alumni
sportökonomie
sportmanagement

ASS NEWS

Liebe ASS-Mitglieder, liebe Sportökonominnen und Sportökonomen!

Prof. Dr. Heinz-Dieter Horch, Vorstandsvorsitzender

Wieder ist ein neues Semester gestartet. Pünktlich dazu erscheint der neue ASS Newsletter. Er informiert über die Aktivitäten des ASS Alumni Sportökonomie & Sportmanagement im Sommersemester 2010 und über aktuelle Entwicklungen am Institut für Sportökonomie und Sportmanagement.

Anläßlich der Fußball WM 2010 steht im Mittelpunkt dieses Newsletters das Interview mit Wolfram Meyer von der FIFA.

Viel Spaß beim Lesen wünscht
Univ.-Prof. Dr. Heinz-Dieter Horch

ASS INTERN

Auch im Sommersemester 2010 bietet der ASS wieder zahlreiche Aktivitäten an. Die Termine für zwei Kamingespräche stehen schon fest. Am 05. Mai berichtete Christiane Krauter von ihrer Tätigkeit bei der Deutschen Sport-Marketing GmbH. Auf ein weiteres spannendes Kamingespräch können sich die ASS-Mitglieder am 9. Juni freuen. Dann wird Ilka Boge, Leiterin der Abteilung Marketing bei Alemannia Aachen zu Gast an der SpoHo sein.

Sport+Markt lädt am 18. Juni zum Tag der offenen Tür des Sommersemesters 2010. Interessierte Studierende können so Einblicke in die Geschäftsbereiche des Unternehmens erhalten. Neben einer Führung durch das Monitoring Center steht die Bearbeitung einer Fallstudie zum Thema Sportsponsoring auf dem Plan.

Auch in diesem Jahr wird wieder der ASS Golf-Cup stattfinden. Am 12. Juli wird zum sechsten Mal ein neuer Champion gekürt (Anmeldeschluss 8. Juli 2010). Außerdem findet der alljährliche Platzreifekurs ab dem 11. Mai statt.

Übersicht Aktivitäten SS2010:

05. Mai 2010	Kamingespräch Christiane Krauter (Deutsche Sport-Marketing GmbH)
09. Juni 2010	Kamingespräch Ilka Boge (Alemannia Aachen)
18. Juni 2010	Tag der offenen Tür bei Sport+Markt
12. Juli 2010	ASS Golf-Cup 2010

Aktuelle Infos unter
WWW.SPORTOEKONOMIE-ASS.DE

>> Aufruf an alle Mitglieder

Von vielen ASS Mitgliedern fehlen uns leider zurzeit die aktuellen Daten (E-Mail, Anschrift, Kontodaten etc.). Wir bitten daher alle Mitglieder um die Zusendung ihrer aktuellen Kontaktdaten, um weiterhin einen reibungslosen Service bieten zu können.

Kontakt: info@sportoekonomie-ass.de

ASS PERSÖNLICH

Alumni des Jahres 2010

Im Rahmen des Homecoming 2010 steht wieder die Verleihung „Alumni des Jahres“ an. Der Award wird dieses Jahr zum zweiten Mal verliehen. Wir möchten alle Mitglieder des ASS dazu auffordern, Kandidaten für den „Alumni des Jahres 2010“ vorzuschlagen.
Vorschläge an: info@sportoekonomie-ass.de

Voraussetzung ist, dass der/die AbsolventIn den Studiengang Sportwissenschaft mit dem Schwerpunkt Ökonomie und Management abgeschlossen hat und mindestens 2 Jahre erfolgreich im Berufsleben steht. Die Abstimmung wird wieder öffentlich auf unserer Homepage (www.sportoekonomie-ass.de) erfolgen.

ASS Interview

In wenigen Wochen geht es los. Am 11. Juni 2010 beginnt das größte Sportereignis der Welt, die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft. Grund genug für uns, den Blick auf Südafrika zu richten. ASS sprach mit dem Spoho-Absolventen Wolfram Meyer, der hautnah bei der WM dabei sein wird, ohne viele Spiele wirklich live erleben zu können.

