

## blickpunkt sportmanagement

News Oktober 2017



Bild des Quartals: Asphaltstockschiessen bei der Erstsemesterbegrüßung SPM

### Kommentar: Alles digital?

„Digitalisierung“ – ein Begriff, mit dem derzeit „alles“ und „nichts“ in Verbindung gebracht wird. Schön und gut, aber handelt es sich dabei lediglich um ein weiteres Buzz-Wort, einen neuen Hype oder gar einen langfristigen Erfolgsfaktor? Der Begriff Digitalisierung kann auf unterschiedliche Art und Weise interpretiert werden. Nach einem traditionellen, technischen Verständnis, das seine Grundlagen bereits in den 1970er und 80er Jahren hat, bezeichnet Digitalisierung die Überführung von Informationen von einer analogen in eine digitale Speicherform und thematisiert die Übertragung von Aufgaben, die bisher vom Menschen übernommen wurden, auf den Computer im Sinne einer (Teil-) Automatisierung mittels Informationstechnologien. Rein von der Wortbedeutung her ist die Digitalisierung das „Digital-Machen von etwas, das vorher nicht digital war“ und damit formal gesehen ein (Änderungs-)Prozess, d. h. eine Transformation. Digitalisierung kann also die digitale Umwandlung und Darstellung von Information und Kommunikation ebenso bedeuten, wie

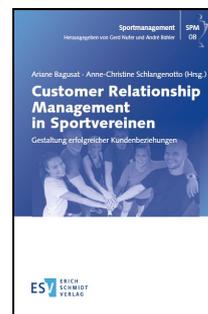
die digitale Modifikation von Instrumenten, Geräten und Fahrzeugen, die Veränderung von Geschäftsmodellen durch Verbesserung von Prozessen aufgrund der Nutzung von Informations- und Kommunikations-Technologien, oder letztlich die digitale Revolution bzw. den digitalen Wandel. Die Digitalisierung und die darauf aufbauende digitale Transformation ist also keineswegs ein neues Phänomen – menschliche Arbeitsprozesse werden bereits seit über 60 Jahren digitalisiert und die IT-basierte Verbesserung von Geschäftsprozessen ist seit über 20 Jahren ein Thema vieler Unternehmen. Mittlerweile hat die stärker greifende Digitalisierung auch interessante Entwicklungen in vielen Bereichen des Sports hervorgebracht. Allerdings nimmt der digitale Wandel mittlerweile ein derart rasantes Tempo an, dass entscheidende Fragen, wie die Gesellschaft – und insbesondere auch das Sportmanagement in all seinen Facetten – im Zeitalter der Digitalisierung eigentlich aussehen und funktionieren soll, noch nicht beantwortet sind. Die Chancen und Risiken, die sich aus der fortschreitenden Digitalisierung ergeben, werden – wie immer – sowohl auf Be-

### Inhalt:

Kommentar: Alles digital?	1
Imageanalyse - Was spricht für oder gegen ein Sportmanagement-Studium an der Ostfalia – Hochschule für angewandte Wissenschaften?	2
Next Generation: angehende Sportmanager aus Salzgitter hinterfragen das Sportbusiness	4
Alumni: Stefanie Greite / Philipp de Freitas	5
Interview mit Christian Vetter	6
News vom Campus Calbecht	6
SPO-MAN.news	6

### Buch des Quartals

Customer Relationship Management in Sportvereinen  
A. Bagusat/A.-Ch. Schlangenotto (Hrsg.)



486 Seiten  
Preis: 39,95 €  
Verlag: Schmidt, 2017  
Sprache: Deutsch  
ISBN-10:  
3503176233

Erstmals speziell auf Sportvereine ausgerichtet, beleuchtet dieses Handbuch die verschiedenen Facetten des Customer Relationship Managements (CRM). Ein erstklassiger Ein- und Überblick für haupt- und ehrenamtliche Vereinsaktive, Agenturen und Berater, Lehrende und Studierende aus dem Bereich Sportmanagement – sowie alle weiteren Fach- und Führungskräfte, die Konzeption, Aufbau oder Ausweitung eines CRM in Sportvereinen professionell umsetzen.

denkenträger als auch auf Befürworter stoßen. Es bleibt also spannend, wie die „Next Generation“ des Sports aussehen wird...

