

## blickpunkt sportmanagement

News Oktober 2014



Bild des Quartals: Super Stimmung bei der „Night of the Profs“ (mehr unter News vom Campus)

### Kommentar: Ene, mene, miste – und raus bist DU!!!

Wenn Kinder ihre Abzählreime zelebrieren, dann muss das Kind, das es trifft, sich deutlich außerhalb der anderen stellen. Da wird klar gemacht, wer jetzt „raus“ ist. Das ist für die Kinder fast nie ein Problem. Man hat sich auf den Abzählvers geeinigt und dann trifft es mal den / die eine(n) oder andere(n).

Diesen Mut oder besser diese Offenheit gibt es in der Politik und hier insbesondere in der Sportpolitik nicht. Da wird natürlich raus gezählt / raus geworfen. Aber die Betroffenen sollten es möglichst nicht merken. Raus geworfen werden im Moment mal wieder alle die, die den Sport und seine großen Ereignisse lieben. Und zwar von den gerade aus den Erfahrungen der letzten Jahre „besonders“ klug gewordenen Sportpolitikern. (Diese besondere Spezies sollten wir, die wir uns in Vergangenheit, Gegenwart oder Zukunft im Arbeitsfeld des Sportmanagements getummelt haben, tummeln oder es tun werden, besonders

in den Blick nehmen).

Worum geht es? Bis Dezember will der DOSB beschließen ob sich Hamburg oder Berlin um die Ausrichtung der Olympischen Sommerspiele 2024 bewerben können. Da lacht doch das Herz einer(s) jeden Sportmanagerin(s). Ein sportliches Großereignis mal wieder in Deutschland, das wäre doch mal wieder was. Besonders da das „Sommermärchen“ so langsam Einzug in die Sammlung der Gebrüder Grimm hält. Wir vergessen also die mit größter Peinlichkeit gescheiterte Bewerbung von Berlin für die Spiele 2000, wir vergessen, dass Hamburg für die Spiele 2012 schon im nationalen Bereich an Leipzig scheiterte. Wir lassen einfach mal unter den Tisch fallen, dass München mit einer Bewerbung für die Winterspiele 2018 scheiterte und für die Spiele 2022 von einer deutlichen Bürgermehrheit zurückgepfiffen wurde. In München, das waren doch Winter!!!!!!spiele.

Fortsetzung auf Seite 3

### Inhalt:

Kommentar: Ene, mene, miste - und raus bist Du!!!	1
Blickpunkt Sportmanagement beleuchtet Führungsstrukturen im Sport	2
Trendsportarten und deren Tourismus in der Türkei am Beispiel Klettern und Snowboarden	4
Interview mit Marcus Grosche	6
News vom Campus Calbecht SPO-MAN.news	6

### Buch des Quartals

Praxishandbuch Human Resources: Management - Arbeitsrecht - Betriebsverfassung

Herausgeber: H.-G. Dachrodt, Koberski, Engelbert, G. Dachrodt



Seiten: 1960

Preis: 149,99 € (gebund. Ausgabe)

Verlag: Springer Gabler, 2014

Sprache: Deutsch

ISBN-10: 3658005858

ISBN-13: 978-3658005856

Dieses Handbuch leistet einen Beitrag zur Professionalisierung der Human Resources in Unternehmen. Das Betriebsverfassungsgesetz wird nicht nur kommentiert, sondern im Kontext des betrieblichen Alltags behandelt. Mit aktuellen Themen wie Personalplanung, demografischer Wandel, Leistungsbeurteilung, Restrukturierung, Compliance sowie Corporate Governance dient das Handbuch als wertvoller Ratgeber in der modernen Personalarbeit.

## Blickpunkt Sportmanagement beleuchtet Führungsstrukturen im Sport

Es war der 24. September 2012 und wir alle saßen als Erstsemestler im Audimax und lauschten gespannt den Worten der diversen Redner. Unter ihnen waren auch zwei Studierende des fünften Semesters Sportmanagement, die uns von der traditionellen Fachtagung „Blickpunkt Sportmanagement“ im Winter erzählten und uns versicherten, dass es definitiv ein Highlight werden würde. Zu diesem Zeitpunkt interessierte uns das allerdings herzlich wenig und auch als eine Helfeliste rumgegeben wurde, gab es eher nur spärliche Eintragungen. Der Kongress bedeutete für die meisten damals einfach nur konkret: zwei Tage keine Uni. Die zwei Tage Kongress waren allerdings dann doch interessanter als man gedacht hatte und man empfand so etwas wie Stolz, dass so namenhafte Referenten zu uns an die Hochschule gekommen waren. Auch so etwas wie Vorfreude machte sich unter den Studierenden breit.