Vita | Wolfram Meyer

Oktober 2002	Abschluss des Studiums an der Deutschen Sporthochschule Köln mit der Spezialisierung „Ökonomie und Management“ nach 8 Semestern
Februar 2003 - September 2008	**Karstadt Warenhaus AG mit folgenden Stationen:** Marketingkoordinator für das Projekt FIFA WM 2006™ Koordinator Onsite für das Projekt FIFA WM 2006™ Projektleiter zur Handball WM 2007 Assistenz der Geschäftsführung Karstadt Sport Projektmanager Sponsoring Karstadt Warenhaus GmbH
Seit November 2008	**Fédération Internationale de Football Association (FIFA)** Retail & Merchandising Manager

FIFA - Ein Blick hinter die Kulissen

Bei der FIFA zu arbeiten ist sicher für viele Absolventen der DSHS ein Traum. Beschreiben Sie doch mal, wie man sich diesen Traum erfüllen kann. Gibt es da ein Rezept? Wie sind Sie bei der FIFA gelandet?

Wenn man das Studium an der DSHS beginnt, hat jeder so seine Träume, wohin es beruflich einmal gehen soll und die FIFA gehört sicherlich für viele dazu. Meine Vorstellung war es immer bei einem großen Sportverband oder aber in der Sportindustrie zu arbeiten. Nach Abschluss meines Studiums Ende 2002 hatte ich das Glück, dass ich bei der Karstadt Warenhaus AG gelandet bin, die damals gerade eine Retail-Lizenz der FIFA für die WM 2006 erworben hatte und ein kleines und junges Team aufstellte. In dieses Team bin ich hereingerutscht und saß dann Anfang 2003 in meinem ersten Meeting mit der FIFA.

In den drei Jahren bis zur WM haben wir einige interessante Projekte auf den Weg gebracht, vom Aufbau von über 300 Store-in-Store „Offiziellen FIFA WM Shops“ über eigene Lizenzkollektionen bis hin zur Abwicklung des gesamten Onsite Merchandise in Stadien und auf den Fan Festen. Dies geschah immer in enger Zusammenarbeit mit der FIFA und hat dementsprechend zu guten Kontakten auch über 2006 hinaus geführt.

Dennoch war es nicht so, dass man nach 2006 dann direkt zur FIFA „rüberwechseln“ konnte. Der Anruf der FIFA kam dann auch ein bisschen überraschend, da dem keine aktive Bewerbung meinerseits vorausging, sondern vielmehr ein Retail Manager gesucht wurde und mein Kontakt von 2006 direkt an mich gedacht hat. Man sieht, manchmal braucht es auch ein bisschen Geduld und Glück, so eine Möglichkeit zu bekommen.

Ist die FIFA für Sie ein Arbeitgeber wie jeder andere? Was macht die Arbeit bei der FIFA außergewöhnlich?

Ich denke die FIFA ist kaum mit einem „normalen“ Arbeitgeber zu vergleichen. Sie hat einen entscheidenden Vorteil und der heisst „FIFA Fussball Weltmeisterschaft“. Jeder kennt den WM Pokal und wenn Leute ihn sehen, oder einfach nur an die Stimmung von 2006 auf den Fan Festen und Deutschlands Straßen zurück denken, ist es leicht nachzuvollziehen, dass hier auch immer „ein wenig“ mehr Emotionen mit dem Job verbunden sind, als normal.
Dies ist ein tolles Asset und im Moment so kurz vor der WM in Südafrika ist zu merken, wie hier jeder schon so langsam heiß läuft auf den 11. Juni 2010. Außerdem ist das Umfeld sehr international, Kollegen aus aller Welt, die Firmensprache ist Englisch und der Großteil der Mitarbeiter ist relativ jung und sportlich. Dementsprechend gibt es auch viele schöne zwischenmenschliche Kontakte, die es sehr leicht machen nicht in der „Heimat“ zu arbeiten.

