



Deutsche Sportökonomie Arena 2013

Save the Date – Deutsche Sportökonomie Arena am 20. & 21. Juni 2013

Zwei Tage lang wird der Campus der Universität Bayreuth zur Heimat einer der größten Sportmanagementkonferenzen Deutschlands, auf der sich alles um aktuelle Fragen und Trends rund um das Sportmanagement von Morgen drehen wird.

Die Deutsche Sportökonomie Arena – Nachfolge-Konferenz des Bay-

reuther Sportökonomiekongresses – wird mit einer Vielzahl renommierter Referenten, exzellenten Networking-Möglichkeiten und einem attraktiven Rahmenprogramm aufwarten. Das studentische Organisationsteam hat sich zum Ziel gesetzt, vor allem für unsere Alumni ein interessantes Angebot zu schaffen. Reservieren Sie sich daher bereits heute den Termin.

Ausführliche Informationen finden Sie in den kommenden Wochen auf der Internetseite der Arena: www.ds-arena.de.

„Der Blick über die Welt hinaus ist der Einzige - der die Welt versteht“, wusste schon der Komponist Richard Wagner (1813-1883). Sein Ausspruch steht sinnbildlich für das Vorhaben der Organisatoren, die ein Ensemble nationaler als auch internationaler Spitzenreferenten in die Festspielstadt holen, um aktuelle und zukünftige Fragen des Sportmanagements zu beleuchten.

In der Tat laufen die Vorbereitungen für die Deutsche Sportökonomie Arena *weiter auf S.2*

News

1. Stuttgarter Spöko-Businessstreffen

Am 27. September 2012 fand das 1. Stuttgarter Spöko-Businessstreffen statt. Nils Bäumer und Jens Leonhäuser hatten die entsprechende Vorarbeit geleistet, die Räumlichkeiten der Agentur „Steilpass“ im Stuttgarter Norden boten zudem ideale Voraussetzungen fürs Netzwerken. Nach kurzem Kennenlernen setzten die rund 20 Teilnehmer in kleinen Gesprächsgruppen die Diskussion fort. Eifrig genutzt wurde zwischendurch die Terrasse der Agentur, die einen hervorragenden Blick über die Landeshauptstadt bot. Am Ende der Veranstaltung konnte ein äußerst positives Fazit gezogen werden. Eine Neuauflage des Treffens ist bereits in Planung. (mb)

PD Dr. Peter Kuhn wird apl. Professor

Im Sommersemester 2012 hat das Sportinstitut die Vergabe des akademischen Titels eines außerplanmäßigen (apl.) Professors an den Privatdozenten Dr. Peter Kuhn bei der Hochschulleitung beantragt. Unterdessen wurde der Antrag positiv beschieden und die Ernennungsurkunde überreicht. (mk)

Erster Rollstuhlsportler im Spöko-Studium

Der Tischtennispieler und Fahnenträger bei der Schlussfeier der Sommer-Paralympics 2012, Thomas Schmidberger, nahm in diesem Winterseme-

ster als erster Behindertensportler ein Sportökonomie-Studium in Bayreuth auf. (mk)

Inhaltsverzeichnis

Deutsche Sportökonomie Arena 2013	S. 1
Diplom war gestern	S. 2
Spökos vor Ort – Olympische Spiele London 2012	S. 4
Happy Birthday Football!	S. 6
„Start your future now!“ – 5. Karriereforum	S. 7
Juniorprofessur Medienmanagement	S. 9
20. Konferenz der EASM 2012	S. 10
„adidas as the # 1 brand in tennis!“	S. 11
4th EASM Summer School 2013	S. 12

Deutsche Sportökonomie Arena 2013

na bereits jetzt auf Hochtouren. Das Team rund um Dr. Maximilian Schreyer hat sich zum Ziel gesetzt, am 20. & 21. Juni 2013 über 500 Teilnehmer auf den Campus der Universität zu locken.

Dialogplattform zu Grundsatzfragen von erfolgreichem und nachhaltigem Sportmanagement in einer globalisierten Welt

Die Deutsche Sportökonomie Arena will sich als Nachfolgekonferenz des Bayreuther Sportökonomiekongresses weiter als führende Dialogplattform in Deutschland zu den neuesten Entwicklungen und Trends des Sportmanagements etablieren. Gemessen an



Podiumsdiskussion während des Sportökonomiekongresses 2011 mit Prof. Dr. Herbert Woratschek, Eric Frenzel, Denise Boller und Sarah Seidl.

der Teilnehmerzahl hatte sich bereits der Sportökonomiekongress zu einer der größten Sportmanagement-Konferenzen universitären Ursprungs in Deutschland entwickelt.

Durch Fachreferate, Interviews und Keynotes erhalten die Teilnehmer spannende und praxisnahe Einblicke in aktuelle Problemstellungen rund um das Thema Sportmanagement. Mit erfahrenen Experten und Gästen aus dem In- und Ausland wird in und um das Audimax der Universität Bayreuth über aktuelle und zukünftige Trends sowie über Chancen und Risiken, Voraussetzungen und Erfolgsfaktoren nachhaltigen Sportmanagements diskutiert werden. Intensiver Austausch ist das Ziel.

Neben den zahlreichen Keynotes und den Interviews wird auch während der Pausen die Möglichkeit zum intensiven Austausch mit den Referenten bestehen. Weitere Netzwerk- und Kontaktmöglichkeiten bietet die Arena den Teilnehmern durch ihr attraktives Rahmen- und Begleitprogramm. Nach der offiziellen Eröffnung der Arena

sind alle Teilnehmer dazu eingeladen, sich auf der begleitenden Aussteller- und Sponsorenmesse zu informieren. Zudem besteht die Möglichkeit, in entspannter Atmosphäre auf dem im kommenden Jahr deutlich vergrößerten Konferenzgelände mit den anderen Teilnehmern der Konferenz in Kontakt zu treten oder einfach die Pausen im Biergarten am See des Audimax zu genießen.