Ein Jahr später im Oktober 2013 war es dann wieder soweit: die Mitglieder aus der Personalgruppe des diesjährigen Kongresses waren wieder auf der Suche nach freiwilligen Helfern für verschiedene Positionen und auch damals hielt sich unser Interesse, sich daran in irgendeiner Weise zu beteiligen, eher in Grenzen. Doch eines hatte sich zum Vorjahr verändert; wir sahen den Kongress nun unter anderen Gesichtspunkten. Nach mehreren Fächern wie Sponsoring, Eventmarketing und Finanzmanagement, konnten wir einige Sachen besser verstehen und nachvollziehen. Viele hatten sich in diesem Jahr auch beruflich weiterentwickelt und man realisierte, dass so ein Kongress eine gute Chance bieten würde, mit Sponsoren und Verantwortlichen in der Sportwelt Kontakt aufzunehmen. Genau dann aber, abends während der Zusammenkunft bei Essen und Bier, fing man an zu überlegen, wen man selbst denn gerne zu so einem Kongress einladen würde. An kleinen Stehtischen begannen dann hitzige Debatten, was man hätte anders machen sollen, was gut war oder auch was unbedingt geändert werden muss. Das Interesse an dem Kongress direkt mitwirken zu dürfen, um ein Teil davon zu werden, wuchs immer mehr. Diese Überlegungen nahmen wir mit ins

vierte Semester. Dort galt es dann sich zügig zu entscheiden, ob man an dem Kongress oder der Exkursion teilnehmen möchte. Die Entscheidung, ob wir einen Kongress veranstalten oder ob wir den Unterricht anhand einer fiktiven Veranstaltung durchführen sollen, war schnell zugunsten eines „echten“ Kongresses gefallen. Obwohl es doch einige wenige gab, die mit der Tradition brechen wollten, konnte sich die Mehrheit der Studierenden zu einem solchen Event durchringen. Für die 14. Auflage des Kongresses sprach der stetig wachsende regionale sowie überregionale Bekanntheitsgrad und die Möglichkeit mit bekannten Menschen aus der Sportbranche sprechen zu können. Die Messlatte liegt natürlich schon ziemlich hoch, aber wir haben uns dafür entschieden, den enormen Arbeitsaufwand in Kauf zu nehmen, um eine qualitativ hochwertige und lehrreiche Veranstaltung zu organisieren. Wie bereits die Kongresse vor uns, sollte die Teilnahme an der Fachtagung für Studierende der eigenen als auch für die von anderen Hochschulen kostenfrei sein. Natürlich sind auch Schüler aller Alters- und Schulklassen herzlich dazu eingeladen worden, unseren Kongress zu besuchen, um sich schon einmal ein Bild nicht nur von der Sportwelt, sondern auch von unserem Studiengang machen zu können. Um die Koordination von ca. 400 Besuchern zu bewältigen, bedarf es natürlich auch einiger Helfer. Traditioneller Weise wird hier um Mithilfe der Studierenden aus dem ersten und dritten Semester des Sportmanagement Studienganges gebeten, wobei wir natürlich auf mehr Begeisterung und Hilfsbereitschaft von ihnen hoffen als es damals bei uns der Fall war.

Ein wichtiger Arbeitsschritt war die Themenfindung für den Kongress. Einiges wurde vorgeschlagen: Geld und Macht im Sport; Gesundheit im Leistungssport; Nachwuchssportler, Führungspersönlichkeiten. Anschließend wurde ausführlich über ein Thema diskutiert, welches alle diese Unterpunkte beinhalten soll. Nach und nach entwickelte sich dann der Titel „Leadership im Sport“. Nun wurden im



Quelle: Eigene Darstellung der Grafikgruppe

umfangreichen Brainstorming die Unterthemen herausgearbeitet. Ein grober Programminhalt aus Punkten wie „Vergleiche zur Wirtschaft“ oder „Einfluss durch Geld im Sport“ konnten schnell konkretisiert und zu festen Programmpunkten in Form von Vorträgen oder Foren entwickelt werden. Wir sind uns sicher, damit ein Thema erarbeitet zu haben, das nicht nur aktuell und spannend ist, sondern auch eine Seite des Sports beleuchtet, die nicht allzu oft thematisiert wird.

Am 1. und 2. Dezember ist es endlich wieder soweit: Zum 14. Mal findet die Fachtagung „blickpunkt sportmanagement“ statt.

Unter dem Titel „Leadership im Sport – Wer gibt den Ton an?“ beleuchten wir die Themenkomplexe: Führungsmodelle im Wandel der Zeit, Ausbildung in Nachwuchsleistungszentren, Vermarktung von Nachwuchssportlern sowie Medienarbeit. Außerdem werden wir die psychologischen Aspekte der Führung im Sport sowie die besonderen Anforderungen an ein Persönlichkeitsprofil im Schiedsrichterwesen behandeln.

