LIVE ON STAGE

Europa Campus

Studimagazin VI/2009
Ein Medienprojekt der Studenten
des EC Europa Campus
Baden-Baden und Mannheim

Obama-Mania in Baden-Baden

Mit Lothar Matthäus bei Eurosport

Olympia-Kanutin Nicole Reinhardt

Funk-Taxi Baden-Baden e.V.
0 72 21 / 6 21 10 oder 38 111
pünktlich & zuverlässig

www.ec-europa-campus.com
bachelorstudium

Studieren, wo die Puppen tanzten

Foto: Schildkröt-Puppen und Spielwaren

Wer vom Schwetzinger Schloss nach Mannheim fährt, wird auf Höhe des Neckarauer Bahnhofs zu seiner Rechten ein hohes, die Umgebung prägendes Bauwerk wahrnehmen. Es steht in direkter Nachbarschaft zum Gebäudekomplex des EC Europa Campus Mannheim und ist der Wasserturm des bis 1975 dort ansässigen Unternehmens "Schildkröt".

Auf dem jetzt parkartigen Gelände um den Wasserturm eröffnete 1873 das damals noch als Rheinische Hartgummi-Waren-Fabrik bekannte Werk seine Pforten. Als Anfang der 60er Jahre des 19. Jahrhunderts das Celluloid erfunden wurde, nutzte Schildkröt diesen neuen Rohstoff, um seine Kosten zu senken. Als die Celluloidherstellung noch in den Kinderschuhen steckte, explodierte, knallte und brannte es häufig in der „Rheinischen“, denn Celluloid ist leicht entflammbar. Daher gaben ihr die Neckarauer Nachbarn den Namen „die Knall“. Um Bränden auf dem Fabrikgelände begegnen zu können, benötigte Schildkröt einen Löschwasservorrat. Zu diesem Zweck wurde ein eigenes Reservoir gebaut: eben der Schildkröt-Wasserturm.

Weltberühmt wurde das Unternehmen mit seinen Celluloid-Puppen. Mehr als ein halbes Jahrhundert lang stand die Schildkröt-Puppe auf den Weihnachtswunschzetteln der kleinen Mädchen. Die Puppen haben heute Sammlerwert. Ungeschicktes Management und häufige Übernahmen durch Branchenfremde wurden der Schildkröt im Laufe der Zeit zum Verhängnis. Das endgültige Aus für den Standort Mannheim kam im Jahre 1975. Das weltbekannte Unternehmen wechselte seinen Standort und zog in die Spielzeughochburg Rauenstein in Thüringen.

Auf dem ehemaligen Schildkröt-Gelände befindet sich heute der hochmoderne High-Tech-Park Neckarau. EC Europa Campus Mannheim hat hier sein Zuhause. An die alte Schildkröt-Fabrik erinnern nur noch der Wasserturm, ein paar Straßennamen und die Tischtennisbälle aus Celluloid, mit denen die EC-Studenten in den Vorlesungspausen auf dem Campus ein Match bestreiten.

Felix Rauh

37 Baden-Badener und Mannheimer Studenten verlassen zum Ende des Sommersemesters 2009 erfolgreich den EC Europa Campus, um das Studium an der Hochschule Mittweida mit dem staatlichen Hochschulabschluss des Bachelor of Arts abzuschließen.

Campus Live

Cup der Privaten in Berlin 04

Cup der Gymnasien in Baden-Baden 06

Handballervorbild Christian Schwarzer 10

Workshop Sportjournalismus 11

Media Live

13 Die Weiten des Web 2.0

14 Der Mannheimer Maimarkt und die Medien

15 Die BNN als Sponsor von Events

16 Radio Regenbogen – Flagge zeigen mit Events

17 Mit Lothar Matthäus und Uli Kapp bei Eurosport

Events Live

Europapark Rust – Erlebnisspaß trifft Eventmarketing 19

Obama-Mania in Baden-Baden 20

Sports Live

24 Prävention, Sport und Bewegung bei Daimler

27 1899 Hoffenheim – ein Traum wird wahr

29 Olympia-Kanutin Nicole Reinhardt

Regio Live

Technologieregion Karlsruhe 30

Rettungshundestaffel: Team mit Herz 31

Stadtmarketing Mannheim – Studenten im Fokus 32

I love Heidelberg 34

Impressum

LiVe on Stage
Studimagazin VI/2009
Ein Medienprojekt der Studenten des EC Europa Campus Baden-Baden und Mannheim