Weitergehende Informationen finden Sie ab sofort auf der Internetseite der Arena: www.ds-arena.de.

Allen Interessenten und Alumni wünschen wir eine gute Zeit und freuen uns auf ein Wiedersehen im Rahmen der Deutschen Sportökonomie Arena am 20. & 21. Juni 2013. (ms)

Diplom war gestern

Bachelor- und Masterstudiengänge auf Erfolgskurs

Gewiss, der Mythos der Bayreuther Spökos geht von der Pionier- und Sonderstellung des Diplomstudiengangs aus. Und wir werden die liebgewonene Abkürzung „Dipl.-SpOec.“ vermissen. Dafür muss man den armen Unwissenden nicht mehr erklären, dass es sich dabei um einen Universitätsabschluss handelt. Außerdem hat

sich die Abkürzung in dem Spitznamen bzw. der Marke Spöko ohnehin längst verselbständigt. Dennoch verabschiedet das Institut für Sportwissenschaft die letzte größere Welle an Diplom-Absolventinnen und Absolventen dieser Tage mit „a weng“ Wehmut. Dabei besteht tatsächlich kein Grund zur Melancholie. Sind die neuen Sportökonomie-Studiengänge doch wie Phönix aus der Asche des alten Diploms auferstanden. Mehr denn

je ist das grundständige Studium in Form des Bachelors mit 489 Spökos im aktuellen Wintersemester 2012/13 das größte Studienangebot der Kulturwissenschaftlichen Fakultät. Damit wurde innerhalb von nur fünf Jahren bereits der Höchststand an Diplomstudierenden aus den frühen 1990er Jahren deutlich übertroffen. Die überwiegende Zeit lag die Gesamtzahl der Diplomer allerdings unterhalb der Marke von 400 Studierenden.



Bereits fast 500 Spökos im Bachelorstudiengang

Entgegen der kritischen öffentlichen Debatte über die Einführung von Bachelor- und Masterabschlüssen verdeutlichen diese Zahlen eines ganz klar: Das Studium der Sportökonomie hat nichts von seiner Attraktivität verloren. So bewerben sich seit dem Wintersemester 2007/2008 stets rund 400 Abiturientinnen und Abiturienten auf die in der Regel 85 bis 90 Studienplätze im Bachelor. Eine besondere Herausforderung stellte im vergangenen Wintersemester der so genannte doppelte Abiturjahrgang durch die Verkürzung der Schulzeit gepaart mit dem Wegfall der allgemeinen Dienstpflicht dar. Um dieser Sondersituation gerecht zu werden, musste wie in anderen Studiengängen die Sollzahl der Erstsemester drastisch angehoben werden. Im Spöko-Bachelor stieg sie um gut 30 Studienplätze auf 120. Bei 466 Bewerberinnen und Bewerbern war die Sportökonomie damit der einzige Studiengang auf dem Campus, der in dem Zulassungsverfahren der Studierendenkanzlei den Zugang beschränken musste. Die derzeit ungewöhnlich hohe Gesamtzahl an Studierenden ist also maßgeblich jener Sondersituation geschuldet. Mit 115 Neueinschreibungen im laufenden Wintersemester wurde die Anzahl der Studienplätze zwar leicht reduziert. Gleichwohl bleibt die Lage für Lehrende und Studierende angespannt.

Bayreuth an der Spitze im Ranking, Sporteignungsprüfung bleibt

Die Kehrseite des Erfolgs sind natürlich hier und da vollere Lehrveranstaltungen. Bislang haben aber die Studierenden wie Lehrenden gleichermaßen den Ansturm gut gemeistert.

Dies ist auch deshalb bedeutsam, weil das Sportinstitut seine Spitzenposition im Universitätsranking unbedingt verteidigen möchte. Unlängst wurde das zweite Ranking des Centrums für Hochschul-Entwicklung (CHE) zum Fach Sportwissenschaft veröffentlicht. Erneut lag Bayreuth insgesamt in der Spitzengruppe und konnte sogar auf die beste Bewertung durch die Studierenden verweisen.

Nicht nur in der Steuerung des Zugangs zum Bachelorstudium, sondern auch mit Blick auf die Sicherheit und Leistungen in der sportpraktischen Ausbildung nimmt die Sporteignungsprüfung weiterhin eine wichtige Rolle ein. Zusammen mit den Lehramtskandidatinnen und -kandidaten konnten im diesjährigen Eignungstest rund 500 Anmeldungen für den Studienort Bayreuth verzeichnet werden. Dass lediglich 139 der Teilnehmerinnen und Teilnehmer den berüchtigten Sporttest erfolgreich absolvierten, zeugt bereits von der Notwendigkeit der Prüfung der physisch-motorischen Voraussetzungen. Dennoch stand zuletzt der Erhalt der Sporteignungsprüfung für die bayerischen Bachelorstudiengänge im Sport in Gefahr. So hat das Staatsministerium auf Grund des geringfügigen Anteils sportpraktischer Ausbildung jüngst auf den Sporttest für das Lehramtsstudium zur Primarstufe verzichtet. Daraufhin musste auch das Bayreuther Institut für den Sportökonomie-Bachelor belegen, dass die Sportpraxis mehr als 10 Prozent der Studieninhalte ausmacht. Erfreulicherweise konnte dieser Nachweis geführt werden, sodass sich die Bewerberinnen und Bewerber dem erforderlichen Fitnessstest weiterhin stellen müssen. Im Rahmen der bayernweiten Rotation der Prüfungsdurchführung werden sie dann in den Jahren 2015 und 2016 in Bayreuth selbst antreten.