Während unserer Veranstaltung möchten wir das Phänomen Führungsmodelle im Sport nicht nur umfassender darstellen, sondern auch kritisch analysieren. Es soll auch auf die Fragen eingegangen werden; „War früher alles besser?“ und „Welche markanten Einschnitte gab es in der Entwicklung von Führungsmodellen?“. Sinn dieses Vortrages wird sein, einen Vergleich zwischen einem vergangenen und einem heutigen Führungsverständnis zu erarbeiten, um zu zeigen, wie

(Fortsetzung auf Seite 3)

(Fortsetzung von Seite 2)

sich der Sport im Laufe der Zeit verändert hat. Auch soll mit dieser Diskussionsrunde näher erläutert werden, welche Erfahrungen man mit den einzelnen Führungsmodellen gemacht hat und welche bevorzugt werden. Somit geraten politische und persönliche Inhalte, die Beeinflussung durch Trainer, der mediale Einfluss, sowie kulturelle und sozialpädagogische Aspekte ins Blickfeld. Es sollen negative und positive Aspekte des Wandels der Führungsmodelle aufgezeigt und mögliche Verbesserungspotenziale genannt werden. Dabei beschränken wir uns allerdings nicht nur auf die Nachwuchssportler oder die Aktiven, sondern blicken auch auf die Politik und die Medien und fragen: „Wer führt eigentlich wen?“ Ein Vertreter eines führenden deutschen Sportartikelherstellers wird einiges über das Verständnis von Teamarbeit und Mitarbeiterführung berichten. Ebenfalls soll es darum gehen, die Auswahl der gesponserten Sportler zu erklären; also wie konkret die Auswahl stattfindet und ob bevorzugt Leader bzw. starke Persönlichkeiten herangezogen werden.

Als weiteres Highlight sind unsere Foren zu nennen. Auch hier gilt es für die Studierenden, sich für ein Forum im Voraus anzumelden, bei dem der Referent detaillierter über ein Thema sprechen wird. Unter anderem wird es das Forum „Leader des Sports – Gesichter für die Werbung?“ geben. Dabei wird beleuchtet, welche Ansprüche die Wirtschaft an einen Leader hat und wann Persönlichkeiten uninteressant für die Werbung sind. „Der Schiedsrichter – Führungspersonen auf dem

Platz“ ist ein weiteres Thema für ein Forum. Die Referenten werden über eigene Führungsmodelle und –unterschiede zwischen Frauen und Männern sprechen. Ebenfalls soll über die Angst vor Folgen bei Entscheidungen und Schwierigkeiten der Unparteilichkeit diskutiert werden. Als drittes Forum bieten wir „Persönlichkeitsentwicklung in Nachwuchsleistungszentren“ an. Einige Sportler aus diesen Zentren werden uns über ihren Tagesablauf, den Leistungsdruck sowie die eigene Entscheidungsgewalt in Bezug auf Freizeit und soziale Kontakte berichten.

Ganz wichtig zu erwähnen ist natürlich unsere Firmenkontaktmesse, welche auch dieses Jahr wieder parallel zu dem Kongress stattfinden wird. Dabei präsentieren sich einige Sponsoren und zeigen interessierten Studierenden, welche Jobmöglichkeiten ihre Unternehmen bieten. Wer also auf der Suche nach einem Praktikumsplatz oder einer Festanstellung ist, kann sich auf der Messe umfangreich beraten lassen.

Am Abend des ersten Kongresstages wird wieder ein „come together“ mit einigen Referentinnen und Referenten stattfinden. In der Lohnhalle wird es dann ein Abendbuffet mit reichlich Auswahl an verschiedenen Gerichten und Getränken für alle, die sich dafür angemeldet haben, geben. Der Abend bietet euch die Möglichkeit in lockerer Atmosphäre die eine oder andere persönliche Frage an die Referenten zu stellen. Lasst euch diese einmalige Chance nicht entgehen.

Für alle, die jetzt schon ihre Fragen loswerden wollen oder über die Themen der Fachtagung mitdiskutieren wollen, bieten wir gerne eine Plattform auf facebook unter „blickpunkt sportmanagement“ und auf Twitter #bpspm. Jede Anregung ist willkommen, nutzt die Möglichkeit unseren Kongress mitzugestalten und verfolgt alle Entwicklungen bis zum Start des Kongresses.

Wir hoffen Euer Interesse geweckt zu haben und würden uns außerordentlich freuen, Euch am 1. und 2. Dezember 2014 auf unserem Kongress „blickpunkt sportmanagement“ in Salzgitter im Audimax begrüßen zu dürfen.

Eure Leitung des Organisationskomitees  
*Carolin Strunz, Enno Thiele*

(Fortsetzung von Seite 1)

Also, keine Miesmacherei, ran an die Bewerbung. So eine Bewerbungskampagne kostet zwar erfahrungsgemäß zwischen 40 und 60 Millionen Euro aber wer nicht wagt, der nicht gewinnt. Wenn da nicht in Deutschland außer den rührigen Menschen im DOSB noch eine Institution mit dem Gedanken an ein sportliches Großereignis in Deutschland im Jahr 2024 spielen würde. Und diese Institution hat sich in der Vergangenheit als taktisch klug geführter Verband gezeigt. Schließlich hat man bewiesen, dass auch in Deutschland sportliche Weltereignisse von der breiten Bevölkerung gebührend gefeiert werden und wir Deutschen unsere durchaus vorhandenen lebenswürdigen Seiten aller Welt auch zeigen können und wollen. Der DFB hat England in dem Bemühen unterstützt die Finalrunde zur Fußball-EM 2020 auszutragen und sich dadurch Englands Unterstützung für die deutsche Bewerbung zur EM 2024 gesichert. Damit ist eine Austragung der EM 2024 in Deutschland fast sicher.