ASS PERSÖNLICH

Was sind Ihre Aufgaben bei der FIFA?

Wie bereits erläutert bin ich als „Retail & Merchandising Manger“ bei der FIFA angestellt und in meinen Verantwortungsbereich fallen die Kontrolle und Koordination aller Onsite Merchandising Aktivitäten bei sämtlichen FIFA Weltmeisterschaften in Stadien und auf FIFA Fan Festen. Darüber hinaus bauen wir derzeit über unseren exklusiven weltweiten Lizenznehmer Global Brands ein Retail Geschäft mit „FIFA Official Stores“ auf, das im Laufe der nächsten Jahre zu einem Ausbau der Marke FIFA auch im Einzelhandel führen soll.

Kürzlich dazugekommen ist nun noch die Koordination des E-Commerce im „Official FIFA Online Store“, der über unsere Internetplattform FIFA.com seit Mitte Dezember 2009 läuft.

Beschreiben Sie doch mal einen typischen Arbeitstag in der FIFA-Zentrale.

Das FIFA Headquater, ein sehr beeindruckender und mittlerweile zu den Sehenswürdigkeiten von Zürich zählender Bau, liegt auf dem Zürichberg ca. 250m oberhalb von Stadt und See direkt an einem großen Waldstück. Ein normaler Arbeitstag fängt bei mir gegen 8 Uhr morgens an, der Arbeitsweg wird dabei oft durch eine nette Rennradtour über kleine Nebenstraßen versüßt, wobei ich in einem länglichen Büro mit 9 weiteren Kollegen sitze. Die Atmosphäre im Office ist sehr angenehm, wobei es durch diverse Telefonkonferenzen mit den unterschiedlichsten Nationen immer wieder zu lautstarken und interessanten Situationen kommt. Ansonsten ist der tägliche Ablauf sicherlich ähnlich wie in anderen Marketingbereichen, mit sehr vielen E-Mails, Meetings und natürlich besagten Telefonkonferenzen mit den unterschiedlichsten Ländern.

Welche Erfahrung hat Sie im Rahmen Ihrer bisherigen Tätigkeit bei der FIFA am meisten beeindruckt?

Es gibt hier wirklich viele „einzigartige“ Erlebnisse, vor allem bei den verschiedensten Weltmeisterschaften. Am meisten beeindruckt war ich allerdings von meiner ersten Venue Tour in Südafrika, als wir nur wenige Tage hatten, um alle Stadien zu inspizieren. Dabei wurden wir mit kompletter Polizeieskorte von den Stadien zu den Flughäfen gebracht, wo wir teilweise direkt bis aufs Flugfeld fuhren und einfach ins Flugzeug stiegen, um pünktlich zum nächsten Stadion zu gelangen. Eine kleine Vorstellung, wie Stars sich fühlen dürfen.

Wie groß ist die Vorfreude auf die WM? Worauf freuen Sie sich am meisten?

Die Freude auf die WM ist natürlich riesig, seit 2 Jahren arbeite ich persönlich schon wieder auf dieses Event hin und dementsprechend wird eigentlich nur noch in Countdown-Tagen daran gedacht. Aus meinen Erfahrungen von 2006 weiß ich mittlerweile ganz genau, was auf uns zukommt und dass es viel Arbeiten und Reisen bedeutet. Von den Spielen wird man relativ wenig mitbekommen. Ich freue mich dementsprechend am Meisten auf diese riesige Ausgelassenheit und Freude in den Stadien, die schon 2006 in Deutschland herrschte und die wir an unseren Merchandise-Ständen hautnah mitbekommen haben.

Wie ist der Stand der Vorbereitung in Ihrem Bereich?

Im Moment bin ich ganz zufrieden, die kritischen Punkte sind bislang alle positiv abgehakt und ich habe keine Bauchschmerzen, wenn ich an den 11. Juni denke. Für uns war der FIFA Confederations Cup 2009 sehr wichtig und lehrreich. Hier konnten wir die Erfahrungen sammeln, die z.B. Südafrika von Deutschland unterscheiden und gute Beziehungen zu den lokalen Organisatoren aufbauen. Die Euphorie und Begeisterung, die dabei die Südafrikaner an den Tag legen, führt zu einer ganz besonderen Atmosphäre.