Sportökonomie erfolgreichster Masterstudiengang der UBT

Besonders bemerkenswert ist die Entwicklung des Masterstudiengangs in Sportökonomie. Nach erwartungsgemäß verhaltenem Start mit 16 Studierenden in den ersten beiden Semestern im Winter 2010 und Sommer 2011 hat die Nachfrage fulminant angezogen. Waren es in den Folgesemestern noch 37 und 20 Studienanfänger, schrieben sich im aktuellen Wintersemester ganze 61 Studierende ein. Damit verdoppelte sich auf einen Schlag die Gesamtzahl der Masterstudentinnen und -studenten. Ein solches Wachstum kann kein anderer Masterstudiengang auf dem Campus vorweisen. Hinzu kommt, dass der Spöko-Master gleichermaßen für Bayreuther Bachelor-Absolventinnen und Absolventen attraktiv ist wie für Auswärtige.

69 Studieninteressierte der zuletzt 87 Bewerberinnen und Bewerber (51 interne und 36 externe) erhielten die Zulassung. 61 traten das Studium an. Von den aktuellen Mastern stammen dabei rund ein Viertel unter anderem von den Universitäten Potsdam, Bochum, Mainz, Tübingen, Halle-Wittenberg, Würzburg und Augsburg. Auch die ersten ausländischen Studierenden streben ein Vollzeitstudium im Bayreuther Spöko-Master an. Zwei tschechische Studierende sind bereits eingeschrieben und werden demnächst um eine Kanadierin komplettiert. Überdies durften die ersten chinesischen Austauschstudierenden der neuen Partnerhochschule, der Shanghai University of Sport, begrüßt werden. In dem Zuge ist auch ein Ausbau des englischsprachigen Studienangebots geplant. Denn mit dem Master als Aushängeschild wird über die Spitzenposition in Deutschland hinaus eine führende Stellung unter den europäischen Studienprogrammen in Sportökonomie angestrebt. (mk)



Olympische Sommerspiele London 2012

Mit Hockeykapitän Maximilian Müller und Weitspringer Christian Reif haben zwei Sportökonomien aus Bayreuth die Olympischen Spiele in London als aktive Sportler miterlebt. Doch auch hinter den Kulissen des internationalen Großereignisses, welches im Juli dieses Jahres stattfand, wirkten viele begeisterte Sportökonomien von der Universität Bayreuth mit.

Neben Tätigkeiten beim IOC und der deutschen Sportjugend arbeiteten viele der Spökos im Deutschen Haus, welches als Treffpunkt für Sportler, Funktionäre und Fans seit den Olympischen Winterspielen in Calgary 1988 zur festen Instanz geworden ist. Für die Olympischen Spiele 2012 wurde dieses im Museum of London Docklands errichtet, sodass die Besucher den herrlichen Ausblick auf Canary Wharf mit ihren modernen Gebäuden und vom Wasser umgebenen Hochhäusern genießen konnten. Zwischen den riesigen Giganten aus Stahl und Glas ankerte die MS Deutschland, die als schwimmendes Hotel vorwiegend deutsche Gäste bewirtete und die deutsche



Olympiamannschaft nach den Spielen zurück nach Hamburg brachte. Im Deutschen Haus wurden täglich Pressekonferenzen abgehalten, Nachrichten erstellt und natürlich deutsche Medaillen gefeiert. Um den reibungslosen Ablauf sicherstellen zu kön-



nen, wirkten im Hintergrund mehrere Teams unterschiedlicher Instanzen auf engstem Raum. Neben der Bundespolizei, Medienagenturen, Bar- und Küchenpersonal, Fahrservice und dem Reinigungsdienst zogen die DSM (Deutsche Sport Marketing) und die Messe Düsseldorf als Organisatoren die Fäden und trugen die Verantwortung. Auf Praktikantenbasis halfen so auch vier aktuelle Sportökonomien den Besuchern bei der Akkreditierung, im Fahrservice oder am Infostand. Gearbeitet wurde in zwei Schichten bis spät in die Nacht hinein. Die andere Tageshälfte stand zur freien Verfügung und konnte individuell genutzt werden, um London zu erkunden, die Spiele zu besuchen oder nach einem langen Arbeitstag im Deutschen Haus an der Sportsbar sich am Feierabend zu erfreuen.

Täglich ließen sich bekannte Gesichter aus Sport und Politik im Deutschen Haus sehen, um die nette Atmosphäre zu genießen und um sich unter die ak-

tiven Sportler zu mischen. So machten unter anderen Lothar Matthäus, Boris Becker, Außenminister Guido Westerwelle und Bundespräsident Joachim Gauck im altherwürdigen Museum Halt und genossen auf der herrlichen Terrasse die Feierlichkeiten so manch einer deutschen Medaille.

Die vier Spökos im deutschen Haus, welche sich unter mehr als 400 Mitbewerbern im Casting in Düsseldorf im Sommer 2011 durchgesetzt hatten, erlebten eine Zeit, die von anstrengender Arbeit, aber auch von unvergesslichen Momenten und tollen Freundschaften geprägt war. Man lernte schnell die anderen Teammitglieder kennen, die sich aus ganz Deutschland zusammengefunden hatten, um einen Beitrag für das deutsche Team zu leisten. Die Spiele selbst konnte man auch während der Arbeit verfolgen, da im ganzen Haus große Fernseher verteilt waren. Durch den einen oder anderen Kontakt war es auch möglich, die Spiele live zu ver-



folgen, was im Besuch der goldenen Finals beim Beachvolleyball und beim Hockey seinen Höhepunkt fand.