Nun wird es aber spannend.

Wird 2024 in Deutschland ein sportliches Großkampfsjahr? Nein, denn jetzt kommt wieder der Abzählreim ins Spiel. In § 34 der Olympischen Charta heißt es sinngemäß, dass Organisation, Ausrichtung und Medienberichterstattung der Spiele nicht von einem anderen sportlichen Ereignis in der Umgebung beeinträchtigt werden dürfen. Also dann auf ein fröhliches Interpretieren ob etwa eine Fußball-EM, die kurz vor den Olympischen Spielen im gleichen Land stattfindet, die Organisation und Medienberichterstattung der Spiele beeinträchtigt.

Da ist die nächste olympische Pleite schon wieder fachgerecht in Szene gesetzt. Der Abzählvers geht übrigens so:

Ene, meine, miste  
Es rappelt in der Kiste  
Ene, meine, meg  
Und Du bist weg

*Prof. Dr. Norbert Müller*

#### Impressum

Herausgeber:

Studiengang Sportmanagement

Redaktion: Prof. Dr. Ronald Wadsack

Layout: Gabriele Wach

Titelfoto: Anne-Christine Schlangenotto

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



Abbildung 1: Lazboard vs. Snowboard  
Quelle: Pazar 53, Lazboard Snowboard'a karşı!, 2008, o.S.

## Trendsportarten und deren Tourismus in der Türkei am Beispiel Klettern und Snowboarden

Bei der Türkei als Urlaubsland denken die meisten Menschen vermutlich an lange weiße Strände, türkisblaues Meer, Basare, Moscheen und vielleicht noch in sportlicher Hinsicht an Fußball und Basketball. An kilometerlange Gebirgszüge und vor allem schneebedeckte Gipfel denken jedoch wahrscheinlich die Wenigsten. Das Taurusgebirge zieht sich mit einer Länge von 1500 km durch die Türkei und besitzt neben dem zweithöchsten Berg der Türkei, dem Uludorak Tepesi mit 4135 m, noch mehrere Berge, die die 3000 m-Grenze überschreiten. Dieser Beitrag soll die aktuelle touristische Situation der Trendsportarten Klettern und Snowboarden in der Türkei beleuchten, den dortigen Snowboardtourismus mit dem in Österreich vergleichen und einige Verbesserungsmöglichkeiten aufzeigen.

Bei **Trendsportarten** handelt es sich grundsätzlich um neue oder abgewandelte Bewegungsformen, die mit innovativen Geräten zu ‚faszinierenden‘ Sportarten kombiniert werden, häufig Ausdruck spezifischer Lebensstile sind, und sich einer steigenden Nachfrage erfreuen. Auch Snowboarden als Fun- und Klettern als Risikosportart können in diesem Sinne als Trendsportarten verstanden werden.

**Klettern** ist für die Türkei eine relativ neue Sportart, da dort erst 1993 mit der Erschließung von Klettergebieten begonnen wurde. Mittlerweile gibt es über die gesamte Türkei verteilt 15 erschlossene Klettergebiete, die über 1000 Kletterrouten beinhalten. Klettern ist somit sowohl in der Nähe der Küstenstädte Istanbul und Antalya als auch im ländlich geprägten Osten des Landes möglich. Für die Sportler bedeutet die **späte Erschließung der Türkei als Kletterdestination neuwertige und stabile Routen**: Im Gegensatz zu langjährigen Kletterregionen sind die zur Sicherung der Sportler notwendigen Bohrhaken neu und mussten noch nicht jahrelang der Witterung und Belastung durch jahrzehntelange Nutzung unzähliger Bergsportler standhalten. Zudem wurde bei der Routeneinteilung und -gestaltung die neueste Art zu klettern berücksichtigt. Noch vor ein paar Jahren war es z. B. üblich, beim Klettern Hilfsmittel, wie kleine Leitern, einzusetzen. Heute verwenden die Sportler beim modernen Free Climbing lediglich Sicher-

heitsausrüstung in Form von Klettergurten, Seilen und Karabinern, mit denen sie sich an der Felswand vor Abstürzen sichern.

Die Modernität der Routen und die optimale Reisezeit von Oktober bis März, machen die Türkei zu einem **sehr gut geeigneten Tourismusziel für nord- und mitteleuropäische Bergsportler**, in deren Heimatländern das Outdoorklettern witterungsbedingt im Winterhalbjahr kaum möglich ist.

