ist ein kollegialer Umgang vor allem im Kreise der Engagierten zu beobachten, aber auch hier lässt sich der Umgang noch einmal auf Verbesserungen prüfen. Stress, Zeitdruck oder Unaufmerksamkeit können leicht zum Vernachlässigen der Umgangsformen führen. Mit dem fehlenden Basisverständnis für die Besonderheiten der Mitmachorganisation Sportverein bleibt die Bedeutung des Themas Wertschätzung v. a. auch bei den nicht engagierten Mitgliedern zufällig.

Hinzu kommt, dass es sich bei Wertschätzung um eine kommunikative Leistung handelt, welche weit über das direk-

te „Danken“ und die Symbolik einer Ehrennadel hinausgeht. Nonverbale Formen wie ein Schulterklopfen oder ein Handzeichen können genauso wirksam sein, wie die Einbindung in eine Projektgruppe.

Selbst bei der klassischen Ehrung mit z. B. einer Ehrennadel oder einem Ehrenbrief kann man noch einmal genauer hinschauen. Wie wertschätzend ist diese Ehrung wirklich, wer ehrt wofür? Ist der Ehrungsgrund nachvollziehbar? Ist die geschaffene Konzeption mit Umfeld und Ablauf dem Anlass angemessen?

Vertiefende Informationen und weitergehende Quellenangaben finden sich in der Publikation „Engagement gestalten!“. Sie kann kostenfrei unter folgendem Link bezogen werden:

<https://www.vereinhelden.org/de/vereinshelden/start-up/ebook/>

Prof. Dr. Ronald Wadsack

Impressum

Herausgeber:

Studiengang Sportmanagement

Redaktion: Prof. Dr. Ronald Wadsack

Layout: Gabriele Wach

Ostfalia

Hochschule für angewandte Wissenschaften

Fakultät Verkehr, Sport, Tourismus, Medien

Karl-Scharfenberg-Str. 55/57

38229 Salzgitter

Tel.: 05341 875 52290

mail: sportmanagement-info@ostfalia.de



Bereits zum 19. Mal laden die Studierenden des Studiengangs Sportmanagement an der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften zum **Kongress blickpunkt sportmanagement** ein, dem größten, studentisch organisierten Sportmanagement Kongress Deutschlands. Unter dem Motto „**INNOVATION FIRST, SPORTS SECOND – Bleibt der Sport auf der Strecke?**“ findet der diesjährige, für Studierende kostenlose, Kongress am **25. November 2019** am Campus Salzgitter statt. Auch in diesem Jahr werden hochkarätige Referenten in informativen Vorträgen und spannenden Diskussionsrunden unter der Moderation von Ruth Hofmann (Moderatorin der Sport 1 News) der Frage auf den Grund gehen, ob der Sport aufgrund der Innovationen auf der Strecke bleibt. Wir freuen uns unter anderem auf Martin Kind (Geschäftsführer und Inhaber der KIND-Gruppe & Geschäftsführer von Hannover 96 GmbH & Co. KG aA), Pierre Littbarski (Markenbotschafter des VfL Wolfsburg), Frank Bohmann (Geschäftsführer der Liquimoly Handball-Bundesliga) und ihre hochinteressanten Beiträge.

Das Thema **Digitalisierung** steht am Vormittag im Fokus: Nach einer einführenden Keynote wird zunächst das **Connected Stadium** behandelt. Durch einen Vortrag werden die möglichen Vorzüge eines digitalisierten Stadions beleuchtet und aufgezeigt. Bei der fortschreitenden Digitalisierung von Stadien fallen unzählige Daten an, die gesammelt und ausgewertet werden können. Folglich ist die **Datenerfassung von Fans** ein wichtiges Thema, das in Verbindung mit Datenschutzrechten steht und in einem kritischen Beitrag vorgetragen und hinterfragt wird. Daraus ergibt sich die Frage: **Bleibt der Fan auf der Strecke?**

In einer ausführlichen Diskussionsrunde werden die Vor- und Nachteile, die aus den vorherigen Thematiken für die Fans resultieren, abgewogen und die vorangestellte Frage kontrovers debattiert. Am Ende des Vormittages steht die **Datenerfassung im Sport** bei aktiven Sportlern im Mittelpunkt. In zwei Vorträgen werden neben der Trainingsverbesserung auch Thematiken wie Scouting, Moneyball-System oder Start-ups, die ihr Geschäft

mit der Datenerfassung betreiben, im Fokus stehen.