Während der drei Wochen im Deutschen Haus zeigte es sich, dass das Spöko-Netzwerk bei Großereignissen auch im Ausland sehr breit aufgestellt ist. So traf man im Deutschen Haus immer wieder bekannte Gesichter und in dem ein oder anderen Gespräch stellte sich nach einiger Zeit heraus, dass der Gegenüber auch in Bayreuth studierte. Von der Deutschen Sport-

hilfe über Audi und DERTOUR bis hin zu adidas, die SportökonomInnen aus Bayreuth waren zahlreich bei den Spielen in London vertreten.

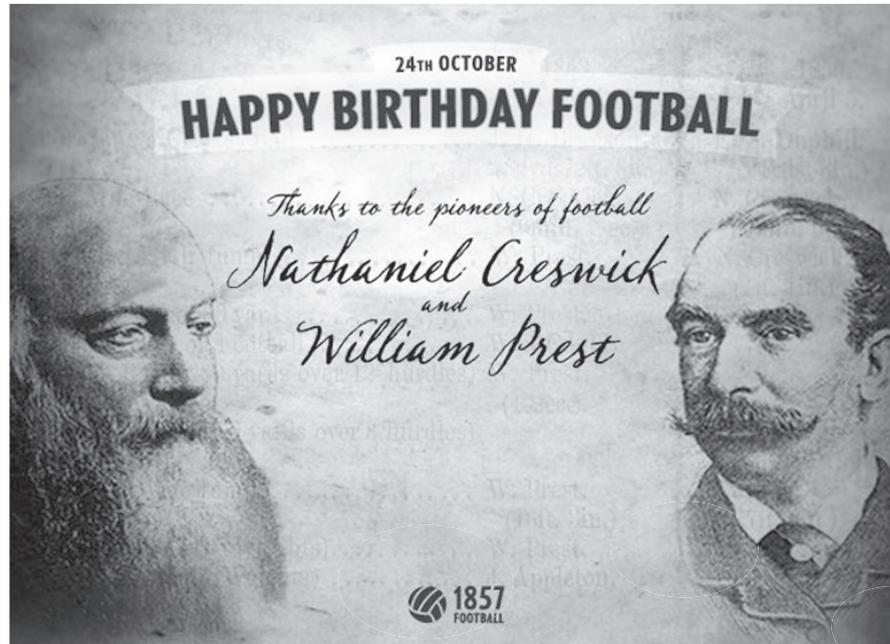
Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass sich die Zeit im Deutschen Haus als einmalige Chance aufgetan hat, um eine andere Sicht auf Olympia zu werfen und einen Einblick in die Organisation und die Strukturen von Verbänden, Sportlern und Funktionären zu bekommen. Diese drei Wochen werden unvergesslich bleiben und hoffentlich in vier Jahren von den Spielen in Rio de

Janeiro getoppt werden, wenn wieder der ein oder andere Sportökonom aus Bayreuth im Deutschen Haus vertreten sein wird. (fh)

Happy Birthday Football!

Am 24. Oktober drängte sich eine bislang globale Wissenslücke des Fußballs in die sozialen Netzwerke Twitter, Facebook, Tumblr, Youtube, Google Plus & Co. Es war der Geburtstag des ersten und ältesten Fußballvereins der Welt: Sheffield FC.

Sheffield: Auf den ersten Blick eine gewöhnliche Stadt im Norden Englands. Doch beim Blick in die Geschichtsbücher dieses Ortes zeigt sich, dass Sheffield der wahre und bislang verkannte Geburtsort des Fußballs ist. Die Zeitreise geht zurück ins Jahr 1857, als die beiden Pioniere Nathaniel Creswick, ein Rechtsanwalt und Unternehmer, und sein Freund William Prest, ein hiesiger Weinhändler, den ersten offiziellen Fußballverein der Welt gegründet sowie ein offizielles Regelwerk verfasst hatten, welches noch heute das Fundament für den modernen Fußball bildet.



Key Visual der Kampagne „Happy Birthday Football“

Dieser Meilenstein der Fußballgeschichte ist wie erwähnt sogar den meisten Ultra-Fans und wahren Romantikern im Fußball bislang unbekannt. Diesen Tatbestand langfristig zu korrigieren, ist seit August diesen Jahres die neue Herausforderung für UFA Sports,

ein internationaler Sportrechtevermarkter mit Sitz in Hamburg. Projektleiter Robert Zitzmann, Spöko-Alumni, ist der Ansicht, „dass diese unglaubliche Geschichte, geprägt von Pioniergeist, Lebensfreude und Drang nach gesellschaftlichem Fortschritt, ein großartiger



Happy Birthday Football!

Identifikationspunkt für Fußballfans aus aller Welt werden kann.“

Ein erster Schritt zur globalen Aufklärung und Bekanntmachung wurde bereits getan. Am 24.10. wurde zum 155. Vereinsjubiläum die Botschaft „Happy Birthday Football“ über meinungsbildende und reichweitenstarke Multipli-

Nach dem Vorbild der prominenten Partygäste Barca, Real und BVB, haben Medienvertreter aus aller Welt das Thema ebenfalls spontan bespielt. Einige dieser, wie z.B. die FitforFun, machten daraus sogar den offiziellen Welt-Fußballtag, der bislang noch nicht existierte.

Letztlich darf man als Fußballfan und Interessierter der Sportbusinessbranche gespannt sein, mit welchen Maßnahmen und Mitteln langfristig versucht wird, die Geschichte von 1857 und Sheffield FC als Marken aufzubauen. (rz)

Links:

- www.1857-football.com
- www.sheffieldfc.com
- www.bootsforafrica.org



Sheffield FC – gegründet 1857

katoren im Fußball gestreut. So haben an diesem Tag u.a. der FC Barcelona, Real Madrid, Borussia Dortmund und Boca Juniors, als auch die Serie A, die englische FA und die FIFA selbst via Facebook, Twitter und Google Plus den Pionieren und Sheffield FC gratuliert sowie das Key-Visual der Kampagne geteilt.

