

# blickpunkt sportmanagement

News Oktober 2010



Bild des Quartals: Erstsemester Einführungstage 2010 am Campus Salzgitter

## Kommentar: Der Bedenkenträger – eine Spezies des Eventmanagements

Es fing alles wunderbar an: Eine tolle Idee für ein einzigartiges Event, eine engagierte Gruppe von Mitarbeitern und ein paar Experten, die die Idee für richtig gut hielten. Und es gab viel zu ernten. Gewinn in jeder Währung: als Image und als Devisen sowohl für den Veranstalter als auch für die Kommune. Also der Traum eines jeden Eventunternehmers.

„Unternehmer“ kommt ja von „unternehmen“. „Ich will keine Probleme, ich will Lösungen“. Das ist das Mantra des engagierten, erfolgsorientierten Eventunternehmers. Und dann gibt es die großen Meetings, bei denen alle an einem Tisch sitzen: Veranstalter, Ordnungsamt, Bauaufsicht, Gewerbeaufsichtsamt, ÖPNV, Stadtmarketing, Amt für Öffentlichkeitsarbeit usw. Dazu noch: Polizei, Feuerwehr, Rettungsdienst, Sicherheitsdienst.

Da taucht er dann auf: der Bedenkenträger. Mal ist er bei der Polizei, mal bei der Feuerwehr oder dem Rettungsdienst angesiedelt, oft auch in der Verwaltung einer Kommune. Häufig wird ihm vom

Bedenkenteiler assistiert (im Versammlungsprotokoll später nachzulesen). Er ist ausgestattet mit einer präzisen Kenntnis von Paragraphen, außerdem zeichnet ihn eine ausschweifende negative Phantasie aus. Aus dem Handgelenk kann er ein Szenario aufzeigen, dass jedes Event zum Horroreignis werden lässt. Das ist zu viel für die „Macher“. Da sind Zweifel angebracht, ob die Veranstaltung überhaupt gewollt ist. Da muss in anspruchsvolleren Meetings Goethes „Geist, der stets verneint“ erhalten (die häufiger vorkommenden Abstufungen nach unten sind unbegrenzt).

Das ist das oft anzutreffende Klima, in dem Maßnahmen wie Risikoanalyse und Krisenmanagement gedeihen sollen. Wie schnell werden dann Einschränkungen akzeptiert und Kompromisse geschlossen zu Lasten der Sicherheit? Wie stur, wie selbstvergessen und häufig einsam muss ein solcher Bedenkenträger seine Arbeit erleben? Vor allem, weil ihm dank seiner Sturheit und Kompromisslosigkeit in der Regel das makabere

### Inhalt:

Kommentar: Der Bedenkenträger - eine Spezies des Eventmanagements	1
Risikoanalyse und Krisenmanagement - der Faktor „Mensch“	2
blickpunkt sportmanagement in neuem Glanz	4
Schneller, höher, weiter!	5
Interview mit Dr. Ariane Bagusat	6
News vom Campus Calbecht	6
SPO-MAN.news	6

### Buch des Quartals:

#### Sportvermarktung in Krisenzeiten



P. Rohlmann  
244 Seiten  
Preis: 29,95 €  
Verlag: Erich Schmidt, 2010  
Sprache: Deutsch  
ISBN 978-3-503-12622-4

Die Folgen von Konjunkturkrisen können für Vereine und Verbände gravierend sein, von rückläufigen Werbeeinnahmen bis zur Zahlungsunfähigkeit. Wie können Sie diesen Auswirkungen trotzen? P. Rohlmann gibt Antworten und Einblicke in erfolgreiche Vermarktungsstrategien aus der Praxis: Sie lernen die Kennzahlen für finanzielle Risiken kennen und erfahren, wie konjunkturabhängig verschiedene Vermarktungsfelder sind.

Erfolgserlebnis von Toten und Verletzten vorenthalten wird.