Am Nachmittag widmet sich der Kongress dann dem Oberthema **Kommerzialisierung**. Dabei stehen zunächst der Konflikt und die Diskrepanz zwischen **Innovation vs. Tradition** hervor. Durch ein Interview wird die Überleitung vom Vor- in den Nachmittag hergestellt. Das Gespräch dient als Vergleich der Änderungen und potenziellen Möglichkeiten mit der früheren Arbeit im Sportbereich. Darauf aufbauend findet eine Diskussion statt, die thematisiert, ob Veränderungen für einen erfolgreichen Sport unabdingbar sind. Traditionelle Werte sind ebenso positiv wie nötig, jedoch bedarf es auch einer Wahrnehmung der Marktveränderungen und eines Verständnisses, um den Anschluss nicht zu verpassen und den sportlichen Erfolg zu sichern.

Infolgedessen widmet sich der Kongress dem Thema **eSport**. Mehrere eSportler geben einen Einblick in ihr Berufsleben und schildern anschließend die Zukunftsaussichten des eSports in Deutschland. Ein Expertenvortrag schließt diesen Themenblock ab.

Am Ende des Kongresses bereichert eine weitere Diskussion die Veranstaltung. Dabei geht es um die Thematik **Innovationsführer Fußball** und inwiefern andere Sportarten den Rück- und Abstand zum Fußball verringern können. Experten aus verschiedenen Sportarten greifen dabei die zuvor behandelten Themen auf und spannen damit zum Abschluss den großen Bogen der breit angelegten inhaltlichen Auseinandersetzung während dieses Kongresses.

Dieses spannende Programm und die hochkarätigen Gäste, wären nicht ohne unsere Sponsoren möglich. Deshalb möchten wir uns bei unseren langjährigen Partnern Volkswagen, Sport Thieme, der Braunschweigischen Landessparkasse und der WEVG für Ihre Unterstützung bedanken.

Weitere Informationen zum Kongress, den Referenten, den Sponsoren, dem Organisationskomitee und der Anmeldung finden Sie unter

www.blickpunkt-sportmanagement.de

Wer immer auf dem neusten Stand sein möchte, kann den Kongress und seine Entwicklung auf den Social-Media-Kanälen Facebook und Instagram verfolgen sowie der Veranstaltung bei Xing beitreten.

Wir freuen uns darauf, Sie am 25.09.2019 beim Kongress blickpunkt sportmanagement am Campus Salzgitter begrüßen zu dürfen!

*Ihr Organisationskomitee
Kongress blickpunkt sportmanagement*





„Lisbon – Portugal & the diversity of sports events“

Die diesjährige Internationale Exkursion mit dem Titel „Lisbon – Portugal & the diversity of sports events“ führt die Studierenden in die portugiesische Landeshauptstadt Lissabon, wo sie vom 2. November bis zum 9. November sowohl theoretische, als auch praktische Einblicke in die portugiesische Sport-Welt erhalten werden.

Um die Breite, Unterschiede und Vielfalt der verschiedenen Sportarten kennenzulernen und herauszufinden, inwiefern sich diese auf die tägliche Arbeit und Organisation in den jeweiligen Institutionen und Organisationen auswirken, besuchen die angehenden Sportmanager diverse Vereine, Verbände sowie Sportevents, wie z.B. die Veranstalter des Radrennens Gran Fondo, eines jährlich stattfindenden Tennisturniers, sowie einer internationalen Surfveranstaltung. Mit vielen weiteren Sportarten wie Turnen, Handball und Karate werden die Studierenden sich ebenfalls auseinandersetzen.

Da auch in Portugal der Fußball eine sehr große Rolle spielt, darf diese Sportart definitiv nicht vernachlässigt werden. Neben dem Stadion und dem Vereinsmuseum von Benfica Lissabon, steht daher ein Besuch der Fußballschule von Os Belenenses auf der Agenda, bei dem insbesondere die Arbeit in der Jugendakademie im Vordergrund steht, wodurch ein individueller Einblick in die Jugendförderung im Fußball möglich wird. Des Weiteren gewinnt der Footballsport in Portugal immer mehr an Bedeutung, weshalb die Studierenden auch in die Welt der Lisboa Devils und der Lisboa Navigators hineinschnuppern dürfen und diese sogar bei einem kompletten Training begleiten werden.