Prof. Dr. Ariane Bagusat

## Imageanalyse

### Was spricht für oder gegen ein Sportmanagement-Studium an der Ostfalia – Hochschule für angewandte Wissenschaften?

In Deutschland stehen Hochschulen und Universitäten seit einigen Jahren zunehmend in Konkurrenz um Studierende sowie um Zuwendungen verschiedenster Art. War in der Vergangenheit der Wettbewerb zwischen den Bildungseinrichtungen vorwiegend ein Thema der Stärke der jeweiligen Institution in Forschung und Wissenschaft, verbunden mit der Frage der Reputation von Wissenschaftlern, so spielt im neuen Wettbewerb um Studierende und Gelder ein neues Phänomen eine dominierende Rolle: Das Image einer Hochschule.<sup>[1]</sup>

Image ist zu verstehen als Quintessenz der Einstellungen, die Konsumenten einem Produkt, einer Dienstleistung oder einer Idee entgegenbringen und wird aus den direkten oder indirekten Erfahrungen abgeleitet. Dabei spielen verschiedene Komponenten eine Rolle: Was weiß ich über den Gegenstand, wie werte ich ihn und wie möchte ich dem Objekt gegenüber handeln?<sup>[2]</sup>

Somit ist das Image einer Hochschule ein dynamisches und subjektiv beeinflusstes Gefüge, das einen wichtigen Einflussfaktor auf die „Kaufentscheidung“ (Wahl des Studienganges an der entsprechenden Bildungseinrichtung) darstellt und daher für die Ostfalia von hohem Interesse ist.

Nicht nur das Image einer Hochschule, sondern auch das Erscheinungsbild eines Studienganges in der Öffentlichkeit, ist wie eine Visitenkarte. Es beeinflusst direkt die Attraktivität der erbrachten Dienstleistung (Lehre) und hat so Einfluss auf das Studierverhalten der „derzeitigen und potentiellen Kunden“. Das ist Grund genug, um sich intensiv um den Aufbau und die Pflege der eigenen Marke zu kümmern.

#### Ausgangssituation

Deshalb wurde, im Rahmen der Lehrveranstaltung Projektmanagement im Sommersemester 2017, das Projekt „Imageanalyse – Was spricht für oder gegen ein Sportmanagement-Studium an der Ostfalia?“ in Auftrag gegeben, um erfolgte Maßnahmen zur Positionierung des Studienganges zu überprüfen und gegebenenfalls eine Neupositionierung vorzubereiten. Das Sportmanagement-Team erhoffte sich u. a. Antworten auf die Fragen, welchen Einfluss Zulas-



Abbildung 1: Projektphasen

sungskriterien auf die Wahl des Studienortes haben, welche Bedeutung die Studierenden bestehenden Kooperationen zuweisen und welchen Ruf des Studienganges Sportmanagement (SPM) an der Ostfalia die Befragten wahrnehmen.

Unter Berücksichtigung der in Abbildung 1 ersichtlichen Rahmendaten, stellten sich nachfolgende Sportmanagement-Studierende dieser Aufgabe: Frau Gringel, Frau Thran, Herr Köhler, Herr Möck, Herr Petersen und Herr Zepp (nachfolgend als Projektgruppe bezeichnet).

#### Aufgabenstellung und Durchführung

Da das Image des Studienganges SPM im Spannungsfeld zwischen Eigen- und Fremdwahrnehmung steht, sollten unterschiedliche Zielgruppen (Sportmanagement-Studierende und Absolventen, Mitarbeiter des Studienganges SPM, Schüler der Region sowie Sportmanagement-Studierende an anderen Hochschulen und Universitäten) befragt und das Selbst- und Fremdbild ermittelt werden (vgl. Abb. 2). Vorbereitend wurden fünf Experteninterviews mit wissenschaftlichen Mitarbeitern und Sportmanagement-Studierenden der Ostfalia durchgeführt und u. a. analysiert, wofür der Studiengang SPM aktuell steht, welche Faktoren ihn beeinflussen und welche positiven wie negativen Wahrnehmungen die Befragten spüren. Die Ergebnisse der Interviews flossen in die Konzeption der unterschiedlichen Befragungsinstrumente ein. Nach den Pretests, bei denen die entwickelten Fragebögen überprüft und Optimierungsmöglichkeiten offengelegt wurden, begann die Projektgruppe mit der Feldarbeit.

Die nachfolgenden Befragungen der SPM-Mitarbeiter, der Absolventen sowie der externen Studierenden erfolgten über die online-Plattform umfrageonline.com. Die Studierenden am Campus sowie die

Schüler wurden schriftlich befragt.

In der Datenanalyse wurden die gewonnenen Daten zu einem verwertbaren statistischen Datensatz aufbereitet, mittels SPSS ausgewertet und interpretiert sowie anschließend relevante Handlungsempfehlungen abgeleitet.