Prof. Dr. Norbert Müller

## Risikoanalyse und Krisenmanagement – der Faktor „Mensch“

Für die Planung eines Events gibt es in Deutschland vielfältige, gut durchdachte und mit viel Erfahrung erstellte Hilfsmöglichkeiten.

Da ist zunächst die „Versammlungsstättenverordnung“. Sie ist eine bundesländerspezifische Verordnung. Die Unterschiede zwischen den Versammlungsstättenverordnungen der einzelnen Bundesländer sind allerdings sehr gering. Hier sind alle Sicherheitsvorschriften für die Durchführung fast aller denkbaren Formen von Events in fast allen denkbaren Locations zusammengefasst. Wenn diese Vorschriften eingehalten werden und nicht „geschmeidig“ interpretiert werden, dann ist dem Problem der Sicherheit weitgehend Genüge getan.

Ein Risiko für ein Event besteht aber nicht nur im Bezug auf die Sicherheit, sondern auch in Bezug auf mögliche zukünftige Probleme in allen Arbeitsfeldern einer Eventplanung. Hier kommen dann die Risikoanalyse und das Krisenmanagement ins Spiel. Auch zu diesen Themen gibt es vielfältige Hilfestellungen in der entsprechenden Literatur (vgl. u.a. Wadsack, R., Cherkeh, R., von Büdingen, C., Hamel, R. (2006): Blickpunkt Sportmanagement Band 1, Krisenmanagement in Sportbetrieben, Frankfurt a. M.).

Eigentlich sind also die Eventmanager bestens gerüstet und doch entstehen in der Praxis des Eventmanagements immer wieder gravierende Probleme. Die Katastrophe von Duisburg stellt hier nur die Spitze des Eisbergs dar. Angefangen von der Produktpäsentation eines großen Unternehmens über unzählige Festivals bis zu Sportveranstaltungen entstehen immer wieder unvorhergesehene Situationen, die entweder den Erfolg des Events schmälern oder nur kurzfristig mit hohem finanziellen Aufwand „repariert“ werden können. Durch die konsequente Durchführung einer Risikoanalyse und die Installierung eines Krisenmanagements wären solche Vor-

kommnisse zu verhindern, mindestens aber auf ein absolutes Minimum zu reduzieren.

Wenn also trotz vorhandener Vorschriften und theoretischer Hilfestellungen immer noch zu beobachten ist, dass diese Hilfsmittel nicht oder nicht konsequent genug genutzt werden, dann muss eine andere Fehlerquelle da sein. Die liegt nach den Erfahrungen des Verfassers vor allem in der Fehlerquelle Mensch. Deswegen soll in diesem Beitrag auch nicht die theoretische Darstellung von Risikoanalyse und Krisenmanagement oder ein methodologisches Vorgehen im Vordergrund stehen, sondern die menschliche Problematik ihrer Handhabung im konkreten Eventplanungsprozess.

Im Managementprozess eines Events spielen die Risikoanalyse und das Krisenmanagement eine zwiespältige Rolle. Natürlich hält jeder beides für wichtig, natürlich muss jedes Event so ablaufen wie geplant und es darf in keinem Fall etwas unvorhergesehenes Negatives passieren.

Der konkrete Umsetzungsprozess ist aber häufig mit vielen offenen oder unterschweligen Widerständen bei den handelnden Personen verbunden, weil immer im Hinterkopf mitschwingt, dass die ganze Arbeit letztlich vergeblich ist, weil in der Regel doch nichts passiert.