Redaktion Mannheim:
Sarah Mehrtasch,
Sina Ollinger,
Fabian Rünger

Redaktion Baden-Baden:
Tilman Günther,
Dominik Mackevicius

Redaktionsteam:
Ralf Joachim Kraft,
Heinz-Ludwig Nöllenburg,
Karin Lange,
Claudia Lange,
Judith Bub,
Dr. Volker Kreyher

V.i.S.d.P.
Dr. Volker Kreyher
EC Europa Campus

EC-Studienzentrum
Baden-Baden
Lichtentaler Straße 27
(Eingang Stahlbadstraße)
76530 Baden-Baden
Tel.: 07221-996590

EC-Studienzentrum
Mannheim
Janderstraße 8
(High-Tech-Park-Neckarau)
68199 Mannheim
Tel.: 0621-1502984

www.ec-europa-campus.com

Cup der Privaten 2009

EC Europa Campus auch am Ball erfolgreich

EC-Studentin Alwina Kuhn vor dem Berliner Reichstag

Wie in den vergangenen zwei Jahren schickte EC Europa Campus auch dieses Jahr wieder zwei Mannschaften aus Mannheim und Baden-Baden zum „Cup der Privaten“ nach Berlin. Der „Cup der Privaten“ – die Europameisterschaft der privaten Hochschulen – ist ein jährlich in Berlin stattfindender Fußballevent für Studenten aus ganz Europa. Die Idee dazu stammt von zwei Berliner Studenten, die das Turnier 2003 ins Leben riefen. Die Philosophie des Turniers ist es, auf dem Spielfeld aber vor allem abseits davon neue Kontakte zu knüpfen und Freundschaften zu schließen.

Die 48 Mannschaften, die 2009 vertreten waren, lieferten sich kämpferische Spiele, um das Team zu ermitteln, dessen Spieler am Ende den heiß begehrten Pokal in ihren Händen halten konnten, und um sich von den insgesamt 2000 mitgereisten Fans gebührend feiern zu lassen.

Die beiden Mannschaften des EC Europa Campus, die in diesem Jahr mit neuen Trikots und einem positiven Teamgeist das Turnier für sich entscheiden

Die Mannheimer Equipe

Die Baden-Badener Mannschaft

wollten, waren von Anfang an motiviert, sich mit favorisierten Mannschaften wie Istanbul, St. Gallen oder dem Vorjahressieger Lokomotive Torrausch aus Berlin zu messen.

So wurde in jedem Spiel bis zur letzten Minute gekämpft. Auch dank der fantastischen Fanunterstützung der EC-Kommilitoninnen startete das Team aus Baden-Baden mit einem Auftakt nach Maß in das Turnier. Das Spiel gegen die Münchner wurde mit 4:1 gewonnen. In den folgenden Spielen blieb den EC-Spielern aus Baden-Baden jedoch ein Happy-End und der Einzug in die Finalrunde verwehrt.

Die Mannheimer Equipe konnte sofort die ersten drei Siege für sich verbuchen. Die Mannschaft erreichte als Gruppendritter die Zwischenrunde und hatte sich somit die Chancen auf den Turniersieg gewahrt. Nachdem das Team auch die zweite Gruppenphase überstanden hatte, wartete in der Finalrunde mit St. Gallen schließlich ein schweres Los. In einem schnellen und körperbetonten Spiel fiel Sekunden vor Schluss der einzige Treffer der Partie, jedoch zu Ungunsten der Mannschaft des EC Europa Campus. Damit war das Turnier auch für die Mannheimer Mannschaft beendet. Trotz der Niederlage konnte man sich als Neunter einen Platz unter den Top Ten sichern.

Sowohl bei den Spielern als auch bei den Fans kam das Turnier gut an. „Wir hatten starke Konkurrenz, schwere Spiele und haben gekämpft bis zum Schluss“, so Christian Haas, der für die Mannheimer Mannschaft am Ball war.

Patrick Remmert, Martin Breiter, Dominik Mackevicius und Michael Pohl

EC-Spieler Christian Haas (r.) und Jens Figal (l.) im Kampf um das runde Leder (Foto: www.nightpaper.com).

Studieren macht Spaß

Hatte Spaß beim Studieren: Matthias Maczey.