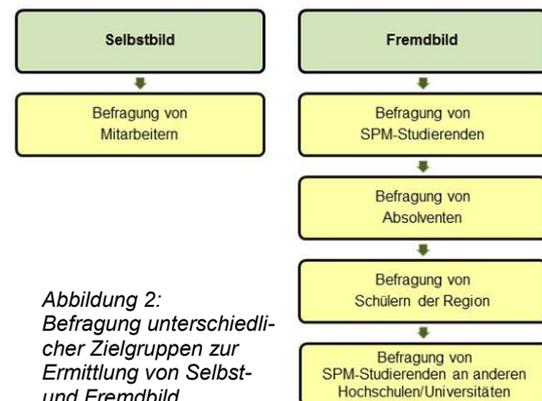


Abbildung 2: Befragung unterschiedlicher Zielgruppen zur Ermittlung von Selbst- und Fremdbild

Durch die Ermittlung wichtiger Kenngrößen zum Studiengang, wie z. B.

- Bekanntheit, Beliebtheit und Wirkung
- Kriterien für die Hochschul- und Studiengangswahl
- Alleinstellungsmerkmale/USP (Unique Selling Proposition)
- Defizite und Potenziale

sowie eine Stärken-Schwächen-Analyse sollten wichtige Erkenntnisse für die Implementierung von Verbesserungsmaßnahmen eingeholt werden.

#### Ergebnisse

Im Ergebnis der Mitarbeiterbefragung (n = 5) werden als Alleinstellungsmerkmal des Studienganges die Praxisorientierung, sowie der familiäre Umgang zwischen Dozenten und Studierenden genannt.

(Fortsetzung auf Seite 3)

(Fortsetzung von Seite 2)

Defizite sehen die Dozenten vor allem in der durch die steigenden Zulassungszahlen abnehmenden Betreuungsintensität, der schlechten öffentlichen Verkehrsanbindung und dem fehlenden „Campus-Leben“, begründet durch die Standortgegebenheiten. Auch wurde die verschulte Bachelorstruktur kritisiert, die eine begrenzte Spontanität im Studienalltag mit sich bringt.

Die Studierenden (n = 69) weisen auf eine fehlende Standortattraktivität und schlechte Verkehrsanbindung hin. Auch würde eine Sportanlage den Campus attraktiver machen.

Bei der Aufforderung der Absolventen (n = 45), den Studiengang mit drei Worten zu charakterisieren, wurden folgende Adjektive häufig genannt: vielfältig, praxisnah, interessant, entspannt, attraktiv, innovativ, persönlich. Eine positive Wahrnehmung des Studienganges begründeten die Absolventen mit dem ausgewogenen Verhältnis von Theorie und Praxis (besonders in den Lehrveranstaltungen Projektmanagement, Events im Sport und dem Wahlpflichtfach), sowie der vielfältigen, umfassenden und qualitativ hochwertigen Ausbildung bei einem „mittleren“ Schwierigkeitsgrad.

Von den befragten Schülern der Region (n = 200) sind 162 sportinteressiert. Von diesen können sich 92 vorstellen, ein Studium mit sportlichen Inhalten zu wählen. Aber nur ein Drittel davon weiß, dass an der Ostfalia Sportmanagement studiert werden kann.

Auch an anderen Hochschulen/Universitäten ist die Bekanntheit ähnlich gering: So haben nur zwei von den 19 befragten Sportmanagement-Studierenden an anderen Bildungseinrichtungen von der Ostfalia gehört.

Darüber hinaus beurteilten alle Befragten (Mitarbeiter, Studierende und Absolventen) in einer Profilanalyse die Ostfalia anhand von Indikatoren wie z. B. Modernität, Qualität, Attraktivität, Bekanntheit, Flexibilität etc. auf einer fünfstufigen Skala. Für die einzelnen Merkmale wurden