Ergebnis dieser 24 Stunden waren über 3,5 Mio. direkte Kontakte, mehr als 70.000 „Likes“ sowie das „Trending Topic“ Nr.1 auf Twitter/UK. Vielmehr als die vergleichslosen Zahlen für Reichweite, Viralität und Interaktion beeindruckt die Tatsache, dass renommierte Clubmarken mit globaler Strahlkraft ein vereinsfremdes Thema in ihren Kanälen aufgegriffen haben. „Die Geschichte von 1857 polarisiert schlichtweg nicht und wurde in allen Kontinenten extrem positiv aufgenommen“, erzählt Robert.

Bei genauem Blick auf die Kampagne zeigte sich auch, dass der Club Sheffield FC zunächst nicht namentlich erwähnt wurde, sondern lediglich im Hintergrund der Kampagne als stiller Absender fungierte. „Der Rücklauf von neugierigen Fans, die sich über Wikipedia zur Geschichte von 1857 und Sheffield FC informierten, um den Verein dann anschließend online zu unterstützen, hat unsere Erwartungen bei weitem übertroffen“, verrät Robert Zitzmann mit Blick auf 100% Wachstum der Facebook Community von Sheffield FC.

Der Verein selbst ist seit seiner Gründung sportlich und strukturell ein Amateurclub, was sich auch in der Zukunft nicht ändern soll. Alle künftigen Einnahmen und Erlöse werden der Stiftung des Vereins zugeführt, um dadurch soziale Projekte wie z.B. „Boots for Africa“ ins Leben zu rufen.

„Start your future now!“

...unter diesem Motto veranstaltete der Alumniverein am 15. Juni 2012 das 5. Karriereforum der Bayreuther Sportökonomie

Im Rahmen des 5. Karriereforums folgten insgesamt 12 hochkarätige Unternehmen aus der Sportbusinessbranche der Einladung des Alumnivereins an das Sportinstitut der Universität Bayreuth. Die Unternehmensvertreter präsentierten sich dabei jeweils mit einem Vortrag und standen im Anschluss für Fragen zur Verfügung. Darüber hinaus war die Mehrheit der Unternehmen mit einem Messestand vertreten, um auch die Möglichkeit für persönliche Gespräche zu bieten und alle Interessierten mit detaillierten Informationen zu versorgen. Bei strahlendem Sonnenschein nutzten zudem viele Teilnehmer den hauseigenen Biergarten, um sich bei einem Weißwurst-Frühstück oder Kaffee und Kuchen auszutauschen.

Das 5. Karriereforum der Bayreuther Sportökonomie war das bisher größte seiner Art. Daher entschied sich das Organisationsteam um Tillman Baer, Markus Böhm, Markus Buser und Do-



minik Schapfl in Abstimmung mit Dr. Tim Ströbel vom Vorstand des Alumnivereins dafür, den Schritt vom kleinen Hörsaal mit begrenzten Kapazitäten hin in die große Spielhalle des Sportinstituts als Veranstaltungsort zu wagen. Nicht zuletzt dieser besondere Veranstaltungsort sorgte dafür, dass eine optimale Atmosphäre für das Zusammentreffen von Experten aus der Praxis und Studierenden der Universität Bayreuth geschaffen werden konnte.

Die Themen der Referenten variierten von der Vorstellung des eigenen Unternehmens, über das Aufzeigen von Perspektiven für zukünftige Sportbusiness-Professionals, bis hin zu den Anforderungen an einen Sportökonom.

Ab 9.10 Uhr sprach Till Kraemer, Geschäftsführer von Sport-Job, einem der führenden Unternehmen in der Personalberatung und -vermittlung in allen Arbeitsmarktfeldern des Sports. Um 9.40 Uhr stand Kristina Schulte aus dem Future Talent Program von adidas Rede und Antwort. Ab 10.35 Uhr begann der Vortrag von Christoph Schäfer von akzio!, einem der führenden Kommunikationsberatungsunternehmen im deutschen Sportbusiness. Von der Constantin Medien AG, die unter anderem den Fernsehsender Sport1 betreibt, kamen Gregor Aust und Bernard Will, die um 11.05 Uhr das Unternehmen präsentierten. Ab 12.00 Uhr stellte Markus Britsch mit Intersport Deutschland den größten Verbund selbständiger Sporthändler vor. Um 12.30 Uhr schloss sich der Vortrag von Iris Lohrer und Julia Pasch von Sport+Markt, einem großen deutschen



„Start your future now!“



Forschungs- und Beratungsunternehmen im internationalen Sportbusiness, an.

Nach der Mittagspause präsentierte um 14.00 Uhr der aktuelle Deutsche Fußballmeister und Pokalsieger Borussia Dortmund in Person von Benedikt Scholz die Vertriebs- und Marketingstrategien des BVB. Um 14.30 Uhr wurde die Bauerfeind AG, Hersteller medizinischer Hilfsmittel und offizieller Ausstatter der deutschen Olympiamannschaften, durch Lars Birnbaum aus dem Bereich Sportmarketing /

Projektleitung Olympia vorgestellt. Um 15.25 Uhr präsentierte Karsten Bentlage, ehem. COO und Partner bei Welldone, eine internationale Vermarktungsagentur im Bereich Musik, Entertainment sowie Sport, den Vortrag „Rihanna, Lady Gaga und Co. - Celebrities als Abverkaufsturbo“. Ab 15.55 Uhr sprach Philipp Galewski von medi, dem weltweit führenden Unternehmen im Gesundheitsmarkt über den „Karrierestart eines Spökos“. Um 16.50 Uhr gab Nina Schairer einen Einblick in ihr Tätigkeitsfeld als Spöko-Absolventin bei der Flughafen München GmbH.