Was muss denn umgesetzt werden? Zunächst muss herausgefunden werden was passieren kann und wo etwas passieren kann. „Passieren“ heißt hier: Welcher unerwartete Verlauf des Events kann eintreten und wo kann er eintreten. Das müssen nicht unbedingt nur negative Verläufe sein. Auch ein unerwartet hoher Zuschauerandrang oder eine besonders große Begeisterung der Teilnehmer stellen einen unerwarteten Verlauf dar, auf den das Ma-

agement reagieren muss. Es muss also im Vorfeld des Events jedes einzelne Arbeitsfeld nach möglichen unerwarteten Verläufen – nach Risiken – befragt werden. Das ist ein kleinschrittiger, mühsamer Prozess, der sehr zeitaufwändig ist und unter dem in der Regel bestehenden Zeitdruck häufig als unnötige zusätzliche Belastung empfunden wird. Hier sind hohe Disziplin, große Ehrlichkeit, kritische Fantasie und die Erfahrung aller Beteiligten gefordert. Die Identifikation von möglichen Risiken ruft vor allem bei jüngeren, z. T. noch unerfahrenen aber grundsätzlich optimistisch eingestellten Mitarbeitern eine große Unsicherheit und in Folge davon große Widerstände hervor.

Schließlich hat man mit viel Mühe alles sorgfältig geplant und muss sich dann bewusst machen, welche vielfältigen Unwägbarkeiten in Planung und Durchführung noch vorhanden sein können. „Erst wenn ich ins Tal schaue, realisiere ich wie tief ich fallen kann“. Also lieber den Blick nach vorne oder nach oben richten. Genau diese Haltung darf bei den Mitarbeitern aber auch bei den Führungspersonen nicht entstehen. Vom ersten Planungsschritt an, muss ein Bewusstsein für den Eintritt einer unerwarteten, nicht geplanten Entwicklung vorhanden sein bzw. entwickelt werden. Die möglichen Unsicherheitsfaktoren sind in jeder Arbeitsphase als integrativer Teil der Arbeitsbedingungen anzuerkennen und anzunehmen. Die Identifikation von Risiken ist keine Zusatzaufgabe am Schluss des Planungsprozesses, sondern eine ständig mitlaufende Aufgabe. Dabei ist keine Vermutung zu abstrahieren und kein Szenario zu unwahrscheinlich, denn: nach der erfolgten Sammlung aller irgendwie denkbaren Vorkommnisse wird die Wahrscheinlichkeit ihres Auftre-

(Fortsetzung auf Seite 3)

(Fortsetzung von Seite 2)

tens bewertet. Hier ist wieder eine hohe Selbstdisziplin der Beteiligten gefordert, weil man an dieser Stelle alle Bedenken wieder vom Tisch wischen kann. Die Neigung spätestens hier wieder zu einer trügerischen Sicherheit zu kommen, ist verständlich. Die Sicherheit ist aber letztlich nur zurück zu gewinnen, indem sehr sorgfältig ein Szenario entwickelt wird, wie mit einer eingetretenen unerwarteten Entwicklung um zu gehen ist. Hier muss für jede gedachte Situation eine entsprechende konkret durchgeplante Verhaltensweise entwickelt werden. Unerfahrenen Mitarbeitern wird dadurch deutlich mehr Sicherheit vermittelt und es entsteht wiederum eine größere Bereitschaft, mögliche Risiken zu benennen.

Zum Schluss erfolgt eine weitere Gewichtung: Welche Auswirkungen kann der unerwartete Verlauf auf den Ablauf des gesamten Events haben? Die Bewertungspalette reicht dabei von: Gefährdung der Gesamtveranstaltung über die Gefährdung einzelner Personen oder Programmpunkte bis zur unerheblichen Beeinträchtigung. Wenn auch hier Disziplin, kritische Phantasie und Ehrlichkeit die Entscheidungen bestimmen, dann ist das Event noch nicht frei von allen Problemen. Das gelingt nie und sollte auch nie angenommen werden, denn nicht alles Denkbare wird auch gedacht, d. h.

die Beteiligten müssen immer auch wachsam sein, um auf nicht im Vorhinein identifizierte Probleme reagieren zu können. Die Wahrscheinlichkeit eines positiven Eventverlaufs ist aber deutlich gestiegen.