Österreich und Griechenland sind in der Kletterszene bekannte Hotspots. **Die Türkei hingegen konnte sich im Klettersport noch nicht als Destination etablieren.** Potenzielle Gründe hierfür sind zum einen die (noch) sehr geringe Anzahl an Kletterführern für die türkischen Kletterregionen, zum anderen aber die **mangelnde Präsentation und Vermarktung** als Kletterziel und Bergsportgebiet, was z. B. anhand der Internetseite [bergsteigen.com](http://bergsteigen.com) sichtbar wird: Auf dieser im Klettersport etablierten Internetseite sind für die Türkei keine Klettersteige oder Touren gelistet; es findet sich lediglich ein Newsbeitrag von März 2005!

Die Türkei als Sporttourismusdestination und insbesondere der zuständige Sportfachverband sollten Online-Angebote wie dieses nutzen und die neuen Medien verstärkt in ihre Vermarktung einbeziehen. Eine Möglichkeit, die Türkei als Kletterziel zu präsentieren, bietet beispielsweise die Social-Media-Website [climbing.ilooove.it](http://climbing.ilooove.it) – das „Facebook des Klettersports“. Hier können Kletterer Bilder ihrer Lieblingsrouten mit dem jeweiligen Standort posten und beschreiben oder Tipps dazu abgeben. Die Website bietet durchgängig Gewinnspiele an, bei denen Kletterequipment oder sogar Reisen verlost werden. Der türkische Bergsteigerverband könnte auf dieser Plattform Reisen verlosen, über die die Gewinner anschließend berichten. Kletterer suchen meistens einen Zielort aus, der ihnen von Gleichgesinnten empfohlen wird. Hierfür bietet [climbing.ilooove.it](http://climbing.ilooove.it) eine gute Plattform.

Neben der **fehlenden Bekanntheit der Türkei als Bergsportdestination** mangelt es an Informationsmöglichkeiten für ausländische Sportler, die eine Reise in die Türkei planen möchten. So gibt es beispielsweise auf der Internetseite des

türkischen Bergsteigerverbands (Türkiye Dağcılık Federasyonu) keine Möglichkeit, Informationen in anderen Sprachen, wie Englisch oder Deutsch aufzurufen.

Um den Bekanntheitsgrad türkischer Kletterregionen in einzelnen Ländern zu steigern, bieten sich Kooperation mit Organisationen wie dem Deutschen Alpenverein an, die Kletterreisen organisieren und die Türkei mit in ihr Angebot aufnehmen können. Bisher beziehen sich Kletterreisen, die vom DAV bzw. Sektionen des DAV veranstaltet werden, meist nur auf Südwesteuropa bis nach Griechenland. Die Türkei ist kaum bis nie vertreten.

Bei einem Blick auf das **Snowboarden** ergibt sich ein etwas anderes Bild. Zwar gelten die USA als Ursprungsland des Snowboards, doch findet sich in der Türkei ein noch älterer **Vorgänger**, genannt **Lazboard**. Das Lazboard hat seinen Ursprung in Petran, im Norden des Landes. Es „wurde vor über 200 Jahren erfunden und besteht aus vier schmalen, rund 120 Zentimeter langen Brettern, die leicht gebogen und mit vier Querhölzern verschraubt sind. Vorne hat es eine Öffnung für eine starke Schnur, die der Fahrer in der Hand hält.“ Dieses Board hat einen praktischen Hintergrund: Die Bewohner von Bergdörfern benutzten das Brett zur Abfahrt ins Tal, um dort Einkäufe zu tätigen. Bergauf wurde das Lazboard an der Schnur gezogen. Auch wenn das Lazboard als Transportmittel inzwischen ausgedient hat, gibt es in der Türkei auch heute noch die Möglichkeit, im Winter „auf Brettern“ die Berge zu erleben. Die Sportarten Snowboarden und Skifahren sind, wie das Klettern, in großen Bereichen der Türkei möglich und können sogar von der Hafenstadt Istanbul aus mit einer Fahrzeit von nur 2,5 Stunden ausgeübt werden. **62 % der Landesfläche der Türkei bilden Gebirge.** 31 Skizentren sind geplant und teilweise schon fertiggestellt. Durch Höhen von über 2500 oder sogar über 4000 Meter bieten türkische Wintersportgebiete ein hohes Maß an Schneesicherheit. Diese Aspekte könnten die Türkei zu einer wohlbesuchten Wintersportdestination führen.

Durch einen **Vergleich der Wintertourismuseinnahmen der Türkei mit denen Österreichs** lässt sich erahnen,

(Fortsetzung auf Seite 5)

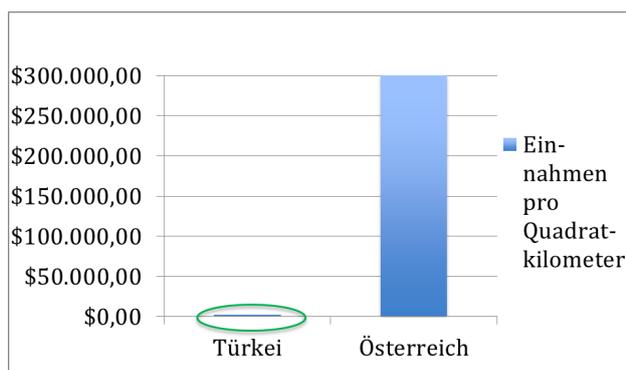


Abbildung 2: Wintertourismuseinnahmen pro Quadratmeter  
Quelle: Eigene Darstellung