Weitere Informationen zur Internationalen Exkursion nach Lissabon sind auf der Homepage des Instituts für Sportmanagement unter „blickpunkt sportmanagement“ (<https://www.ostfalia.de/cms/de/bp-spm/internationale-exkursion/>) zu finden.



Um unsere Exkursion live verfolgen zu können, folgt uns gerne auf Instagram. Dort findet ihr uns, wie auch bei Facebook, unter „sportisgolisbon“.

Ein herzlicher Dank gilt allen Spendern, die die Exkursion durch ihre Spenden bei der Umsetzung unterstützen, insbesondere Sport-Thieme und SPO-MAN.

*Das Organisationsteam
der Internationalen Exkursion 2019*



Trick or Treat - hit and beat! X-Golf am Campus Salzgitter!

Am Campus Salzgitter findet in diesem Jahr zum ersten Mal ein von Studierenden

organisiertes Sportevent statt. Am 29. Oktober 2019 laden wir Sie alle herzlich ein ab 13 Uhr an unserem X-Golf-Event „Halloween - Ostfalia goes X-Golf“ teilzunehmen. Willkommen sind alle Studenten, Lehrende, Mitarbeiter und Alumni der Hochschule sowie jeder, der sonst noch Lust auf ein einzigartiges und schaurig schönes Sportevent direkt auf dem Campus hat. Wer nicht aktiv mitspielen möchte, ist natürlich auch als Zuschauer herzlich eingeladen. Die Anmeldung ist kostenlos auf der Ostfalia Homepage über den Bereich „Blickpunkt Sportmanagement“ und „Sportevent“ möglich. (<https://www.ostfalia.de/cms/de/bp-spm/sportevent/anmeldung/>)

Besonders ist außerdem, dass man bei unserer Premiere nicht nur als Einzelspieler, sondern auch als Zweier- oder Vierer-Team dabei sein kann.

Neben den individuell designten Golf-Bahnen wird es eine Chill-Lounge für die ein oder andere wohlverdiente Pause geben, sowie Extra-Bahnen in Kooperation mit dem Golf Club Salzgitter/Liebenburg, an denen auch die Besucher und Zuschauer die Möglichkeit bekommen, ihre Fertigkeiten auszutesten. Wir freuen uns sehr, dass wir den Golf Club Salzgitter/Liebenburg als Hauptsponsor für unser außergewöhnliches X-Golf-Event gewinnen konnten.

Im Anschluss an die Veranstaltung gibt es außerdem noch coole Beats, Speisen und Getränke und natürlich tolle Preise für die besten Golfer des Tages. Unter den Hauptpreisen befinden sich beispielsweise Platzreifekurse und Golf-Trainingsstunden.

Zusammen sein, gemeinsam Spaß haben, Netzwerken und sich gegenseitig Anfeuern - darum soll es an diesem Tag gehen. Doch nicht nur das: Insbesondere der Sport für den guten Zweck ist auch für uns eine Herzensangelegenheit. Deswegen möchten wir mit unserem X-Golf-

Event in diesem Jahr die KiO Sporthilfe unterstützen. Die KiO Sporthilfe (Kinderhilfe Organtransplantation - Sportler für Organspende e.V.) kümmert sich um transplantierte und lange Zeit kranke Kinder und ihre Familien. Diese befinden sich häufig in sozialen und finanziellen Notlagen und sind dementsprechend auf vielerlei Unterstützung angewiesen.

Wir freuen uns sehr, dass auch wir die Möglichkeit bekommen einen positiven Beitrag für die Organisation und die Kinder zu leisten.

Wer sich nun noch weiter über unser Event informieren möchte, kann entweder die Instituts-Homepage aufrufen oder besondere Einblicke in unsere Arbeit über unsere Social Media Kanäle bei Facebook und Instagram erhalten (@sportevent.ostfalia).

Also: Wer wird der erste Tiger Woods der Ostfalia Hochschule?

*Das Organisationsteam
des Sportevents 2019*

Wo sind sie geblieben?