Wo und wie und werden Sie die WM verbringen? Was werden Ihre Aufgaben während des Events sein? Werden Sie überhaupt Fußballspiele sehen können?

Während der WM werde ich 6 Wochen nur auf Achse sein. Am 31. Mai fliege ich nach Südafrika und von da an heißt es dann zunächst in Workshops alle anderen Parteien in den Stadien über unsere Aufgaben aufzuklären um danach von Stadion zu Stadion zu reisen. Zunächst zur Überwachung des gesamten Aufbaus und danach natürlich zur Kontrolle des Stadionverkaufs sowie wenn möglich auf den Fan Festen während der Spieltage. Dadurch bin ich tagtäglich immer in den Stadien und bekomme diese phantastische Stimmung natürlich hautnah mit, allerdings bedeutet das nicht, dass man auch die Spiele sieht. Die Halbzeiten sind meistens die einzigen Möglichkeiten, kleinere Probleme zu lösen und Instruktionen zu geben. Es kommt häufig sogar vor, dass wir nach dem Spiel gar nicht wissen, wer gewonnen hat und es dann erst anhand der Fanreaktionen auf dem Heimweg oder an unseren Verkaufsständen erfahren.

Dennoch ist es toll, die Stimmung mitzubekommen und falls an einem Tag doch mal die Chance besteht, einen Blick aufs Spielfeld zu werfen, macht es umso mehr Spaß.

Abschließend noch eine Frage: Wer wird Weltmeister?

Als absoluter Optimist und mit Jahrgang ´74 einfach stark vorbelastet kann die Antwort nur Deutschland heißen. Es gibt aber auch eine sportliche Begründung (Hoffnung): Die WM ist im südafrikanischen Winter mit Tiefsttemperaturen von unter 0 Grad, außerdem liegen einige Stadien in Höhen von bis zu 1.700m. Dies könnte körperlich starke Mannschaften bevorzugen.

Das Interview führte Dr. Robert Wiegand

Teilnehmer für das Absolventenjahrbuch 2010 gesucht

Das Absolventenjahrbuch 2009 wurde an ca. 120 Unternehmen aus dem Sportbusiness versandt.
Auch 2010 soll es ein wieder eine Ausgabe des Absolventenjahrbuches geben. Alle Diplom- und Bachelor-Absolventen des Jahres 2010 sind herzlich eingeladen, sich für ihre eigene Seite im neuen Jahrbuch anzumelden. Der Abgabeschluss für alle relevanten Daten ist der 31.08.2010.

Kontakt: info@sportoekonomie-ass.de

ASS WISSEN

Aktuelle Informationen aus dem Institut

STUDIUM

Bachelor Studium
In diesem Semester werden die ersten Studenten einen Bachelor Abschluss erhalten. Insgesamt circa 90 Studenten werden die ersten Absolventen des Bachelor Studiengangs „Sportmanagement und Sportkommunikation“ sein.

Promotion
Kirstin Hallmann:
„Zur Funktionsweise von Sportevents – Eine theoretisch-empirische Analyse der Entstehung und Rolle von Images sowie deren Interdependenzen zwischen Events und Destinationen.“

Habilitation
1. Habilitation des Instituts: Dr. Gerd Nufer „Ambush Marketing im Sport – Wissenschaftliche Fundierung und vergleichende empirische Analyse von Ambush Marketing und Sportsponsoring am Beispiel der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2006.“

Die öffentliche Antrittsvorlesung zum Thema „Imagetransfer durch Sport-Event-Marketing–Grundlagen, Modell, Bedingungen und Konsequenzen“ findet am Montag, den 7.6., um 18.30 Uhr in Hörsaal 1 statt.