(Fortsetzung von Seite 4)

dass die Türkei einen beträchtlichen Aufholbedarf hat: Österreich erwirtschaftete im Winter 2013 Tourismuseinnahmen von über 16 Billionen US-Dollar. Dem gegenüber standen etwas mehr als 1 Billionen US-Dollar in der Türkei, was gerade einmal 6,25 % der Einnahmen Österreichs beträgt. Werden als Grundlage nur die Einnahmen durch ausländische Wintersportler herangezogen, zeigt sich ein noch extremeres Bild: Hier stehen österreichische Einnahmen mit über 11 Billionen US-Dollar türkischen Einnahmen mit etwas mehr als 113 Millionen US-Dollar gegenüber, was noch lediglich ein Prozent ausmacht. Natürlich wird hier ein „Klassenprimus“ mit einem „Neueinsteiger“ verglichen. Um die Zahlen in eine bessere Relation zueinander zu setzen, können die Einnahmen z.B. auf Quadratmeter umgelegt werden: Der österreichische Anteil der Alpen erstreckt sich über eine Fläche von 54.600 km<sup>2</sup>, das Taurusgebirge in der Türkei über eine Fläche von 505.038 km<sup>2</sup>. Sind es in Österreich über 300Tausend US-Dollar pro km<sup>2</sup>, so kommt die Türkei auf etwas über magere 2 Tausend US-Dollar pro km<sup>2</sup>. Österreich nimmt also ca. das 135-fache pro km<sup>2</sup> im Vergleich zur Türkei durch Wintersport ein.

Für diesen erheblichen Unterschied gibt es **einige mögliche Gründe**: Zum einen ist das **Ski-Pass-System** in der Türkei anders aufgebaut als in Österreich. In der Türkei besitzt jedes Wintersporthotel einen eigenen Ski-Lift. Kunden, die nicht im Hotel wohnen, bezahlen hohe Preise für die Nutzung des Lifts. In Österreich gibt es pro Skigebiet einen Skipass, der dazu berechtigt, gegen eine zeitraumabhängige Gebühr jeden Lift des Skigebiets zu benutzen. Im Skigebiet Mayrhofen ermöglicht dies z.B. die Nutzung von 53 Liften und 135 Abfahrtskilometern. In verschiedenen Regionen Österreichs haben sich inzwischen zwei oder mehrere Skigebiete zu einem gemeinsamen Skipass zusammengeschlossen, so dass den Wintersportgästen sogar noch mehr Lifte und Pisten zur Verfügung stehen. Nach dem Vorbild Österreichs müsste in der Türkei eine Veränderung des Systems vorgenommen werden, damit den Wintersportlern eine größere Auswahl an Ski-

pisten zur Verfügung steht und eine höhere Abwechslung geboten wird. Hierdurch könnten auch vermehrt Tagestouristen angezogen werden, die in den größeren Küstenstädten wohnen oder dort einen mehrtägigen Urlaub verbringen. Beispielsweise von Istanbul aus ist ein Tagesausflug in die Berge sehr gut planbar, so dass diese Gäste durch attraktive Angebote in die Skigebiete gelockt werden sollten.

Um auf Dauer als Wintersportdestination wahrgenommen zu werden, ist es außerdem erforderlich, **bessere Bedingungen für einheimische Winter-Leistungssportler** zu schaffen. So haben sich nur sechs türkische Athleten für die olympischen Spiele in Sotschi in den Sportarten Eiskunstlauf, Ski-Alpin und Skilanglauf qualifiziert. Im Snowboarden gab es 2014 keine türkischen Teilnehmer. Über Olympia als Kommunikationsplattform könnten wintersportaffine Personen mehr über die Möglichkeiten in der Türkei erfahren, z.B. indem bei der Berichterstattung über die türkischen Olympiateilnehmer erwähnt wird, aus welchen Gebieten diese stammen, wo sie trainieren oder zum ersten Mal auf dem Snowboard gestanden haben.

Wie auch beim Klettern muss sich die Türkei zur **Steigerung ihres Bekanntheitsgrades als Wintersport-Zielgebiet stärker in den Medien präsentieren**. Beispielsweise können während Wintersportveranstaltungen TV-Werbespots geschaltet werden, wie es einige österreichische Wintersportregionen wie das Salzburger Land oder Ischgl vormachen. Wichtigstes Instrument zur Bekanntmachung der Türkei als Wintersportnation wäre jedoch der **Einstieg in die internationale Ausrichterszene der Wintersportwettkämpfe**. Mit einem Wettbewerb wie einem Weltcupski- oder Weltcuplanglaufrennen würde durch die dazugehörige Berichterstattung internationale Aufmerksamkeit auf die Türkei gelenkt werden. Nicht nur in Deutschland ist Wintersport fester Bestandteil des TV-Programms und erfreut sich einer recht hohen Nachfrage.