Matthias Maczey befindet sich in seinem sechsten und letzten Semester und absolviert sein dreimonatiges Praktikum beim Südbadischen Fußball-Verband in Freiburg. Es liegt eine intensive und aufregende Zeit hinter ihm, „eine Zeit, die ich aber unter keinen Umständen missen möchte“, wie er betont. Auf einer Berufsmesse in Offenburg wurde er auf den EC Europa Campus aufmerksam: „Sportbegeistert bin ich schon mein ganzes Leben lang. Und dann ist alles ganz schnell gegangen. Ein Besuch in Baden-Baden und kurze Zeit später war ich immatrikuliert.“ Das Konzept überzeugte. Außerdem hatte er keine Lust auf überfüllte Hörsäle und gestresste Dozenten. Von Baden-Baden als Studienstandort zeigt sich der 22-Jährige positiv überrascht: „Mit seinen kulturellen Einrichtungen und der Lage in der Technologie-Region Karlsruhe bietet Baden-Baden eine Menge Möglichkeiten. Die Kommilitonen, die hierher gezogen sind, hatten viel Spaß und fühlten sich hier wohl.“ Im fünften Semester ziehen die Studenten an die Hochschule Mittweida um: „Auch diese sechs Wochen haben sich gelohnt. Mittweida hat eine tolle, hochmoderne Hochschule, und die Atmosphäre war angenehm und freundlich.“ Jetzt schreibt Matthias seine Bachelor-Arbeit. Zeit also für ein Fazit: „Da die Dozenten direkt aus der Praxis kommen, sind die Vorlesungen bei EC Europa Campus sehr interessant und hilfreich, ebenso die häufigen Praxisdialoge beispielsweise mit Managern vom Karlsruher SC, von 1899 Hoffenheim oder von Greenpeace. Jeder Student ist hier eine eigenständige Persönlichkeit und lernt, was zu bewegen. Studieren macht Spaß.“

Marc Brandt

Michael Ackermann

Kreativwirtschaft schafft Arbeitsplätze

„In der Filmwirtschaft der Region werden immer junge motivierte Leute gebraucht, die etwas von Öffentlichkeitsarbeit verstehen“, so schätzt Michael Ackermann, Projektleiter der Filmkommission Rhein-Neckar, die Berufsperspektive für Studenten in seiner Branche ein. Ackermann stellte im Praxisdialog mit den Mannheimer EC-Studenten die Arbeit der Kommission vor, die für den Produktionsstandort Metropolregion Rhein-Neckar wirbt und internationale Filmproduktionen betreut. „Die Kreativwirtschaft ist die einzige Branche, die ständig neue Arbeitsplätze schafft“, ermunterte Ackermann die Studenten.

Patrick Remmert

Jonas Schmieder von der Verlagsgruppe Klambt stellt Kooperationsmöglichkeiten in Aussicht

Jonas Schmieder, Head of Digital Business der Verlagsgruppe Klambt, stellte beim Praxisdialog des EC Europa Campus in Baden-Baden den Studenten Kooperationsmöglichkeiten im Bereich TV-Produktion in Aussicht. Die Idee ist, dass die Studenten Video-Porträts über Stars erstellen und auf den Internetseiten der People-Magazine „OK!“ oder „in“ veröffentlichen. „Eventuell können wir diese Videos online einbinden und schauen, wie die Resonanz ist“, so Schmieder. Im Bereich Digital Business, Marketing und Public Relations ist der Wirtschaftsjurist für die crossmedialen Onlineaktivitäten der Verlagsgruppe Klambt verantwortlich. Mit dem Relaunch der Internetseite des People-Magazins „OK!“ setzte der 28-Jährige neue Akzente in Design, Bewegtbild und Web-Applikationen. Ein Kooperations-Clou ist ihm mit McDonalds-TV Deutschland gelungen. Das bestehende Entertainment-Programm, das auf den Flatscreens in über 520 McDonalds Filialen zu sehen ist, wird seit Januar 2009 mit internationalen OK!-Celebrity-News ergänzt. „Mit dieser Kooperation gewinnen wir einen großen internationalen Partner und verstärken die Präsenz und Bekanntheit der Weltmarke OK!“, so Schmieder.

Dominik Mackevicius

Jonas Schmieder im Dialog mit EC-Studenten.