Was bedeuten die o. g. Ausführungen nun für die Planung von Fachtagung und Firmenkontaktmesse? Der theoretische Rahmen zu der Thematik Risikoanalyse und Krisenmanagement wurde im 3. Semester ausführlich besprochen. Jetzt gilt es also, das vorhandene Wissen trotz der verständlichen menschlichen Widerstände um zu setzen. Das bedeutet, dass die Arbeitsgruppen, die Probleme sehen und benennen, nicht als Bremser

verstanden werden, sondern als Mitarbeiter, die ihren Arbeitsauftrag in allen seinen Anforderungen verstanden haben und ernst nehmen.

Ich freue mich also schon jetzt auf die Ergebnisse der langen Sitzungen, in denen alle ihre Disziplin, kritische Phantasie und Ehrlichkeit bei der Risikoanalyse und dem zu entwickelnden Krisenmanagement demonstrieren und damit die Wahrscheinlichkeit (nicht die Sicherheit) einer gelungenen Fachtagung und Firmenkontaktmesse deutlich erhöhen.

*Prof. Dr. Norbert Müller*



*Abb. Fachtagung 2009  
Auch 2010 soll möglichst vielen Studierenden eine kostenfreie Teilnahme ermöglicht werden.*

#### Impressum

Herausgeber: Studiengang Sportmanagement  
 Redaktion: Prof. Dr. R. Wadsack,  
 Dipl. Des., Dipl. Kffr. G. Wach  
 Layout: G. Wach

Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften  
 Fakultät Verkehr, Sport, Tourismus, Medien  
 Karl- Scharfenberg- Str. 55  
 38229 Salzgitter  
 Tel: 05341-875-52290  
 E-Mail: sportmanagement-info@ostfalia.de

Der Grundsatz „von Studierenden für Studierende“, nach dem schon seit der ersten Fachtagung im Jahr 2001 gehandelt wurde, bleibt ein wichtiges Merkmal von blickpunkt sportmanagement und bietet allen interessierten Studierenden die Möglichkeit kostenfrei an der Fachtagung und der Firmenkontaktmesse teilzunehmen. Auch in diesem Jahr obliegt die Organisation, Planung und Durchfüh-

rung der Veranstaltungsreihe den Studierenden des fünften Semesters Sportmanagement und wird von Seiten der Hochschule durch Prof. Dr. Norbert Müller, Dr. Ariane Bagusat und Charlotte Witzlau begleitet.

Weitere Informationen unter [www.ostfalia.de/blickpunkt-sportmanagement](http://www.ostfalia.de/blickpunkt-sportmanagement) sowie bei Twitter und Facebook.



## blickpunkt sportmanagement in neuem Glanz

Die zehnte Auflage der an der Ostfalia bereits erfolgreich etablierten Fachtagung des Studienganges Sportmanagement präsentiert sich in diesem Jahr in völlig neuer Form. Im Jahr 2001 fand die erste Fachtagung unter dem Titel „Management von Profiligen“ statt, es folgten vielfältige Themen wie z. B. 2005 „TV macht Sport“ oder 2009 „Spannungsfeld Sport: Tradition vs. Kommerz“.

Nachdem in den bisherigen Veranstaltungen Themen rund um den Sport kontrovers diskutiert und renommierte Referenten wie u. a. Dr. Thomas Bach, Dieter Hoeneß oder Dr. Richard von Weizsäcker begrüßt wurden, wird das Jubiläum genutzt, um einen weiteren Schritt nach vorne zu machen. Durch die Zusammenfassung von internationaler Exkursion, Firmenkontaktmesse und Fachtagung zu einer Veranstaltungsreihe unter einem gemeinsamen Dachthema bietet sich erstmals die Möglichkeit das Thema durch drei verschiedene Herangehensweisen zu betrachten.



Abb. Olympia - auch kritisch betrachtet.