### Aussage: „Die Ostfalia ist für mich...“

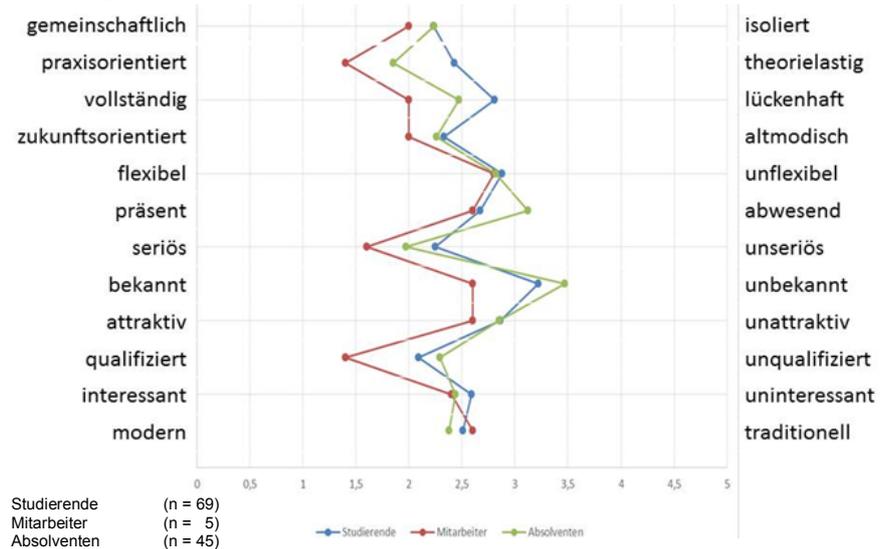


Abbildung 3: Polaritätsprofil – Befragung der Mitarbeiter, Studierenden und Absolventen

Durchschnittswerte berechnet, die in der grafischen Darstellung durch Verbindungslinien verknüpft sind. Im Ergebnis entstand ein Polaritäts-/Imageprofil (vgl. Abb. 3), welches sich für anschauliche Vergleiche anbietet.

Die Sichtweisen zu den einzelnen Indikatoren sind z. T. abweichend: während die Studierenden eine Tendenz zur Theorieorientierung erkennen, sehen die Absolventen und Mitarbeiter eine deutliche Praxisorientierung. Auch die Bekanntheit der Ostfalia wird unterschiedlich wahrgenommen, die Absolventen bezeichnen die Hochschule als unbekannt, die Dozenten weisen ihr eine höhere Bekanntheit zu. Beim Merkmal „gemeinschaftlich“ herrscht hingegen eine große Übereinstimmung in der positiven Wahrnehmung.

### Handlungsempfehlungen

Die von der Projektgruppe gewonnenen und nachfolgend auszugswise vorgestellten Handlungsempfehlungen wurden im Rahmen einer Abschlusspräsentation dokumentiert: So regen die Studierenden an,

- den Internetauftritt des Studiengangs zu überarbeiten, da die Webseite z. T. sehr unübersichtlich sei und viele Reiter ein schnelles Auffinden von gesuchten Informationen behindern,

- dass Absolventen als Werbebotschafter für die Hochschule fungieren sollten,
- durch gezielte Werbung, auch an Schulen in der Region, die Bekanntheit des Studiengangs zu erhöhen,

- dass weitreichendere Informationen zu Sportangeboten außerhalb des Hochschulsports gerade den Studieneinsteigern deutlich helfen würden, ebenso wie eine Unterstützung bei der Wohnungssuche,
- dass der Bau einer Sporthalle und eines Multifunktionsplatzes die schlechte Sportinfrastruktur verbessern und die Möglichkeiten des Hochschulsportangebotes deutlich ausbauen würden.

Die Projektgruppe unterstellt im Falle ei-

ner Umsetzung der Handlungsempfehlungen auch positive Effekte auf das Campusleben. Bezogen auf die Studieninhalte und das Curriculum schlugen die Studierenden eine Ausweitung der Sportpraxisangebote vor. Auch wenn es bereits viel projektbezogene Angebote gibt, wünschen sich die Studierenden eine bessere Verteilung auf alle Semester, sowie eine verstärkte Vernetzung mit anderen Studiengängen. Die bestehenden Kooperationen im In- und Ausland mit anderen Hochschulen/Universitäten, Vereinen und Verbänden sowie Unternehmen sollen weiter ausgebaut und ergänzt werden.

### Zukünftige Umsetzung

Die Ergebnisse der Imageanalyse, gebündelt in einem Projektbericht, bieten dem Sportmanagement-Team eine gute Grundlage, um weitere Maßnahmen zu planen und diese in der Folge umzusetzen.

Ein erster Gesamteindruck zum Image (Selbst- und Fremdbild) des Studiengangs ist messbar und damit quantifizierbar gemacht (Ist-Status). Um eine vergleichende Imageanalyse (Abgleich von Soll- und Ist-Image) durchführen zu können, ist es jetzt Aufgabe des Sportmanagement-Teams, Werte für das Ideal-Image (Soll-Status) festzulegen.

Im nächsten Schritt gilt es dann eine Kommunikationsstrategie zu entwickeln, um die relevanten Image-Faktoren optimal einzusetzen und das angestrebte Soll-Image zu erreichen.