Gesundheitsmanagement: WHO-Collaborating Center Heidelberg

Prof. Dr. Egbert Nüssel, Direktor des WHO Collaborating Centers in Heidelberg und Leiter des Wissenschaftlichen Instituts der Praxisärzte, stellte bei Praxisdialogen am EC Europa Campus in Baden-Baden und Mannheim sein Fünf-Stufen-Modell zur Evaluierung von Herz-Kreislauf-Erkrankungen vor. Mithilfe von krankheitsbezogenen Daten, die über Hausärzte gewonnen werden, wird ein Gesamtbild der gesundheitlichen Lage in der jeweiligen Kommune, auf die sich die Untersuchung bezieht, erstellt. Dann werden Interventionsmaßnahmen gegen die typischen Zivilisationskrankheiten eingeleitet. „Man muss die Leute überzeugen, dass sie etwas für ihre Gesundheit tun“, so Nüssel, der sich einen Erkenntnisprozess in der Bevölkerung wünscht. Die EC-Studenten diskutierten mit ihm und seiner Mitarbeiterin Inga Mühlberg, wie man das von der Weltgesundheitsorganisation (WHO) unterstützte Projekt mithilfe von Kommunikationsmaßnahmen bekannter machen könnte. Sie sprachen darüber, wie sie ihr Knowhow zur Planung und Organisation von Gesundheitsförderungskampagnen nutzen könnten. Nüssel stellte den Studenten eine Zusammenarbeit bei der Umsetzung seiner Projekte in Aussicht.

Peter Szczecinski und Sebastian Matthes

Videoproduktion bei den Söhnen Mannheims

Billy T. Davis, Produzent, DJ und Gründungsmitglied der Söhne Mannheims, bekam es mit einem EC-Aufnahmeteam zu tun. Im Rahmen eines Videoprojekts sprach der gebürtige US-Amerikaner mit den Mannheimer EC-Studenten über sein Musikerleben und gab ihnen Einblick in die Arbeit eines Musikproduzenten. Am Mischpult präsentierte er einige frisch produzierte Beats. In seinem Leben spielt der christliche Glaube eine wichtige Rolle. Das spiegelt sich in seiner Musik wider.

EC-Studenten Marius Herold, David Schneider und Felix Rauh sprachen mit Billy. T.Davis (2.v.l.).

Jede Musiknote seiner Kompositionen widme er seiner Familie, machte Davis klar. Billy T. Davis wird in diesem Jahr mit den Söhnen Mannheims und Xavier Naidoo neue Songs aufnehmen und sich auch in anderen Musikprojekten engagieren.

Jens Figal

Für ein Fernsehporträt von Mark Keller, bekannt aus der berühmten Fernsehserie „Alarm für Cobra 11“, reisten Evelyn Vogt, Carolin Diller, Anastasia Ivanova und Franziska Hauber nach Kitzbühl. Dort stand Keller gerade als operierender Arzt vor der Kamera für eine neue Fernsehserie.

EC Europa Campus und Metropolregion Rhein-Neckar

Metropolregion: Regina Pfriem (m.) im EC-Studienzentrum Mannheim.

„EC Europa Campus wird Mitglied der Metropolregion Rhein-Neckar-Gesellschaft“, informierte Regina Pfriem, Leiterin Öffentlichkeitsarbeit der Metropolregion, die Studenten beim Praxisdialog im Studienzentrum Mannheim. Geplant ist, dass EC Europa Campus die Mitglieder des Verbandes im Rahmen eines „Family-Trips“ einlädt und ihnen das Studienzentrum in Mannheim vorstellt. Pfriem hob die Alleinstellungsmerkmale der Metropolregion hervor: „den Dreiklang aus innovationsstarker Wirtschaft, brillianter Wissenschaft und höchster Lebensqualität“. Für die Studenten in der Metropolregion will Pfriem eine Praktikumsbörse einrichten.

Sebastian Matthes

Die Siegermannschaft Heimschule Lender Sasbach.

Cup der Gymnasien

Oberstufenschüler kämpfen um den Wanderpokal des EC Europa Campus

Spiel, Spaß und Spannung waren bei dem von EC Europa Campus veranstalteten Cup der Gymnasien angesagt, bei dem die Oberstufenschüler der Gymnasien der Region Baden-Baden-Karlsruhe auf dem Sportplatz des FC Lichtental in Baden-Baden zum Wettbewerb antraten.

Organisiert wurde der Event im Rahmen des praxisorientierten Bachelorstudiums von den Studenten des vierten Semesters unter Leitung ihres Dozenten Raimund Gründler.