Zeitgleich bringt die neue Konstellation mit drei Veranstaltungen auch einige neue Herausforderungen mit sich. Zum einen muss die Zusammenarbeit von insgesamt 61 Personen koordiniert werden und eine Abstimmung hinsichtlich sich überschneidender Themengebiete wie Sponsoring oder PR erfolgen. Zum anderen gleichen sich zwar Fachtagung und Firmenkontaktmesse hinsichtlich ihres Veranstaltungscharakters, die internationale Exkursion jedoch hat

andere Voraussetzungen, Herausforderungen und Zielsetzungen. Diese Hürde gilt es zu überwinden und ein gemeinsames Dach für die drei Teilveranstaltungen zu schaffen.

Mit dem Titel „Play the games – Brennpunkt Olympia“ steht das Thema für dieses Jahr fest und soll die Kontroverse der Spiele zur Diskussion stellen. Die Nachhaltigkeit von Sportstätten, Umwelt und Infrastruktur sowie die Rolle der Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft im Hintergrund geben hier den Anreiz hinterfragt und diskutiert zu werden.

Das 17-köpfige Team der internationalen Exkursion reist dazu in der Woche vom 17.- 24. Oktober 2010 nach London, der Ausrichterstadt der Olympischen Spiele 2012. Vor Ort sollen u. a. wichtige praktische Erfahrungen gesammelt und internationale Kontakte geknüpft werden. Ferner hat das Team der internationalen Exkursion den Anspruch im Vorfeld wissenschaftliche Fragestellungen herauszuarbeiten, um diese dann vor Ort mit Hilfe von Experten zu beantworten.

Bisher feststehende Programmpunkte sind u. a. ein Treffen mit Julian Cheyne, einem Gegner der Olympischen Spiele, dessen Wohnbezirk im Zuge der Baumaßnahmen abgerissen wurde und der außerdem Mitglied von Games Monitor ist, einer Plattform, die Personen vernetzt, die das Bewusstsein für die Probleme, die die Spiele in London mit sich bringen, steigern wollen. Des Weiteren ist ein Besuch bei der Olympic Delivery Authority (ODA) geplant, die hauptverantwortlich für die Entwicklung und den Bau der Wettkampfstätten und der Infrastruktur der Spiele 2012 in London ist. Hauptaugenmerk liegt dabei insbesondere auf dem Herzstück der kommenden Olympischen Spiele - dem Olympia Park.

Am 29. November 2010 werden im Rahmen der Fachtagung relevante Aspekte des Themas „Play the games?! – Brennpunkt Olyp-

mia“ durch Referenten mit direktem Bezug zur Thematik in Vorträgen und Diskussionsrunden behandelt. Geplant ist u. a. das Bewerbungsverfahren am Beispiel der Münchner Bewerbung für die Olympischen Winterspiele 2018 anhand von Chancen, Risiken, Finanzierungsaspekten und der Frage der Nachhaltigkeit zu beleuchten. Außerdem soll der Fokus auf die kontrovers diskutierte Jugendolympiade und die Außenseiterrolle der Paralympics gelegt werden. Zugesagt haben bisher u. a. Prof. Dr. Helmut Digel, Council-Mitglied des Internationalen Leichtathletikverbands (IAAF), IAAF-Vizepräsident für „Marketing und Television“ und Ehrenmitglied des Nationalen Olympischen Komitees für Deutschland, Dr. Karl Quade, stellvertretender Direktor und Leiter der Abteilung "Forschung und Entwicklung" im Bundesinstitut für Sportwissenschaft und Vizepräsident des Leistungssports im Deutschen Behindertensportverband sowie Dieter Janecek, Bayerischer Landesvorsitzender Bündnis 90/Die Grünen.

Ergänzt wird das Programm durch einen Beitrag der internationalen Exkursion und die alljährliche Verleihung des Spo-Man Awards, bei der herausragende Diplom- bzw. Bachelorarbeiten prämiert werden. Nach den Vorträgen der Fachtagung bietet die Firmenkontaktmesse – Jobs im Sport am 30. November 2010 zum zweiten Mal sowohl Studierenden als auch Ausstellern die Möglichkeit, in lockerer Atmosphäre Kontakte zu knüpfen. Firmen können die Plattform nutzen, sich den Mitarbeitern von morgen zu präsentieren und erste Gespräche über Praktika, anstehende Bachelorarbeiten oder den direkten Berufseinstieg zu führen. Dem Organisationsteam ist es bereits gelungen u. a. Sport-Thieme, die Ruder-Event GmbH & Co. KG, die Techniker Krankenkasse, den Stadtsportbund Hannover e.V. sowie die insignis GmbH als Aussteller zu gewinnen.