Kerstin Roberg

### Quellen:

[1] *Habicht, Hagen* (2009): Universität und Image. Entwicklung und Erprobung eines stakeholderorientierten Erhebungsinstrumentariums. - In: Arnold Picot / Ralf Reichwald / Egon Franck / Kathrin Möslein: Markt- und Unternehmensentwicklung. Gabler, 2009

[2] *Gabler* (Hrsg.): Gabler Wirtschaftslexikon I - K. Gabler, 2010

### Impressum

Herausgeber:

Studiengang Sportmanagement

Redaktion: Prof. Dr. Ronald Wadsack

Layout: Gabriele Wach

Ostfalia

Hochschule für angewandte Wissenschaften

Fakultät Verkehr, Sport, Tourismus, Medien

Karl-Scharfenberg-Str. 55/57

38229 Salzgitter

Tel.: 05341 875 52290

mail: sportmanagement-info@ostfalia.de



## Next Generation: angehende Sportmanager aus Salzgitter hinterfragen das Sportbusiness

Zum 17. Mal laden die Studierenden des Studiengangs Sportmanagement an der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften zum Kongress **blickpunkt sportmanagement** ein. Mit dem Thema „Next Generation – Maschinerie des Sportbusiness?“ lockt das Organisationsteam am 27. und 28. November 2017 zahlreiche Gäste aus dem Sport nach Salzgitter.

Doch nicht nur in Deutschland, sondern auch international machen die angehenden Sportmanager von sich Reden und führen zum 7. Mal unter dem Motto „sportsmanagement around the world“ eine einwöchige, internationale Exkursion durch, deren Ergebnisse auf dem Kongress präsentiert werden.

Wolfgang Niersbach, Hans-Joachim Watzke, Dr. Thomas Bach oder auch Dr. Richard von Weizsäcker sind nur einige der hochkarätigen Gastreferenten, die es in den letzten Jahren zu Deutschlands größtem studentisch organisierten Sportmanagement-Kongress nach Salzgitter gezogen hat. Auch dieses Jahr veranstalten Studierende der Ostfalia Hochschule den **Kongress blickpunkt sportmanagement** - und das bereits zum 17. Mal in Folge. Mit dem diesjährigen Thema „Next Generation – Maschinerie des Sportbusiness?“ will das 5. Semester des Studiengangs Sportmanagement der Frage nachgehen, in welcher Situation sich der Sport befindet. Dabei soll vor allem kritisch hinterfragt werden, wie die immer stärker werdende Maschinerie des Sports die neue Generation beeinflusst und im zunehmenden Konflikt mit ethischen Werten steht. Zwei Tage lang werden namhafte Referenten aus der Sportbranche über spannende Themen referieren, diskutieren und bei Fragen des Publikums Rede und Antwort stehen.

Die Aufmerksamkeit lenkt das Organisationsteam dabei vor allem auf den aktuellen Stand der Jugendförderung und wie diese zum Geschäft, der Maschinerie des Sportbusiness, beiträgt. Auch Themen wie der Karriereein- und -ausstieg von Sportlern, das Scouting der nächsten großen Stars und die Persönlichkeitsentwicklung von Nachwuchstalenten sowie die daraus resultierenden physischen An-

forderungen werden im Mittelpunkt des Geschehens stehen.

Wer dabei sein will, kann sich auf der Internetseite des Kongresses [www.blickpunkt-sportmanagement.de](http://www.blickpunkt-sportmanagement.de)

informieren und anmelden. Getreu dem Motto „Von Studierenden für Studierende“ ist auch in diesem Jahr für alle Schüler und Studierende der Eintritt frei. Möglich machen dies vor allem Sponsoren & langjährige Partner der Veranstaltung, wie Volkswagen, Zächel, SPO-MAN, Sport-Thieme, Intersport, die WEVG oder das Hotel am See, die den Kongress dieses Jahr tatkräftig unterstützen. Weitere Informationen sind nicht nur auf der Homepage unter [www.blickpunkt-sportmanagement.de](http://www.blickpunkt-sportmanagement.de), sondern auch im Social Media auf Facebook, Instagram, Xing und Twitter zu finden.

Die diesjährige **Internationale Exkursion** mit dem Titel „Next Generation – All we do is win?!“ führt die Studierenden nach Dublin. Die Teilnehmer stehen bereits in den Startlöchern, denn schon Ende Oktober geht es für sie los.



Vom 28. Oktober bis zum 4. November wird sie ein spannendes, sportbezogenes Programm auf der irischen Insel erwarten. Im Mittelpunkt der Exkursion steht die Jugendförderung durch die irischen Verbände und die Organisation durch den Staat. Um ihren Wissensdurst zu stil-

len, wollen die angehenden Sportmanager einen Einblick in die Trainingswissenschaften und die neuen Methoden erhalten, die in der Ausbildung der irischen Sportjugend angewandt werden. Passend dazu wird die Organisation des irischen Universitätsports näher untersucht.