Sieger in dem spannenden Fußballturnier wurde die Mannschaft der Heimschule Lender Sasbach. Im Finale setzten sie sich mit 3:1 gegen die Mannschaft des Richard-Wagner-Gymnasiums Baden-Baden durch. Zusätzlich zum Wanderpokal freuten sich die Gymnasiasten von der Heimschule Lender über 500 Euro Siegprämie. 300 Euro gingen an das Team vom Richard-Wagner-Gymnasium und 200 Euro an die Mannschaft des Markgraf-Ludwig-Gymnasiums Baden-Baden. Zusätzlich zu den Siegermannschaften nahmen die Teams folgender Gymnasien am Cup teil: Technisches Gymnasium Bühl, Pädagogium Baden-Baden mit zwei Teams, Heisenberg-Gymnasium Karlsruhe, Handelslehranstalt Bühl und Technisches Gymnasium Rastatt.

Aktive Fanteams der Gymnasien begleiten den Cup.

Kreative Fans sorgen für gute Stimmung

Auch die Fans der Fußballmannschaften kamen beim Fanwettbewerb auf ihre Kosten. Auf mehreren Stationen, wie Quiz, Torwandschießen, Dance-Wettbewerb und Fotoaktion, wurden die Kreativität und die Stimmung der Fans auf die Probe gestellt.

Auf die kreativsten Fans warteten Preise im Gesamtwert von 500 Euro plus attraktive Sachpreise und Gutscheine für ein eintägiges Probestudium bei EC Europa Campus. 300 Euro Preisgeld gingen an die Fans der Heimschule Lender Sasbach, die ihre Mannschaft mit Trommeln, Pfeifen und Anfeuerungsrufen zum Turniersieg führten. 200 Euro gewann das Fanteam des

Immer am Ball bleiben.

Heisenberg-Gymnasiums Karlsruhe. Weitere Programmpunkte mit hohem Spaßfaktor waren das Fanschminken zur Vollendung des Fanoutfits und der Human Maxikicker.

Schüler und Studenten feiern gemeinsam

Am Abend begann in der Kunsthalle Baden-Baden für alle Oberstufenschüler der regionalen Gymnasien, aktive Spieler, Fans und Gäste die After-Game-Party „Campus Live“. DJ Julian Ziechaus legte heiße Musik auf. Ihren Höhepunkt erreichte die Stimmung beim Auftritt der Breakdancer der Apocalypse Crew. Auf dem Programm stand außerdem die Siegerehrung mit Übergabe des Wanderpokals der Gymnasien, die durch Direktor Bernhard Veit von der Volksbank Baden-Baden-Rastatt vorgenommen wurde.

Der diesjährige Wettkampf der Gymnasien wurde durch folgende Sponsoren gefördert: Volksbank Baden-Baden-Rastatt, Heel, Höll, Steigenberger Europäischer Hof Baden-Baden, Hotel Magnetberg, Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung RWM, Küchen-Paradies Gehri, Baden Airpark, Burger King im Rasthaus Baden-Baden, KSC-Geschäftsstelle, Peter´s gute Backstube, Fahrschule Riebold, Funk-Taxi Baden-Baden e.V., Tanzwelt Bergmann, Carasana, Dm-Drogeriemarkt Baden-Baden und Gärtnerei Lauerhaß. Der Cup der Gymnasien wurde dadurch ermöglicht, dass der FC Lichtental im Rahmen der bestehenden Kooperation seine Spielplätze, sein Personal und weitere Ressourcen zur Verfügung stellte.

„Mit dem Cup der Gymnasien will EC Europa Campus die Kooperation mit den Bildungseinrichtungen und Gymnasien der Region Baden-Baden-Karlsruhe stärken“, hob Dr. Volker Kreyher, Akademischer Leiter des EC Europa Campus, hervor. „Außerdem können die Studenten beim Cup der Gymnasien Fähigkeiten und Knowhow im Eventmanagement unter Beweis stellen.“

Event und Crossmedia

Der Event erzielte eine gute Medienwirkung: Die örtlichen regionalen Tageszeitungen, Badische Neueste Nachrichten, Badisches Tagblatt und Kurstadt-Nachrichten berichteten und der Karlsruher Fernsehsender RTV brachte einen längeren Beitrag. Der Event wurde crossmedial verarbeitet, um Nachhaltigkeit zu sichern. Im Vorfeld: Logoentwicklung, Entwicklung von Titel, Slogans, Texten und Key Visuals, Gestaltung von Flyern und Plakaten, Entwurf und Versand von zielgruppengerechten Briefen, Entwicklung und Aktualisierung des Pressetextes sowie Aufbau einer interaktiven Homepage mit elektronischem Anmeldeforum. Alle Medien wiesen durch die angegebene Webadresse auf die Homepage hin. Im Nachfeld: Erarbeitung einer Dokumentation mit Evaluation und Presseauswertung, Erstellung von Diashow und Videopodcast, aktuelle Verarbeitung des Events im Internet und in der Studizeitung, Entwicklung und Zusendung von zielgruppengerechten Briefen an die beteiligten Gymnasien und die Sponsoren.