*Sarah Herrmann,  
Studentin 5. Semester SPM*

## Schneller, höher, weiter!

Dies ist das über Generationen unumstrittene Motto der Olympischen Spiele, die in diesen Tagen heiß diskutiert werden. Doch dieses Motto scheint nicht nur für die Höchstleistungen der Olympioniken und Spitzensportler zu stehen.

Auch die Manager der europäischen „Big Five“ haben diese Disziplin für sich entdeckt und treiben es auf die Spitze, indem sie beispielsweise erstmals die Ausgabenschwelle für Löhne und Gehälter von 5 Mrd. EUR überschreiten.

Doch schaffen es die Manager die Balance zwischen Einnahmen und Ausgaben zu halten und somit die

# Deloitte.

Idee des Financial Fair Play zu unterstützen? Die Deloitte Sport Business Gruppe um Stefan Ludwig hat hier genauer hingeschaut und die Ergebnisse in der Studie Annual Review of Football Finance 2010 veröffentlicht. Hier die Ergebnisse in der Zusammenfassung:

Das Gesamtvolumen des europäischen Fußballmarktes in 2008/09 beträgt 15,7 Mrd. Euro (+8% im Vergleich zur Saison 2007/08).

den (10%). 13 der 16 Mannschaften der europäischen Top-Ligen spielten im Achtelfinale der UEFA Champions League.

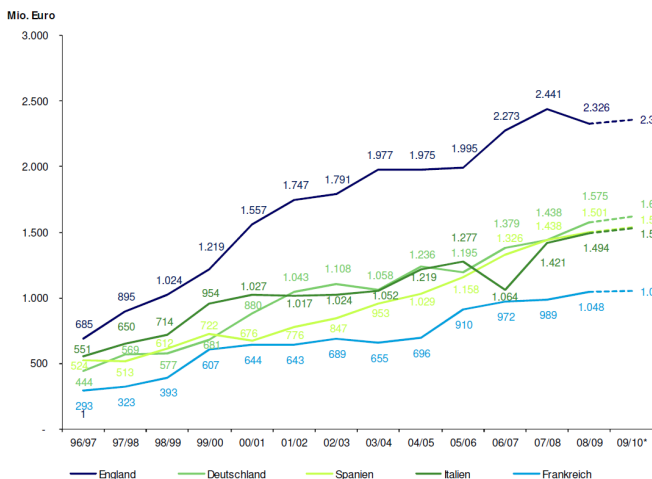
Mit über 2,3 Mrd. Euro in 2008/09 untermauert die englische Premier League ihre Spitzenposition als umsatzstärkste Liga der Welt und erzielt in britischen Pfund auch ein weiteres Wachstum von 3% (£ 49 Mio.). Nach Umrechnung in Euro muss die Premier League jedoch im Vergleich zum Vorjahr einen Umsatzrückgang von 115 Mio. Euro aufgrund der Abwertung des Pfunds gegenüber dem Euro hinnehmen. Die deutsche Bundesliga stärkt ihre Position mit dem höchsten absoluten (137 Mio. Euro) und relativen (10%) Umsatzwachstum. Mit einem Gesamtumsatz von fast 1,6 Mrd. Euro reduziert sie ihren Rückstand um 252 Mio. Euro auf die englische Premier League. Die spanische Primera Division rangiert mit knapp über 1,5 Mrd. Euro (+4%) auf dem dritten Platz, dicht gefolgt von der italienischen Serie A mit knapp unter 1,5 Mrd. Euro (+5%). Die französische Ligue 1 durchbricht zwar die Schallmauer von 1 Mrd. Euro Gesamtumsatz (+6%), bleibt aber weiterhin das Schlusslicht der „Big Five“-Ligen.