Um die irische Kultur und typischen Ballsportarten, wie Gaelic Football und Hurling, besser zu verstehen, werden die Studierenden diese ausprobieren, um die theoretischen Erkenntnisse um praktische ergänzen zu können.

Ein weiterer Programmpunkt ist der National Sports Campus, der den meisten Sportarten in Irland sehr gute Trainingsbedingungen bietet. Außerdem wird das Terenure College besichtigt, welches eine große Rugby Tradition pflegt. Zudem werden die Studierenden die Sportart Mountaineering kennen lernen. Durch den Besuch bei der NSPCC, die Familien in schwierigen Zeiten durch ein umfangreiches Sportangebot unterstützt und Kindern eine gute Kindheit ermöglicht, bekommen die Studierenden auch Eindrücke aus der nordirischen Stadt Belfast zu sehen.

Zusätzliche Informationen sind auf der Ostfalia-Homepage unter Institut für Sportmanagement und Blickpunkt Sportmanagement, als auch auf den sozialen Medien wie Facebook und Instagram unter Internationale Exkursion – Blickpunkt Sportmanagement zu finden.

Ein herzlicher Dank gilt allen Spendern, die die Exkursion durch ihre Spenden bei der Umsetzung unterstützen.

Wer jetzt neugierig geworden ist, kann sich auf der Internetseite des Kongresses für diesen anmelden, um mittendrin statt nur dabei zu sein. Dabei bekommt der Zuschauer nicht nur spannende Einblicke in das Sportbusiness, sondern kann sich auch die Impressionen der Exkursion näher anschauen, die dann präsentiert werden.

*Organisationsteam Kongress blickpunkt sportmanagement*

*Organisationsteam Internationale Exkursion*

## Wo sind sie geblieben?

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

Mein Name ist **Stefanie Greite**

Studienzeit und Abschluss:

*Sportmanagement BA: 09/2009-12/2012*

*Führung in Dienstleistungsunternehmen  
MA: 09/2012-02/201*

Jobs bzw. Arbeitgeber bis heute:

*01/2015-01/2016 Marketing Managerin  
bei Agentur Bartels. & TalentEntdecker -  
Agentur für Sportmarketing*

*08/2016-08/2017 Brand Managerin bei  
Wesemann Werbeagentur*

*Seit 09/2017 Teamleiterin Brand Ma-  
nagement bei Wesemann Werbeagentur*



Das habe ich im SPM-Studium in Salzgit-  
ter gelernt:

*Der klare Vorteil eines Studiums an der  
FH im Vergleich zu einer Universität ist  
für mich der direkte Praxisbezug. Dieser  
ist sowohl im Studienalltag durch Projek-  
te mit verschiedenen Unternehmen und  
der Organisation des Kongresses, den  
wir 2012 gestaltet haben, als auch durch  
das Praxissemester gegeben. Die Theorie  
fiel mir schon immer leicht, aber durch  
die praktische Anwendung, ist es nicht  
nur stumpfes Auswendiglernen, sondern  
man lernt die Theorien direkt anzuwen-  
den. Beim Einstieg in das Berufsleben  
konnte ich daher bereits auf einen klei-  
nen Erfahrungsschatz zurückgreifen und  
mit ausreichend Selbstvertrauen an Pro-  
jekte herangehen. Was ich noch gelernt  
habe: Mich selbst zu organisieren und  
Ruhe zu bewahren, wenn ein Projekt mal  
nicht wie geplant läuft – denn das ist im-  
mer so.*

Das würde ich allen Studies ans Herz legen:

*Seid engagiert, aber genießt auch eure  
Studienzeit – ihr habt nie wieder so viel  
Zeit wie jetzt. ;-) Seid nach dem Studium  
nicht auf einen Bereich fixiert. Alles, was  
im Sportmanagement gelehrt wird, könnt  
ihr genauso gut in anderen Branchen ein-  
setzen. Aktuelle arbeite ich in einer Wer-  
beagentur, die nicht im Sport tätig ist,  
aber dennoch kann ich hier mein Wissen  
täglich einbringen.*

*Und zuletzt: wenn ihr die Möglichkeit  
habt, geht ein Semester ins Ausland.*

Impressionen von der Fachtagung/vom  
Kongress damals:

*Die professionelle Arbeit, die dahinter  
stand, ist im Nachhinein betrachtet beein-  
druckend. Ich war im Controlling für die  
Finanzen zuständig und musste da schon  
das ein oder andere Problem bewältigen.  
Was unser Team damals gewuppt hat –  
mit allen Hindernissen und nur 3 Stunden  
Schlaf zwischen den beiden Kongressta-  
gen, war einfach toll.*