EC-Organisationsteam Anita Thiel, Julia Mohrbach, Svenja Preisler, Anja Göbel und Melanie Mayer (v.l.n.r.)

Christian Schwarzer im Porträt

Vorbild für eine ganze Handballer-Generation: Christian Schwarzer von den Rhein-Neckar Löwen

Am 7. Juni 2009 verabschiedete sich Christian Schwarzer endgültig als Aktiver von der Handballbühne. Nach der Teilnahme an sechs Welt-, fünf Europameisterschaften sowie drei Olympischen Spielen ist für den Kreisläufer der Rhein-Neckar-Löwen Schluss. Studenten des EC Europa Campus Mannheim erstellten aus diesem Anlass ein Video-Porträt des erfolgreichsten deutschen Handballers. Dabei lernten sie auch Uwe Gensheimer kennen, eines der größten Handballtalente der Metropolregion.

Seit 2007 spielte Christian Schwarzer für die Rhein-Neckar-Löwen. Er zeigt sich begeistert von seinem Verein: „Ein Team mit großen Perspektiven in den nächsten Jahren. Mich hat es noch mal gereizt, dabei zu helfen, etwas Großes aufzubauen. Ich hoffe, hier noch einige Titel gewinnen zu können!“ Aktuell steht Blacky, wie er von seinen Mitspielern genannt wird, noch im Kampf um die Champions League und den DHB-Pokal.

Im Interview: Uwe Gensheimer (r.) vor dem Training.

Schwarzer will nach seiner aktiven Karriere dem Handball treu bleiben: „Ich möchte beim Handball bleiben und meine Erfahrung an die Jugend weitergeben.“

Uwe Gensheimer ist bei den Badenern eine feste Größe und stolz darauf, mit einem seiner großen Vorbilder in einem Team zu spielen: „Christian Schwarzer, der schon ganz viele Titel gewonnen und so viel Erfahrung hat, von solchen Spielern kann man nur lernen. Zu solchen Spielern hat man früher als kleiner Junge aufgeschaut.“ Gensheimer hat mit seinen 22 Jahren gerade den Sprung in die deutsche Nationalmannschaft gepackt und klare Vorstellungen dazu: „Ich möchte in zehn Jahren immer noch erfolgreich Handball spielen.“

Sarah Mehrtash

Schnuppergolfen im Golf Club Baden-Baden

Gerhard Kaufmann, Clubmanager des Golfclubs Baden-Baden, stellte beim Praxisdialog in Baden-Baden die ökonomische Entwicklung im Golfsport vor und lud die EC-Studenten zum Schnuppergolfen auf die Driving Range ein.

„Golf ist ein wirtschaftlicher Faktor“, so Kaufmann zur Entwicklung des Golfsports. In Deutschland spielen etwa 550 000 Menschen Golf und der Markt wächst stetig, während die Mitgliederzahlen vieler anderer Sportverbände rückläufig sind. Jedoch wird laut Kaufmann auch die Konkurrenzsituation immer größer. „Golfclubs sind Dienstleister mit dem Ziel, den Golfern einen Rückzugsraum zu geben.“ Auf dem Golfplatz am Fremersberg kann man Spaß am Spiel und Bewegung in der Natur optimal kombinieren. Als dritt-ältester Golfclub Deutschlands positioniert sich der GC Baden-Baden als traditionsreiche Spielstätte mit elitärem Charakter. Durch Events, wie die Vorpremiere des neuen Porsche-Models „Panamera“, und durch Kooperationen mit den Hotels in Baden-Baden wird dieses Image weiter verstärkt.

Dominik Mackevicius und Tilmann Günther

Workshop Sportjournalismus:

Der geilste Beruf der Welt

„Der Sportjournalist von heute muss sowohl fachlich versiert sein als auch über fundierte medientechnische Kenntnisse verfügen“, beschrieb Norbert Lang das Anforderungsprofil, das in allen Bereichen der Medienlandschaft an junge Studienabsolventen gestellt wird. Lang, Sportjournalist beim Regionalsender Radio Regenbogen und beim Rhein-Neckar-Fernsehen (RNF), führte am EC Europa Campus Mannheim einen Workshop für den „Nachwuchs“ durch.

Antti Soramies zeigt den EC-Studenten das Radio Regenbogen-Studio.