PERSONAL

Abgänge
Für die jahrelange Mitarbeit bedanken wir uns bei: Dr. Gregor Hovemann (Prof. an der Uni Leipzig), Malte Klocke

Zugänge (bzw. Vertragsverlängerungen)
Dafür begrüßen wir bzw. freuen uns auf weitere Zusammenarbeit mit: Daniel Levedag, Ben Hennings, Christopher Huth, Jan Kremer

Professuren
Die Juniorprofessur für Sportökonomik wurde mit Dr. Tim Pawlowski besetzt.
Für die Nachfolge von Prof. Horch wurde eine Stelle in Sportbetriebswirtschaftslehre ausgeschrieben. Zusätzlich wurde eine Professur für Arbeitsmarktforschung im Sport ausgeschrieben.

Die Berufungsvorträge für beide Professuren werden im Sommersemester stattfinden. Damit wird die Sporthochschule die erste Universität mit nun vier (!) Professuren in diesem Gebiet.

EASM 2009 - „Innovation through inspiration“

Unter diesem Motto fand im letzten Jahr vom 12.09.-19.09. der EASM Kongress sowie das Studierenden Seminar ESSISA in Amsterdam statt. Rund 200 Studentinnen und Studenten aus ganz Europa trafen sich zu diesem Jahresereignis, um neue lehrreiche Einsichten in bestimmte Arbeitsfelder zu gewinnen und das bereits vorhandene Wissen im Bereich Sportmanagement zu erweitern. Darunter befanden sich auch die drei ASS-Stipendiaten Hannah Brett, Boris Martin und Pierre Schmidt.

Mit großen Erwartungen stürzten sich die Studierenden in diese unvergessliche Zeit. In einem dreitägigen Seminar, welches mit interessanten Vorträgen und anspruchsvollen Aufgaben gefüllt war, entwickelten die multikulturellen Studentengruppen eine eigene Innovation und präsentierten diese vor einer Jury. Die drei besten Präsentationen durften ihre Idee am letzten Tag des EASM-Kongresses vor allen EASM Teilnehmern vorzustellen. Der Gewinner wurde mit einem Preis geehrt.

Auch das umfangreiche Rahmenprogramm, wie das Gala-Dinner bei einem Länderspiel in der Amsterdam Arena, bereitete für die Studierenden eine große Chance in einer entspannten Atmosphäre mit renommierten Wissenschaftlern und Praktikern in Kontakt zu treten.

Ein begeisterter Student berichtet: „Durch diese Veranstaltung habe ich wieder gemerkt wie kreativ ich sein kann und wie aus einer einfachen Idee eine realistische Innovation werden kann. (...) Es war auf jeden Fall eine Reise wert, die mir persönlich sehr viel gebracht hat!“

Für das nächste vom 11.09.-18.09.2010 in Prag stattfindende EASM Student Seminar, schreibt der ASS wieder drei Stipendien à 250€ aus.

Autor: Hannah Brett

LINKS: Spoho-Student Boris Martin (2. v. l.) mit seiner Gruppe nach der Abschlusspräsentation in der Amsterdam Arena.

MITTE: Pierre Schmidt (rechts unten im Bild) lauscht gespannt den Ausführungen des Dozenten.

RECHTS: 97 Teilnehmer/innen des EASM-Student-Seminars 2009 in Amsterdam.

ASS IMPRESSUM

Herausgeber:
ASS Alumni Sportökonomie und Sportmanagement an der Deutschen Sporthochschule Köln e.V.

Am Sportpark Müngersdorf 6
D-50933 Köln
Telefon: +49 (0)221 | 4982 - 6140
Telefax: +49 (0)221 | 4982 - 8140

Email: info@sportoekonomie-ass.de
Internet: www.sportoekonomie-ass.de

Redaktion:
Katinka Kleinheinz, Jan Kremer,
Dr. Gerhard Nowak, Dr. Robert Wiegand
Layout: Jasmina Schröder

Bildnachweis: Front Seite, oben: stm / photocase.com | Front Seite, unten: hannesleitlein / photocase.com | Innen Seite, links: krockenmitte / photocase.com