Mein Name ist **Philipp de Freitas**

Studienzeit und Abschluss: 2005-2008

Jobs bzw. Arbeitgeber bis heute:

*2017-2018: EA Leichtathletik-Europa-  
meisterschaften Berlin 2018 (Commercial  
Hospitality/ Sponsoring)*

*2014-2017: MBA Sportmanagement in  
Fortaleza, Brasilien (Gründer/ Studien-  
gangleitung)*

*2012-2014: FIFA ConfedCup Brasil 2013  
(Venue Logistics Manager/ Consultant)*

*2007-2009: IAAF Leichtathletik-Welt-  
meisterschaften Berlin 2009 (Marketing/  
Communications).*

Das ist mein bisher bedeutendster Output  
aus dem SPM-Studium in Salzgitter:

*Die Gründung des Studiengangs Sports-  
management in Brasilien. Nach meinem  
Praxissemester bei der Leichtathletik-WM  
2009 war für mich klar, bei Sportgroßver-  
anstaltungen weiterhin arbeiten zu wol-  
len. 2011 hieß es Koffer packen und ab  
nach Fortaleza - Brasilien. Sprache, Kli-  
ma, Kultur kennenlernen und Kontakt-  
netzwerk spannen. Kurze Zeit später*

*stand ich dem Venuemanager des FIFA-  
WM Austragungsortes Fortaleza  
(Deutschland : Ghana) beratend zur Sei-  
te, dies vor allem wegen meines akade-  
mischen Backgrounds. Auf der Welle von  
WorldCup und Olympic Games entwi-  
ckelten sich im Lande erstmals Studien-  
gänge im Sportmanagement und eine  
Dozentenberufung folgte. Aus dieser Er-  
fahrung war ein neues Projekt geboren:  
Bildungsexport - Adaptiertes copycat  
SPORTMANGEMENT – made in Calbe-  
cht. Theorie trifft PRAXIS – Volltreffer!  
Und vielleicht gibt es ja eines Tages ein  
Exchange-Programm mit dem Original?*

*Fazit: Manchmal ist ein Schritt aus der ei-  
genen „bubble“ nötig, um festzustellen  
welche guten Skills und Wissen wir in SZ  
erworben haben. Im Ausland wird es  
hochgeschätzt.*

Das würde ich allen  
Studies ans Herz  
legen:

*Nutzt die Zeit, seid  
proaktiv, baut Euer  
Netzwerk auf!  
Startet bei SPO-  
MAN.net! Es wird  
sich irgendwann  
einmal auszahlen.*

Impressionen von  
der Fachtagung/  
vom Kongress da-  
mals:

*Das war natürlich die eigentliche „Reife-  
prüfung“. Interdisziplinäres arbeiten in ei-  
ner temporären Organisation. Gute Vor-  
bereitung für das reale Arbeitsleben, be-  
sonders in Bezug auf das Stakeholder-  
management. Beste Veranstaltung im  
Curriculum. Ich bin gespannt wie sich  
diese Veranstaltung weiterentwickelt!  
Gebt Vollgas!*

Etwas in eigener Sache:

*Willst du bei der Leichtathletik-EM BER-  
LIN 2018 dabei sein? Als Praktikant oder  
Zuschauer? [www.berlin2018.info](http://www.berlin2018.info) ! Und  
wer mehr zum Thema Brasilien wissen  
möchte, meldet sich auch gerne. Vieles  
ist möglich!*





## Drei Fragen an ...

Christian Vetter

Consultant Advisory Services  
bei Ernst & Young

### Frage 1: Wie sind Sie zu Ihrem Job gekommen?

Nach meinen Studien im Bereich Sport Management und Wirtschaftswissenschaften stand sehr schnell fest, dass ich in die Unternehmensberatung gehen möchte. Vor allem die sehr schnell ansteigende Lernkurve und das super Netzwerk, welche man über die Zeit gewinnt, haben mich zu dem Schritt bewogen. Das Studium Sport Management begleitet mich jedoch auch im Berateralltag, da ich oftmals auch auf Projekten eingesetzt werde, die starken Sportbezug haben. Für mich war entscheidend, dass ich einen Job habe, der nicht nur Spaß macht sondern mich jeden Tag auf Neues lehrt, verschiedene Dinge zu erlernen und zu verstehen.

### Frage 2: Welchen Eindruck haben Sie vom Studiengang Sportmanagement?

Der Studiengang Sport Management an der Ostfalia Hochschule wirkt auf mich sehr professionell und super strukturiert. Nicht zuletzt durch eine hohe fachliche Expertise der Dozenten / Professoren, sondern auch der starke Praxisbezug machen die Ostfalia Hochschule besonders.