Eine **Marketingoffensive** mit einigen der aufgeführten Maßnahmen könnte der Türkei als Trendsportdestination einen merklichen Schub verleihen. Gerade soziale Medien wie climbing.ilooove.it bieten hierfür vergleichsweise kostengünstige Möglichkeiten. Andere Kommunikationsmaßnahmen könnten auch Testimonials, das Sponsoring von Skisporthallen sowie einheimischen oder internationalen Wintersportlern sein. Ebenfalls bietet sich die Möglichkeit, Werbung in den Sommerferiengebieten der Türkei zu schalten und so Sommerferiengäste dazu zu animieren, auch ihren Winterurlaub in der Türkei zu verbringen. Dieser „Crossselling-Effekt“ könnte auch bei den Kletterern und Snowboardern genutzt werden, da Trendsportler oft mehrere Sportarten gleichzeitig ausüben, indem bei dieser Zielgruppe für die jeweils andere Trendsportart geworben wird.

Die in diesem Beitrag aufgeführten Beispiele zeigen auf, dass der Trendsporttourismus in der Türkei in Bezug auf die beiden Sportarten Klettern und Snowboarden noch wenig ausgeprägt ist, aber großes **Entwicklungspotenzial** bietet. Um sich letztendlich von anderen Kletter- oder Snowboardregionen abzuheben, sollte die Türkei vor allem ihr typisches Bild als Sommerdestination nutzen und mit diesem „Klischee von Sommer, Strand und Sonne“ spielen, um einen ‚Aha-Effekt‘ auszulösen. Oder haben Sie vor dem Lesen dieses Artikels daran geglaubt, dass es möglich ist, in der Türkei zu Klettern oder Snowboard zu fahren? Trotz der aufgezeigten Defizite befindet sich die Türkei durch die dort vorhandenen geographischen und Witterungsbedingungen auf einem guten Weg in der europäischen Kletter- und Snowboarderszene wahrgenommen zu werden und sich dort zu etablieren – wenn auch zunächst eher als Geheimtipp.

Florian Sander, 5. Semester Sportmanagement/Anne-Christine Schlangenotto

Literaturhinweise siehe Seite 6

## Drei Fragen an ...

Marcus Grosche

Neuer wissenschaftlicher Mitarbeiter  
im Studiengang Sportmanagement



### Frage 1: Einmal Salzgitter. Immer Salzgitter?

Es scheint zumindest so, auch wenn man die Zukunft nie voraussagen kann. Ich habe mich im Bachelor und auch jetzt im Master sehr wohl und gut ausgebildet gefühlt. Auch wenn ich bereits die Möglichkeit hatte im Ausland praktische Erfahrung zu sammeln, zieht es mich immer wieder zurück in diese Region, die geografisch und sportlich sehr reizvoll ist. Zudem stamme ich aus der Region, meine Familie und Freunde sind größtenteils noch hier.

### Frage 2: Hat sich Deine Sicht auf den Sport durch das Studium verändert? Und wenn ja, wie?

Das kann ich definitiv bejahen. Vor dem Studium war ich mehr „Fan“, konnte Veranstaltungen „genießen“. Mit dem Studium und den praktischen Einblicken jedoch hat sich meine Sicht verändert. Ich schaue oft was hier und dort passiert, was X oder Y (anders) macht. Ich vergleiche mehr, kann dadurch aber auch Entscheidungen oder Prozesse besser nachvollziehen. Nichtsdestotrotz sehe ich viele Entwicklungen heute kritisch, wie z.B. bei den Olympischen Spielen.

### Frage 3: Wie passt die Stelle an der Ostfalia in Deine weitere berufliche Planung?

Was die Zukunft genau bringt kann man natürlich nicht sagen und das ist auch

das Schöne. Ich konzentriere mich hier voll auf die Arbeit, versuche so viel wie möglich aus dem Umfeld aufzunehmen, zu lernen und dabei eigene Erfahrungen an die Studierenden weiterzugeben. Der Wunsch zu promovieren ist vorhanden und wenn sich mir die Möglichkeit bieten sollte werde ich diese sicher nicht ablehnen.

### PersonenDaten

Marcus Grosche  
Fakultät Karl Scharfenberg  
mar.grosche@ostfalia.de  
Raum B.1OG.06  
Telefon +49 5341 875 52420  
Telefax +49 5341 875 52422

Literatur zu „Trendsportarten und deren Tourismus in der Türkei am Beispiel Klettern und Snowboarden“, S. 4/5

Climb Europe Limited (2014): Rock Climbing in Turkey, [www.climb-europe.com/RockClimbing-Turkey.htm](http://www.climb-europe.com/RockClimbing-Turkey.htm) [Stand: 06.10.2014]