Es sei unabdingbar, während der Studienzeit praktische Erfahrungen in Hörfunk, Print, TV und cross-medialer Produktion zu sammeln. Der Trend hin zur Digitalisierung von Informationen und zur Online-Publikation sei unumkehrbar und fordere von Journalisten eine Vielfalt von Fähigkeiten über das Schreiben hinaus, erklärte Lang. Er lud die Studenten zu einem Rundgang durch die Redaktionsräume von Radio Regenbogen und RNF ein.

Norbert Lang erkundet zusammen mit EC-Student Jens Figal die Bluebox beim RNF.

Zu Gast bei Radio Regenbogen

Bei Radio Regenbogen beschrieb Antti Soramies, Chef der Sportredaktion, was alles neben der bloßen Recherche für einen Beitrag auf den Journalisten zukommt. „Als Reporter fürs Radio bist du eine One-Man-Show – vom Aufspüren der Story, über das Aufnehmen des O-Tons und den anschließenden Schnitt des Interviews, bis hin zum Sprechen des fertigen Beitrags – in der Sendung musst du alles können.“ Und das geschehe permanent unter enormem Zeitdruck in einer sich immer schneller bewegenden Medienwelt.

Rhein-Neckar-Fernsehen

„Beim Fernsehen ist das Bild das dominierende Element“, unterstrich Wolfgang Grünwald, Sportchef beim Rhein-Neckar-Fernsehen. Insofern erweitere sich die Arbeit gegenüber dem Radio um den so wichtigen visuellen Faktor. Grünwald produziert und koordiniert für RNF das wöchentlich ausgestrahlte Magazin „Sportreport“, das sich schwerpunktmäßig mit den in der Metropolregion Rhein-Neckar beheimateten Spitzenvereinen befasst, wie den Mannheimer Adlern, den Rhein-Neckar Löwen und 1899 Hoffenheim. Grünwald betonte gegenüber den EC-Studenten wie wichtig es sei, sich umfassende praktische Kenntnisse anzueignen. Zu technischen Fähigkeiten sollten auch grundlegende Kenntnisse im Bereich Management, Marketing sowie Kommunikation erworben werden.

Für Sportjournalist Lang liegt gerade in der sich ständig verändernden Medienlandschaft und den daraus entstehenden neuen Anforderungen der Reiz seines Berufes, den er für „den geilsten der Welt“ hält.

Fabian Rünger

RNF-Sportchef Wolfgang Grünwald nennt die Anforderungen, denen sich Medienmanager heute stellen müssen.

Karate Do

Der Weg der leeren Hand

„An oberster Stelle steht immer der respektvolle Umgang miteinander“, diese Ansichten vertritt auch Ulrich Streich, Vorsitzender des 1. Badener Karate Dojo (BKD), in dem seit mehr als 25 Jahren diese besondere Kampfkunst trainiert und weitergeben wird.
Dies ist einer, wenn nicht gar der wichtigste von zehn Verhaltenskodexen im Karate.

Fotos: Jan Rohwedder

Die japanische Sportart ist nicht nur eine Kampfkunst, sondern in gewisser Weise auch eine Lebenseinstellung. Karate bedeutet übersetzt „leere Hand“. Da man außer seinem eigenen Körper keine Waffen einsetzt, geht es zuallererst um die Vervollkommnung der eigenen Technik, niemals aber darum, einen anderen zu verletzten.

Durch das große Engagement des Vorstands und der Trainer des 1. BKD brachte der Verein in den vergangenen Jahren immer wieder national und international erfolgreiche Karateka hervor.

Die Übungsstunden sind voller Rituale und Verhaltensregeln, die schon seit Jahrhunderten so überliefert sind. Vor jedem Training reihen sich alle Schüler in einer Linie auf - vom höchsten Gurt, dem ganz rechts stehenden Senpai, bis zum niedrigsten Gurt. Der Sensei, also der Lehrer, steht vor der Gruppe. Der Senpai spricht die Kommandos zum Abknien und Augenschließen. In dieser Phase bereiten sich die Schüler mental auf das Training vor. Sie verlassen sozusagen ihren stressigen Alltag und konzentrieren sich nur noch auf das bevorstehende Training. Auf Kommando werden die Augen wieder geöffnet und der Sensei wird durch eine Verbeugung gegrüßt.

Das Training verläuft eigentlich immer nach demselben Schema, zuerst wärmen sich die Karateka auf und machen Dehnübungen, um Verletzungen während des Trainings vorzubeugen. Dies nimmt etwa 30 Minuten in Anspruch. Nun beginnt das einstündige Training, in dem immer die drei Säulen des Karate behandelt werden.