Darüber hinaus sind die Studierenden, mit denen ich bis dato zu tun gehabt habe sehr motiviert und gleichzeitig sehr neugierig, wie die Theorie letztlich in der Praxis aussieht. In Summe kann ich nur sagen, dass ich mich jedes mal auf ein

Neues freue, an der Ostfalia zu unterrichten.

### Frage 3: Welchen Ratschlag würden Sie Studierenden für das Berufsleben mit auf den Weg geben?

Um in der heutigen Berufswelt erfolgreich zu sein, sollte man stets bereit sein, mehr zu leisten als gewöhnlich. Da die meisten der Studierenden jedoch aus dem Sportbereich kommen, ist diese Fähigkeit bereits deutlich ausgeprägt, so meine Erfahrung, was man nicht zuletzt an den sehr guten Ergebnissen der Prüfungen sieht. Um es kurz zu fassen mein Rat an die Studierenden:

„Bleiben Sie Ihr Leben lang neugierig und motiviert, damit Sie stets den Antrieb Ihrer täglichen Arbeit aufrechterhalten.“

### PersonenDaten

Christian Vetter

[Christian.Vetter@rub.de](mailto:Christian.Vetter@rub.de)

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/christian-vetter-0998b6a4/>

Xing: [https://www.xing.com/profile/Christian\\_Vetter35?sc\\_o=mx\\_b\\_p](https://www.xing.com/profile/Christian_Vetter35?sc_o=mx_b_p)

## News vom Campus Salzgitter

Wir begrüßen in diesem Wintersemester 82 neue Sportmanagement-Studierende. Insgesamt haben sich 600 Männer und Frauen in diesem Semester für ein Bachelor- oder Masterstudium am Campus Salzgitter in der Fakultät Verkehr-Sport-Tourismus-Medien entschieden.

Ein großes Dankeschön geht an die ehrenamtlichen Helfer des TSV Salzgitter, die das Asphaltstockschießen für unsere Erstsemester am 18.09.2017 betreut haben.

Ganz herzlich wollen wir uns auch bei Sport-Thieme, der Bäder Sport und Freizeit Salzgitter GmbH, Eintracht Braunschweig, den Basketball Löwen Braunschweig und den New Yorker Lions bedanken, die uns mit Preisen und Gutscheinen im Rahmen unserer Erstsemesterveranstaltung am 19.09.2017 unterstützt haben.

Die Mensa und der Kiosk werden seit dem Sommersemester 2017 vom Studentenwerk betrieben. Der Umbau der alten Bibliothek im Gebäude B zur Cafeteria steht leider noch aus.

Der langjährige Hausmeister und die gute Seele des Campus Leszek Laskowski ist in den wohlverdienten Ruhestand gegangen und inzwischen auch aus der Hausmeisterwohnung ausgezogen.

Im Master-Studiengang finden in diesem Semester zwei Projekte mit Sportbezug statt: Golftourismus (Prof. Kissling) in Kooperation mit der TUI und Reitsport (Springreiten, Dressur, Vielseitigkeit) (Prof. Wadsack) in Kooperation mit HourseFuturePanel Göttingen/Schlieben

Gastvorträge in diesem Wintersemester u.a.: Alfons Hörmann (DOSB), Reinhard Rawe (LSB Niedersachsen), Kai Welkerling (Anwaltskanzlei Göhmann).

Buchreihe Blickpunkt Sportmanagement: gleich zwei neue Bände sind in Vorbereitung (Digitale Transformation im Sportmanagement und Qualität des Freiwilligenmanagement).



## Netzwerk, Exkursionen & Events:

Unter diesen drei Säulen werden auch Ende 2017 wieder allerhand Projekte an den Start gehen.

Das neue Semester wird mit dem SPO-MAN.fifacup und dem SPO-MAN.cup starten, bei dem die Besten der Besten zeigen was sie können, um sich für den SPO-MAN.championscup zu qualifizieren. Kurz darauf wird bereits die dritte SPO-MAN.academy im Fokus stehen. Auch der SPO-MAN.handballcup, bei dem es darum geht die Ehre der letzten Jahre zu verteidigen, darf in der Semestervorschau nicht fehlen. Der SPO-MAN.day wird dieses Jahr wiederrum ein neues Konzept bekommen und nicht wie üblich in Salzgitter und Umgebung stattfinden, sondern mit der SPO-MAN.ontour vom 1.-3. Dezember, in eine größere Stadt Deutschlands, gekoppelt sein. Das Jahr werden wir dann Ende Dezember im Rahmen des SPO-MAN.abschluss ausklingen lassen.

Alle weiteren Infos gibt es auf [www.spo-man.net](http://www.spo-man.net) oder auf Facebook.