Seit dem Wintersemester 2001/02 bis 2015/16 haben über 686 Sportmanager (354 Dipl./332 BA) unsere Hochschule verlassen. Wir haben uns seit längerem Gedanken darüber gemacht, was eigentlich aus ihnen geworden ist, da wir nicht mit allen in intensivem Kontakt geblieben sind. Aus diesem Grund wollen wir an dieser Stelle über den einen oder anderen berichten ...

Mein Name ist **Melanie Rojahn**

Studienzeit und Abschluss: 2010 - 2014

Jobs bzw. Arbeitgeber bis heute:

04/2019 – heute: Universal Music GmbH, Manager PR/Artist Coordination,

12/2018 – 03/2019: Verti Versicherung AG, Projektmanager Verti Music Hall

08/2018 – 11/2018: McFit Global Group GmbH, Senior Marketing Manager

09/2017 – 07/2018: Sony Music Entertainment Germany GmbH, Manager Brands | Live | Licensing

08/2015 – 08/2017: CAA Sports GmbH, Account Manager



Das habe ich im SPM-Studium in Salzgitter gelernt:

Das wirtschaftliche Grundverständnis, welches mir während des Studiums vermittelt wurde, habe ich zu-

nächst wahnsinnig unterschätzt. Ich habe direkt im Anschluss an das Abitur mit dem Studium begonnen und hatte zuvor keine allzu großen Berührungspunkte mit Fächern wie BWL gehabt. Bis heute profitiere ich jeden Arbeitstag von den gelernten Theorien, Methoden und Zusammenhängen.

Obwohl ich mittlerweile in der Musikbranche tätig bin, gibt es zahlreiche Inhalte, die sich aus dem Sport ableiten lassen, was in erster Linie natürlich der Emotionalität beider Themen zu verdanken ist.

Nachhaltig im Gedächtnis geblieben sind mir aber auch Veranstaltungen ohne Wirtschaftsfokus wie beispielsweise „Persönlichkeitsentwicklung“ oder „Eventinszenierung durch Musik“, was damals – glaube ich – eine freiwillige Zusatzveranstaltung war.

Das würde ich allen Studies ans Herz legen:

Ausprobieren! Der Bachelor vermittelt ein breites Kompetenzspektrum, welches auf dem Arbeitsmarkt diverse Möglichkeiten eröffnet. Aber erst in der Praxis erfährt man welche Tätigkeit wirklich zu einem passt. Dass Projektmanagement einmal 90% meines Arbeitsalltages ausmachen würde, habe ich im Studium nicht erwartet. Mittlerweile habe ich (Sponsoring-) Projekte für Kunden wie Allianz, Jacobs Douwe Egberts oder MAN koordiniert und umgesetzt. Nutzt die Zeit und das Netzwerk um möglichst vielfältige Unternehmen und Tätigkeiten kennenzulernen. Besucht zusätzliche Veranstaltungen ab-

seits des Lehrplans, um einen breiten Überblick über den Markt und dessen Möglichkeiten zu bekommen.

Impressionen von der Fachtagung/vom Kongress damals:

Als Teilnehmer der Internationalen Exkursion nach Stockholm 2012, habe ich den Kongress stets als begeisterter Zuschauer verfolgt. Bis heute halte ich das Format für eine tolle Möglichkeit die Diversität des Sportmarkts kennenzulernen. Als Teil des Organisationskomitees würde ich auch hier empfehlen, neue Tätigkeitsbereiche kennenzulernen und auszuprobieren. Im Rahmen der Exkursion war ich für das vermeintlich undankbare Thema Fundraising verantwortlich. Rückblickend vermute ich, dass unser kleines „Zwei-Frau-Team“ wohl die steilste Lernkurve hingelegt und nachhaltig gelernt hat.

So könnt ihr mich am besten erreichen: via Xing (Oldschool)

Mein Name ist **Christian Müller**

Studienzeit und Abschluss: 09/2008 – 03/2012: Sportmanagement (B.A.)

09/2014 – 02/2017: Corporate Communication M. Sc.