Die Lohn- und Gehaltskosten in den „Big Five“-Ligen stiegen um 305 Mio. Euro (+6%) und überschritten in der Saison 2008/09 zum ersten Mal die Schwelle von 5 Mrd. Euro. Zwar gaben die Premier League-Clubs mit fast 1,6 Mrd. Euro den höchsten Betrag für ihre Spieler aus, jedoch verzeichnete die Serie A mit 121 Mio. Euro (+12%) auf knapp 1,1 Mrd. Euro den stärksten Anstieg, gefolgt von der Bundesliga mit einem Anstieg von 78 Mio. Euro (+11%) auf 803 Mio. Euro. In der Primera Division, der Premier League und der Ligue 1 fiel der Anstieg moderater aus und lag zwischen 4% und 3%. Die Bundesliga ist nach der Saison 2006/07 zum zweiten Mal die profitabelste Liga in Europa mit einem positiven Betriebsergebnis i.H.v. 172 Mio. Euro. Lediglich die Premier League konnte ebenfalls ein positives Betriebsergebnis (93 Mio. Euro) erwirtschaften, musste im Vergleich zum Vorjahr aber einen Rückgang in Höhe von 141 Mio. Euro hinnehmen. Die Bundesliga weist mit 10,9% eine deutlich bessere Umsatzrendite als die Premier League (4%) auf. Im Vergleich zu den operativen Verlusten von Ligue 1 (-64 Mio. Euro) und Serie A (-116 Mio. Euro) untermauern Bundesliga und Premier League ihre wirtschaftliche Ausnahmestellung.

Während die „Big Five“-Ligen mit Blick auf ihre jeweilige Umsatzentwicklung eine bemerkenswerte Widerstandsfähigkeit gegen das allgemeine wirtschaftliche Klima zeigten, verschlechterte sich das Verhältnis zwischen den Erlösen und Aufwendungen. Mit Fokus auf das von der UEFA beschlossene Financial Fairplay müssen die Clubs anfangen, ein nachhaltiges Gleichgewicht zwischen Umsatz und Aufwand herzustellen.

Studierende können die vollständige Studie im Internet unter [www.deloitte.co.uk/RegistrationForms/SBG\\_ARFF\\_s.cfm](http://www.deloitte.co.uk/RegistrationForms/SBG_ARFF_s.cfm) für £ 60 anfordern.

Charlotte Witzlau



\*Deloitte Prognose

Abb.: Umsatzwachstum in den europäischen „Big Five“-Ligen

Die europäischen „Big Five“-Ligen Premier League (GB), Bundesliga (GER), Primera Division (E), Serie A (I) und Ligue 1 (F) generierten mit 7,9 Mrd. Euro mehr als die Hälfte des Gesamtumsatzes (51%). Dieser ergibt sich neben den Big Five aus den Nicht Big Five Clubs (12%) und den Verbän-

den Zuschauerboom in deutschen Stadien jetzt seit sieben Spielzeiten ungebrochen an und liegt deutlich über dem durchschnittlichen Zuschauerschnitt der anderen vier „Big Five“-Ligen mit 26.250 Zuschauern.



## Drei Fragen an ...

**Ariane Bagusat,**



### Verwaltung der Professur für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre insbesondere Kommunikationsmanagement im Sport

an der Fakultät Verkehr-Sport-Tourismus-Medien seit September 2010

#### Wie sind Sie zum Studiengang Sportmanagement in Salzgitter gekommen?

Im Wintersemester 2008/09 habe ich zum ersten Mal einen Lehrauftrag mit der Betreuung der Fachtagung Blickpunkt Sportmanagement übernommen und war begeistert, wie professionell und engagiert die Sportmanagement-Studierenden an die Organisation und Realisierung der 8. Fachtagung blickpunkt-sportmanagement herangingen. Es folgten in den darauffolgenden Semestern weitere, immer umfangreichere Lehraufträge und als Prof. Dr. Riedmüller im Sommersemester die Ostfalia verließ, wurde ich gefragt, ob ich die Vertretung seiner Professur übernehmen wolle, worüber ich mich natürlich sehr gefreut habe.