Zum Abschluss stellte Uli Semblat ab 17.20 Uhr den Berufsverband für Sportökonomie und Sportmanagement in Deutschland e.V. vor und gab spannende Einblicke in die Gehaltsstrukturen eines Sportökonomens.

Ein weiterer Höhepunkt neben den Vorträgen war sicherlich die Verlosung der Preise des im Vorfeld angelaufenen Gewinnspiels über Facebook. Die Gewinner durften sich über ein von allen Spielern und Trainern signiertes Trikot von Borussia Dortmund, ein umfangreiches Paket des BBC Bayreuth inkl. VIP-Tickets für ein Heimspiel der kommenden Bundesliga-Saison, einige Abos des Fachmagazins SPONSORS, sowie weitere tolle Sachpreise freuen.

12 Unternehmen, 12 hochspannende Vorträge, zahlreiche Studierende und Absolventen sowie ein außergewöhnlicher Rahmen sorgten somit für eine gelungene Veranstaltung zum Thema Karriere im Sportbusiness. (tb, mbö, mbu, ds, ts)



**Einzigartig in Deutschland:
Bayreuther Juniorprofessur für
Medienmanagement mit
Schwerpunkt auf Sportmedien**

Prof. Dr. Reinhard Kunz ist neuer Inhaber der Juniorprofessur für Medienmanagement.



Mit der in Deutschland einmaligen Juniorprofessur mit besonderem Fokus auf den Bereich der „Sportmedien“ baut die Universität Bayreuth ihren interdisziplinären Medien-, Sport- und Marketing-Schwerpunkt weiter aus.

Gemeinsam mit seiner wissenschaftlichen Mitarbeiterin, Frau Dipl.-SpOec. Lena Karle, wird Professor Kunz zukünftig Lehrveranstaltungen zum Medienmanagement vor allem für Masterstudierende und Doktoranden der Medienkultur und Medienwirtschaft, Betriebswirtschaftslehre und Sportökonomie anbieten. Die Forschungsschwerpunkte der Juniorprofessur für Medienmanagement liegen in den Bereichen des Marketing-Managements von Sportmedien, des Managements von digitalen audiovisuellen Medien, des Mediennutzungsverhaltens von Rezipienten und des Medienmanagements im interdisziplinären Kontext. Es sollen praxisrelevante Phänomene aus

dem Medienbereich, wie zum Beispiel die mediale Vermarktung des Sports im Zusammenhang mit HDTV, dem Internetfernsehen und der mobilen Mediennutzung, aufgegriffen, wissenschaftlich analysiert und theoretisch reflektiert werden.

„Die Universität Bayreuth profiliert sich mit den Themen ‚Medienmanagement und Sportmedien‘ international in einem innovativen Bereich“, so Professor Kunz. „Trotz der großen Praxisrelevanz widmete sich die Wissenschaft bisher noch unzureichend dem Management digitaler Medien und der medialen Sportvermarktung. Dies bietet viel Potenzial für zukünftige Forschungsarbeiten. Neue Erkenntnisse zu Medien können wir heute nur gewinnen, wenn wir die Ideen und Methoden aus verschiedenen Fächern zusammenbringen. Die Universität Bayreuth bietet hierbei eine ideale Plattform und ein hervorragendes Netzwerk zur Zusammenarbeit mit Kolleginnen und Kollegen aus unterschiedlichen Fachbereichen. Ich freue mich sehr über die Möglichkeit, in den kommenden Jahren an der Universität Bayreuth in dem noch jungen Feld des Medienmanagements forschen und lehren zu können,“ sagt Professor Kunz.

Seit mehr als zehn Jahren baut die Universität Bayreuth ihren interdisziplinären Medienschwerpunkt aktiv aus. Mit der Berufung von Prof. Dr. Jürgen E. Müller wurde die Medienwissenschaft an der Universität Bayreuth installiert. Mittlerweile gibt es drei Professuren der Medienwissenschaft. Darüber hinaus befassen sich auch Bayreuther Wissenschaftler der Informatik sowie der Geschichts-, Rechts- und Wirtschaftswissenschaften in ihrer Forschung und Lehre mit den audiovisuellen digitalen Medien. In den Jahren

2009 und 2010 wurden der interdisziplinäre Masterstudiengang und das Promotionsprogramm „Medienkultur und Medienwirtschaft“ an der Universität Bayreuth eingeführt. Diese fakultäts- und fächerübergreifende Kooperation hat Vorbildcharakter - weit über die Universität Bayreuth hinaus.

Die Juniorprofessur für Medienmanagement ist in der Betriebswirtschaftslehre an der Rechts- und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät angesiedelt. Gemeinsam mit Prof. Dr. Claas Christian Germelmann (Lehrstuhl für Marketing) und Prof. Dr. Herbert Woratschek (Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement) vertritt Professor Kunz ab sofort die wirtschaftswissenschaftliche Säule im Masterstudiengang und Promotionsprogramm „Medienkultur und Medienwirtschaft“. Die Forschung und Lehre zum Medienmanagement und Sportmedienmanagement ergänzt zukünftig auch den von den Professoren Germelmann und Woratschek initiierten Schwerpunktbereich „Marketing und Services“ (MuSe). (rk)

Kontakt:

Prof. Dr. Reinhard Kunz
Juniorprofessur für Medienmanagement, insbesondere Sportmedien