Hoffmann, Carsten (2008): Türkische Skigebiete: Heizen auf dem Heiligen Berg, [www.spiegel.de/reise/europa/tuerkische-skigebiete-heizen-auf-dem-heiligen-berg-a-530566.html](http://www.spiegel.de/reise/europa/tuerkische-skigebiete-heizen-auf-dem-heiligen-berg-a-530566.html) (Stand 06.10.2014)

Mountain News GmbH: Mayrhofen Skigebiet (2013): [www.skiinfo.de/tirol/mayrhofen/skigebiet.html](http://www.skiinfo.de/tirol/mayrhofen/skigebiet.html) [Stand: 06.10.2014]

Österreich Werbung (2014): Umsätze nach Saisonen, [www.austriatourism.com/wp-content/uploads/2012/08/umsaetze-nach-saisonen-bis-2013.pdf](http://www.austriatourism.com/wp-content/uploads/2012/08/umsaetze-nach-saisonen-bis-2013.pdf) [Stand: 06.10.2014]

Österreich Werbung (2013): Wintersaison in

## News vom Campus Salzgitter

- Rund 500 Gäste kamen zur „**Night of the Profs**“ am 25. September auf den Campus in Salzgitter Calbecht und trugen zur tollen Atmosphäre des Events bei. Auch von unserer Seite ein Dankeschön an die Organisatoren, die Aktiven an den Ständen sowie auf, hinter und vor der Bühne, den Menschen im Hintergrund und allen Gästen.

- Am 22. September wurden an unserer Fakultät insgesamt **660** neue Studierende begrüßt. Davon haben sich **91** im Studiengang Sportmanagement und **25** im Masterstudiengang Führung in Dienstleistungsunternehmen eingeschrieben.

- Die Studierenden Lisa Kempfer und Philipp Tram waren zu der Arbeitstagung Organisationsentwicklung des LSB Niedersachsen nach Hannover eingeladen worden, um einen Einblick in die Ergebnisse der Projektarbeit aus dem Sommersemester zu geben. Thema: Qualität des Mitarbeitermanagement in Sportvereinen.

- **Mai 2014:** Die Ostfalia Hochschule erzielt im aktuellen CHE Hochschulranking, das im neuen ZEIT Studienführer 2014/15 veröffentlicht worden ist, gute Ergebnisse im Fach Betriebswirtschaft: in der Praxisorientierung erreicht das Fach die Spitzengruppe.

Österreich 2012/2013,

[www.austriatourism.com/wp-content/uploads/2013/04/2013e\\_eckdaten-winter-2012\\_20131.pdf](http://www.austriatourism.com/wp-content/uploads/2013/04/2013e_eckdaten-winter-2012_20131.pdf) [Stand: 06.10.2014]

Pazar 53 (2008): Lazboard Snowboard'a karşı!, [www.pazar53.com/lazboard-snowboarda-karsi-5697h.htm](http://www.pazar53.com/lazboard-snowboarda-karsi-5697h.htm) [Stand: 06.10.2014]

Turkish Statistical Institute (2014): Tourism Income, Expenditure and Average Number of Nights, [www.turkstat.gov.tr/PrelistikTablo.do?istab\\_id=1609](http://www.turkstat.gov.tr/PrelistikTablo.do?istab_id=1609) [Stand: 06.10.2014]

Wastl, Peter (2014): Trendsport, <http://user.philfak.uni-duesseldorf.de/~wastl/Wastl/Pruefung/02-Trend-kurz.PDF> [Stand: 06.10.2014]

Zutt Productions: Mit dem Lazboard abseits der Piste, 2014, URL: <http://www.srf.ch/sendungen/winter-challenge/mit-dem-lazboard-abseits-der-piste> [Stand: 06.10.2014]

# spo-man

## Ausschreibung zum SPO-MAN.award 2014

Im Rahmen des „Blickpunkt Sportmanagement“ Kongresses wird auch 2014 wieder der „**SPO-MAN.award**“ für die beste Abschlussarbeit vergeben. Dieser Award wird in diesem Jahr bereits zum sechsten Mal verliehen. Wenn ihr denkt, dass eure Abschlussarbeit das Potential hat diese Auszeichnung zu verdienen und ein kleines zusätzliches Taschengeld lukrativ für euch

ist, dann könnt ihr euch für die diesjährige Award-Verleihung anmelden. Wenn ihr eure Arbeit im Jahr 2013 oder 2014 abgegeben und eure Note bereits in der Tasche habt, dann schickt eure offizielle Note, eine einseitige Zusammenfassung und eure komplette Arbeit als PDF an: [award@spo-man.net](mailto:award@spo-man.net)

Die Abgabefrist der Abschlussarbeiten für die Bewertung der Jury läuft noch bis zum **24. Oktober 2014**.

Einen Vorgeschmack auf den „Blickpunkt Sportmanagement“ Kongress 2014 mit spannenden Vorträgen und Referenten erhaltet ihr bereits bei unserem SPO-MAN.day!

Save the date: 29.12.14 - SPO-MAN.day

Alle weiteren Infos und weitere tolle Events unter: [www.spo-man.net](http://www.spo-man.net)