#### Was ist Ihr fachlicher Hintergrund?

Meine Schwerpunkte liegen in den Gebieten Marketing, Marktforschung, Sponsoring & Eventmarketing sowie Kundenbindungsmanagement. Im Rahmen meiner zwölfjährigen, freiberuflichen Tätigkeit als Marketingberaterin und Marktforscherin habe ich sowohl nationale als auch internationale

Projekte für Unternehmen unterschiedlichster Branchen durchgeführt. Erfahrungen in der Lehre habe ich als Dozentin an Universitäten und Fachhochschulen, wie der H:G, Hochschule für Gesundheit & Sport in Berlin oder der Fakultät für Sportwissenschaften an der Technischen Universität München gesammelt.

#### Welche Themenschwerpunkte liegen Ihnen besonders am Herzen?

Mir liegt vor allem daran, zu einer qualitativ hochwertigen, fundierten Ausbildung beizutragen, bei der wissenschaftliche Ansätze mit praktischer Anwendung verknüpft werden. Projekte in Form von Fachtagungen, Firmenkontaktmessen, Exkursionen oder spezifischen Aufgabenstellungen von Praxispartnern bieten die Möglichkeit das erlernte Wissen einem ersten „Praxis-Check“ zu unterziehen und weitreichende praktische Erfahrungen zu sammeln.

#### PersonenDaten

Dr. Ariane Bagusat  
Raum B.10G.01      Telefon +49 5341/ 875-52080  
a.bagusat@ostfalia.de      Telefax +49 5341/ 875-52082

#### News vom Campus Calbecht

**Vereinsmagerausbildung** an der Ostfalia. Vom 13. bis 17. September absolvierten 16 Sportmanagementstudierende unter Leitung von Prof. Dr. Ronald Wadsack und Manfred Seifert vom LSB Niedersachsen eine freiwillige Ausbildung als Vereinsmanager. Die angehenden Sportmanagerinnen und -manager erhielten einen Einblick in spezifische Bereiche des organisierten Sports mit besonderem Bezug auf eine Führungsposition in einem Sportverein. Dieser Lehrgang, für den die Teilnehmer eine Vereinsmanager-Lizenz erhalten, wurde zum zweiten Mal in Kooperation mit dem LSB Niedersachsen angeboten.

**Masterstudiengang** „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ ist im WS 10/11 gestartet. Die Studierenden kommen aus den Studiengängen Sport-, Tourismus- sowie Stadt- und Regionalmanagement.

Am 7. und 8. Oktober findet erstmals ein zweitägiges **Intercultural Competencies Seminar** statt. Das Seminar wird von einem sehr gefragten Dozenten aus dem Bereich Interkulturelle Kompetenz von der Hanze University Groningen geleitet. Er wird ein englischsprachiges, sehr interaktives Seminarformat anbieten, das bei Erfolg ggf. permanent am Campus durchgeführt werden soll.



### Prämiert die beste Diplom- bzw. Bachelorarbeit 2010

Nach drei Monaten bleiben nur zwei Zahlen mit einem Komma in der Mitte. SPO-MAN ist sich sicher, dass Du mehr verdient hast. Die ersten Arbeiten sind bereits eingegangen, um sich unserer Jury zu stellen. Bewirb auch Du Dich, denn abgesehen von Ruhm und Ehre warten attraktive Geldpreise sowie die offizielle Award-Übergabe im Rahmen der diesjährigen Fachtagung auf Dich.

Mehr Informationen rund um den Award, die Jury und die Preise findest du  
wie gewohnt auf [www.spo-man.net...](http://www.spo-man.net...)