Universität Bayreuth
Gebäude B9, Raum 19/20
D-95440 Bayreuth, Germany

Tel.: +49-921-55-2804 & -2818
medienmanagement@uni-bayreuth.de
<http://medienmanagement.uni-bayreuth.de>

20. Konferenz der EASM 2012

Uni Bayreuth erneut erfolgreich im europäischen Sportmanagement

Das Team der Bayreuther Sportökonomie präsentierte auch dieses Jahr wieder eine hervorragende Leistung auf internationaler Bühne. Auf der 20. Konferenz der European Association for Sport Management (EASM) in Aalborg (Dänemark) gewann Juniorprofessor Dr. Reinhard Kunz (Medienmanagement, insbesondere Sportmedien) den diesjährigen „New Researcher Award“. Durch den 1. Platz konnte Reinhard Kunz die renommierte internationale Auszeichnung für Nachwuchswissenschaftler im Bereich Sportmanagement wieder nach Bayreuth holen.

Mit seinem Vortrag und dem gemeinsam mit Prof. Dr. Herbert Woratschek (Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement) verfassten Paper zum Thema „Sport and New Media: What is the Role of Sport in Mobile TV Adoption?“ setzte sich Reinhard Kunz damit in einem dreistufigen Prozess gegen über 40 weitere Kandidaten aus dem europäischen Ausland durch. Der vom Routledge Verlag gesponserte Preis wird seit 2008 jährlich von einem unabhängigen Komitee der Fachzeitschrift *European Sport Management Quarterly* (ESMQ) ausgelobt und im Rahmen der EASM-Konferenzen vergeben. Diese Auszeichnung ist für die Universität Bayreuth besonders erfreulich, da bereits im Vorjahr die ersten beiden Plätze des Awards an die Bayreuther Nachwuchswissenschaftler Dr. Christian Durchholz und Dr. Tim Ströbel (beide Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement) gingen.

Auch die Vorträge der anderen Bayreuther Wissenschaftler stießen wieder auf großes Interesse seitens des internationalen Fachpublikums. Mit Prof. Dr. Herbert Woratschek, Dr. Chris Horbel, Dr. Bastian Popp, Dr. Tim Ströbel und Dr. Christian Durchholz (alle Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement), Prof. Dr. Claas Christian Garmelmann (Lehrstuhl für Marketing) und Prof. Dr. Markus Kurscheidt (Lehrstuhl für Sport Governance und Eventmanagement) waren die Bayreuther Wissenschaftler der Sportökonomie wieder stark auf der Konferenz der EASM vertreten und präsentierten aktuelle Forschungsergebnisse aus ihren jeweiligen Bereichen.

Zum Thema „Value Co-Creation in Sport Management“ leiteten Prof. Dr. Herbert Woratschek, Dr. Chris Horbel und Dr. Bastian Popp dieses Jahr erfolgreich einen Workshop, der von zahlreichen Teilnehmern der internationalen Spitzenforschung im Bereich Sportmanagement und Marketing besucht wurde. Im Jahr 2014 wird zum gleichnamigen Thema eine Sonder-

ausgabe der Fachzeitschrift *ESMQ* erscheinen. Prof. Dr. Herbert Woratschek wurde im Rahmen der EASM General Assembly erneut für eine zweite Periode zum Vizepräsidenten der EASM gewählt.

Für die Bayreuther Wissenschaftler der Sportökonomie ergaben sich im Rahmen der 20. Konferenz der EASM in Aalborg (Dänemark) im Zeitraum vom 18. bis 21. September 2012 zahlreiche Gelegenheiten, sich mit den ca. 500 Teilnehmern aus Forschung und Praxis aus der ganzen Welt auszutauschen, neue Ideen für Forschung und Lehre zu generieren sowie die Reputation der Universität Bayreuth als exzellente Universität im Bereich Sportökonomie weiter zu schärfen. Als prominenter Gastredner aus der Sportpraxis war dieses Jahr Dr. Theo Zwanziger zur Konferenz der EASM eingeladen. Der ehemalige Präsident des DFB ist heute Mitglied des Executive Committee der FIFA. Er referierte zum Thema „Democracy and Transparency: Western Privileges or Global Values?“ (rk)



Prof. Dr. Reinhard Kunz (3. von rechts) bei der Preisvergabe des NRA.

„adidas as the # 1 brand in tennis!“

...so lautete die Vision des Sport Business Consulting Projects

Vom 17. Juni bis 03. Juli führte der Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement der Universität Bayreuth zusammen mit dem College of Business der Ohio University, USA und der Tennis Marketing-Abteilung von adidas das Sport Business Consulting Project „adidas as the # 1 brand in tennis!“ durch.



Ausgangspunkt dieses Projekts war die offizielle Kooperation zwischen der Ohio University und der Universität Bayreuth im Bereich Sportmanagement bzw. Sportökonomie. Die Ohio University gilt als weltweit erste Universität, die im Jahr 1966 einen Studiengang im Bereich Sportmanagement angeboten hat. Unter anderem dadurch, dass die Universität Bayreuth europaweit und insbesondere in Deutschland seit dem Jahr 1985 als Vorreiter in der universitären Ausbildung im Bereich Sportökonomie gilt, initiierten Prof. Dr. Ming Li (Department Chair for Sports Administration Academic Programs, Ohio University) und Prof. Dr. Herbert Woratschek (Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement und Studiengangsmoderator Sportökonomie an der Universität Bayreuth) bereits im Jahr 2010 die strategische Zusammenarbeit beider Universitäten.