Jobs bzw. Arbeitgeber bis heute:

07/2009 – 09/2010: TSG 1899 Hoffenheim Spielbetriebs GmbH, Praktikant im Bereich Merchandising, Marketing After Sales / Betreuung Sponsoren

05/2010 – 04/2011: SWAZY Concepts & Events Schäfer und Müller GbR, Gründer studentische Eventagentur

02/2011 – 06/2011: GMR Marketing München GmbH, Praktikant im Bereich Sportmarketing / Event-Projektmanagement

07/2011 – 11/2011: GMR Marketing London Ltd, Project Executive im Bereich Sportmarketing / Hospitality

02/2012 – 11/2016: Sponsorplan GmbH, Berater im Sportsponsoring

12/2016 – 06/2017: Sabbatical, Erfüllung Lebensraum, Wintersaison am Berg

07/2017 – heute: THREE PEAKS Consulting, Gründer und Berater für Sponsoring und Empfehlungsmarketing

Das habe ich im SPM-Studium in Salzgitter gelernt:

Erstmal sehr viel. Was für mich jedoch wichtig ist, sind die Punkte, von denen ich später im Beruf profitiert habe. Nach dem Studium stellte ich mir die Frage: bin ich bereit für einen professionellen Job? Die Frage konnte ich mir sehr bald selbst

mit „JA, bin ich“ beantworten. Das Studium in Salzgitter gab mir persönlich eine solide Grundlage für alles, was danach kam. Inhaltlich war das vor allem die Kombination von Theorie und praktischer Erfahrung.



Die Theorie war die Basis. Die praktische Erfahrung gab mir das Selbstbewusstsein, bereits etwas in die Wege geleitet zu haben und zusätzlich einen Vorteil gegenüber anderen Berufseinsteigern zu haben, die bisher nur Bücher und Skripte kannten. Menschlich sind durch das Studium tolle Freundschaften und ein Netzwerk entstanden. Es ist was Besonderes, wenn neben dem Audimax die Kuh grasst und sonst nicht viel los ist. Dann ist man in der Pflicht, die Abwechslung selbst in die Hand zu nehmen. Das schweißt zusammen. Und das hält weit über das Studium hinweg.

Das würde ich allen Studies ans Herz legen:

Legt viel Wert auf die Auswahl eures Pflichtpraktikums. Bei vielen für uns war es wegweisend für den Berufseinstieg. Ihr werdet schnell Experte für ein Thema. Das eure Kompetenzen und den Lebenslauf prägen wird.

Aber vor allem: genießt die Zeit in Salzgitter! Sie ist einmalig. Und haltet danach Kontakt.

Impressionen von der Fachtagung/vom Kongress damals:

Der Kongress ist das Highlight im Studium! Als Erstsemester von dem Spirit geimpft, war es für jeden für uns eine große Ehre dieses Event selbst in die Hand nehmen zu dürfen. Wir hatten die Aufgabe die damalige Fachtagung und die Firmenkontaktmesse als erster Studiengang alleine und über zwei Tage zu organisieren. Davor waren beide Events voneinander getrennt. Die Herausforderung war, alte Strukturen aufzubrechen, Prozesse zu vereinheitlichen. Persönlich habe ich am meisten von den Gruppenmeetings mitgenommen. Durch die Gruppendynamiken und Entscheidungsfindungswege habe ich viele wertvolle Erfahrungen gesammelt.

So könnt ihr mich am besten erreichen:

www.threepeaks.de

Insta: @three_peaks_consulting



Drei Fragen an ...

Dr. Otmar Dyck

bis November 2019 als Lehrkraft für besondere Aufgaben am Institut für Sportmanagement, danach verabschiedet er sich in den Ruhestand

Frage 1: Wie sehen Sie die Entwicklung des Studiengangs rückblickend?

Als ich 1996/97 das Konzept für den Studiengang entwickelt habe, stand die Zusammenarbeit mit dem organisierten Sport (Vereine und Verbände) im Fokus. Wir waren 1998 die erste Fachhochschule in Deutschland, die einen Sportmanagementstudiengang anbietet - also Trendsetter.

Wichtig waren in dem damaligen Diplomstudiengang der Praxisbezug, der u.a. durch zwei Praxissemester und ein starkes regionales - später nationales - Netzwerk gesichert wurde, und die Verknüpfung der spezifischen Lehrveranstaltungen mit bereits etablierten (BWL, VWL, Mathematik, Informatik).

Es war klar, dass sich der Erfolg dieses innovativen Angebotes an der Qualität unserer Absolventinnen und Absolventen und deren Chancen auf dem Arbeitsmarkt messen lassen musste.