Vom 17. Juni bis 03. Juli 2012 erreichte diese Zusammenarbeit einen vorläufigen Höhepunkt, indem 10 Studierende im Bereich Sportmanagement der Ohio University und 13 Studierende der Sportökonomie der Universität Bayreuth im Rahmen eines Sport Business Consulting Projects zusammen arbeiteten. Thematisch konzentrierte sich dieses Projekt auf praxisnahe Fragestellungen zum Sportmarketing. Hierzu gelang es den beiden Projektkoordinatoren Prof. Dr. David Ridpath (Department of Sports Administration, Ohio University) und Dr. Tim Ströbel (Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement, Universität Bayreuth) mit adidas einen der weltweit führenden Sportartikelhersteller für die Mitarbeit in diesem Projekt zu gewinnen.

Zu Beginn erhielten die Studierenden in einem Kick-Off-Meeting im adidas-Hauptquartier in Herzogenaurach neben einem allgemeinen Einblick in die Unternehmensstrukturen ein ausführliches Briefing zu den Fragestellungen, die die Marketingmanager im Rahmen des weltweiten Tennis-Engagements von adidas derzeit bewegen. Daraus wurden gezielt Aufgaben abgeleitet, die die Studierenden bis Anfang Juli in in-

ternational gemischten Gruppen bearbeiteten. Nach einem Zwischenmeeting an der Universität Bayreuth, in dem die Studierenden den Status Quo ihres Projekts darstellten und offene Fragen klären konnten, erfolgten am 03. Juli schließlich die Abschlusspräsentationen der Gruppen an der Universität Bayreuth vor Unternehmensvertretern von adidas und den beiden Dozenten aus Ohio und Bayreuth.

Trotz der intensiven Arbeit an den einzelnen Projektaufgaben blieb für die Teilnehmer noch genügend Zeit, neben dem Campus der Universität Bayreuth auch die Geschichte und die schönsten Plätze der Stadt kennenzulernen. So konnten alle Teilnehmer bspw. in einer Stadtführung mehr über die Historie und die kulturelle Bedeutung Bayreuths erfahren. Darüber hinaus vermittelten eine Brauereimuseumsführung und der Genuss der lokalen Küche bleibende Eindrücke der oberfränkischen Kultur. Aufgrund der äußerst positiven Rückmeldungen sowohl von Seiten der Studierenden als auch von Seiten der Unternehmensvertreter von adidas sind die Wiederholung des Sport Business Consulting Projects für 2013 sowie da-

rauf aufbauende Formen der Zusammenarbeit zwischen dem Department for Sports Administration der Ohio University und dem Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement der Universität Bayreuth bereits fest eingeplant. (ts)



Teilnehmer des Sport Business Consulting Projects während einer Führung durch die adidas-Zentrale in Herzogenaurach.

4th EASM Summer School 2013

LEAD, DON'T FOLLOW!
Make your own experiences
during 4th EASM Summer School
2013 at the University of Bayreuth

In the tradition of its international student seminars and three EASM Summer Schools, the EASM Board and the University of Bayreuth continue its cooperation with the 4th EASM Summer School (17th – 21st May 2013) in order to offer a strong and differentiated service for future sport management professionals.

The EASM School is a great opportunity for students to enrich their degree with new insights in the field of International Sport Marketing. Participants have the chance to build up their own

international network within the sport business and to make new friends from all over Europe.

Facts & Figures:

- Time: 17th – 21st May 2013.
- Place: Campus / Sport Institute of the University of Bayreuth, Germany.
- Content: Focus will be on International Sport Marketing. Knowledge in this field is essential to all sport managers of non-profit and for-profit sport organizations.
- Learning objectives: Getting new insights and expertise in the field of International Sport Marketing. Furthermore, students will be able to apply professional marketing tools in their sport organizations.

For further information please contact:

University of Bayreuth /
Campus-Akademie

Stefan Tselegidis
Universitätsstr. 30
95447 Bayreuth
Germany

stefan.tselegidis@uni-bayreuth.de
Phone: +49-921-557277
Fax: +49-921-557333

The flyer features the EASM logo at the top left, with the text 'EASM Summer School - Sport Marketing from an International Perspective'. Below this is a collage of photos showing students in various settings, including a classroom and a meeting. The Adidas logo is visible in the bottom left of the collage. The main headline reads 'EASM Summer School Let's meet in Bayreuth from 17th - 21st May, 2013 (Pentecost)'. Below the headline are three key points: 'WHO? Bachelor & Master students in Sports Management from all around Europe!', 'WHAT? Sports Marketing at its best!', and 'WHY? Take your next steps to become a leader in Sports Management and receive transferable ECTS!'. The slogan 'LEAD, DON'T FOLLOW! - Make your own experiences -' is prominently displayed. The website 'www.easm.net' is listed at the bottom. Logos for 'UNIVERSITÄT BAYREUTH', 'SMAB SPORT MANAGEMENT ACADEMY BAYREUTH', and 'CAMPUS AKADEMIE' are also present.

Sportökonomie Uni Bayreuth e.V. | Universität Bayreuth | Institut für Sportwissenschaft | 95440 Bayreuth
Vereinsregistereintrag: Amtsgericht Bayreuth: Nr. 1393



Impressum:
Verein "Sportökonomie Uni
Bayreuth e.V."
Universitätsstraße 30
95440 Bayreuth
www.sportoekonomie.net

Redaktion:
Dr. Tim Ströbel (ts)

Layout: M&W Erik Limmer,
www.mweging.de

Unter Mitarbeit von:
Tillman Baer (tb)
Markus Böhm (mbö)
Michael Bofinger (mb)
Markus Buser (mbu)
Felix Heil (fh)

Prof. Dr. Reinhard Kunz (rk)
Prof. Dr. Markus Kurscheidt (mk)
Dominik Schapfl (ds)
Dr. Maximilian Schreyer (ms)
Robert Zitzmann (rz)