Ich bin besonders dem VfL Wolfsburg dankbar, dass er mehr als 20 Sportmanagerinnen und -manager aus Salzgitter beschäftigt und Volkswagen, adidas, Sport-Thieme und den zahlreichen anderen Unternehmen, Institutionen und Or-

ganisationen, die uns beim Aufbau und bei der Weiterentwicklung des Studiengangs unterstützt haben.

Frage 2: Was waren Ihre persönlichen Highlights?

Mir hat die Arbeit mit den Studierenden immer Spaß gemacht. Besonders die Wintersport-Exkursionen nach Großarl und Flachauwinkel waren für alle Beteiligten ein absolutes Highlight. In Kooperation mit dem Niedersächsischen Skiverband (NSV) konnten die Teilnehmer eine Lizenz erwerben.

Wir waren im Robinson Club in Fleesensee, haben uns in interdisziplinären Projekten in Kooperation mit der Universität in Göttingen und Tourismusstudierende aus Salzgitter das Tourismusmarketing in Flachau evaluiert und haben Golf auf der Anlage „Schloss Lüdersburg“ und in Bad Saarow gespielt.

Die Sportarten waren vielfältig (Trendsport, Klettern, Mountainbiking, Bergwandern etc.). Auch Angebote im Bereich der Erlebnispädagogik im Harz waren dabei.

Frage 3: Welche Pläne haben Sie für die nächsten Jahre?

Das lasse ich extrem locker auf mich zukommen.

News vom Campus Salzgitter

Im Sommer war es wieder soweit: der Campus Salzgitter feierte seine „Night of the Profs“. Zum sechsten Mal waren die Nachbarn aus den umliegenden Stadtteilen, Alumni, MitarbeiterInnen, ProfessorInnen und Studierenden der Ostfalia zur der von der Fakultät und einigen Vereinen des Standorts (darunter u. a. SPO-MAN und ImPuls e.V.) organisierten Veranstaltung eingeladen. ProfessorInnen der Fakultät sowie wissenschaftliche Mitarbeiter legten als DJs auf. Besonders Prof. Dr. Anja Corduan-Claussen alias DJane Corean Cobra und Prof. Dr. Ariane Bagusat alias DJane Ginger B des Instituts für Sportmanagement heizten dem zahlreich erschienenen Publikum ordentlich ein.

Im Mai machten sich Sportmanagement-Studierende aus den Semestern 2, 4 und 6 mit Otmar Dyck auf den Weg nach Kufstein. Ziel der viertägigen Exkursion war es, die Partnerhochschule FH Kufstein Tirol und den Sporttourismus in und um Kufstein kennenzulernen.

Um sich bei sportlichen Aktivitäten (besser) kennenzulernen, organisierte das SPM-Team auch in diesem Jahr eine spezielle Erstsemesterbegrüßung für die 99 neuen Studierenden des Studienganges Sportmanagement. Einen Tag nach der Erstsemesterbegrüßung am Campus waren die Sportis unter sich: vormittags traf man sich beim mittlerweile traditionellen Asphaltstockschießen beim TSV Salzgitter, anschließend ging es zur Roten Wiese. Dort führten Profis der New Yorker Lions die Studierenden theoretisch und praktisch ins (Flag-) Football ein. Beim gemeinsamen Grillen konnten sich anschließend alle stärken.

Das SPM-Team möchte sich auf diesem Wege bei allen Beteiligten ganz herzlich bedanken!

*Das SPM-Team wünscht Dir alles Gute für Deinen neuen Lebensabschnitt.
Lass es Dir gut gehen und genieße den wohlverdienten Ruhestand!*

spo-man

Keine Neuigkeiten, dafür aber Termine:

Unser zweites **spoman.darts** Turnier findet am 14.10. ab 17:30 Uhr statt, **JEDER** kann sich anmelden.

Der **Spoman.Cup** findet am 23.10. ab 20 Uhr und der **Championscup** am 30.10. ab 20 Uhr auf dem Sportplatz des SC Gitter statt.

Unsere Tour geht vom 08.-10.11. nach Stuttgart.

Ansonsten wird es noch den Handballcup, den Fifacup und die Academy geben. Dort stehen aber noch keine Daten, da wir die mit dem jeweiligen Orga-Team gemeinsam festlegen wollen.

Man sieht sich auf www.spo-man.net...