Die erste Säule ist das Kihon, die Grundschule. Hier werden die einzelnen Techniken erlernt und verbessert. Auf diesen Techniken bauen die beiden anderen Säulen auf. Die zweite Säule ist die Kata - ein Kampf gegen mehrere imaginäre Gegner in einer festgelegten Schrittfolge. Im Shotokan-Karate gibt es 27 Katas, die bis zum Schwarzgurt alle erlernt werden. Die letzte Säule ist das Kumite, der Kampf mit einem Gegner. Bei dieser Disziplin ist die größte Aufmerksamkeit gefragt, um Unfälle zu vermeiden. Anfänger erlernen diese Disziplin in langsamen Schritten. Dabei folgen sie erst einem statischen und vorgeschriebenen Ablauf. Mit wachsender Erfahrung und Können werden die Formen immer freier.

Um jede der drei Säulen zu erlernen und auf ein hohes Niveau zu bringen, ist viel Zeit nötig und vor allem Selbstdisziplin. Die Trainingseinheit endet mit derselben Zeremonie wie sie begonnen hat. Nach dem anstrengenden Training können sich die Schüler wieder mental auf das gerade Erlernte konzentrieren und geistig in die Alltagswelt zurückkehren.

Kristian Streich

Streben nach Perfektion: Meike und Kristian Streich.

Die Weiten des Web 2.0

Freunde im StudiVZ treffen, Clips auf YouTube hochladen, im ICQ chatten, mit Twitter auf dem Laufenden bleiben...

Wenn das alles selbstverständlich ist, ist man schon Teil des Web 2.0. Das Mitmachmedium Web 2.0 lässt sich am Beispiel von Wikipedia darstellen. Hier kann jeder auf Texte zugreifen und selber verfassen. Man bleibt nicht länger Konsument, sondern wird auch gleichzeitig Produzent. Begünstigt wird die steigende Nutzung durch Usability, also die gesteigerte Benutzerfreundlichkeit. Durch diese vehemente Veränderung, dass Informationen nicht länger linear gerichtet vom Sender zum Empfänger gelangen, entstehen Unmengen von Informationen. Es ist leicht vorstellbar, dass diese Informationsdichte recht unübersichtlich ist und damit schwer kontrollierbar wird. Unternehmen haben die Vorteile des Web 2.0 längst für sich erkannt und wissen diese zu nutzen. Wenn einem beim Öffnen des SchülerVZ-Profils eine grelle Werbeeinbettung entgegenspringt, ist man schon mit Community Marketing in Berührung gekommen. Ziel dabei ist es, möglichst personenbezogen zu werben. So wird in diesen sozialen Netzwerken sogar schon geschlechtsbezogene Werbegestaltung angewendet. Nach dem Kontakt mit der Werbung besteht nun die Möglichkeit, das Produkt direkt online zu bestellen.

Mobile Kommunikation

In der immer schneller werdenden Welt wird die Mobilität zunehmend wichtiger. Seit der Erfindung des Mobiltelefons hat sich die Technologie stark entwickelt. Um das Handy auch für die Datenübertragung zu gebrauchen und nicht nur zur reinen Telefonie, mussten sich auch die Übertragungsnetze weiterentwickeln. Seit das UMTS freigeschaltet wurde, stand der Übertagung großer Datenmengen nichts mehr im Weg. Es stellt sich die Frage, wie die Mobile Kommunikation den Alltag erleichtern kann. Eine Anwendungsmöglichkeit, die zukunftsträchtig ist, wäre sicherlich das Bezahlen mit dem Handy. Vom Parkschein bis zum Abendessen im Restaurant soll es in Zukunft möglich sein, mit dem Mobiltelefon zu bezahlen. Eine weitere Variante ist die Kombination von GPS und ortsrelevanten Daten, die auf dem Handy abrufbar sind. So kann man in einer fremden Stadt ganz bequem mit seinem Handy ein Restaurant suchen, die Tischreservierung tätigen, bezahlen und sich zu seinem Auto zurückführen lassen. Ein visionäres Anwendungsbeispiel der Mobilen Kommunikation lieferte die Textilladenkette s.Oliver, indem sie eine MMS an Kunden sandte, in der ein Gutschein in Form eines Bildes enthalten war. Diese Anwendungen der Mobilen Kommunikation befinden sich allerdings noch in der Entwicklungsphase, und es wird sich noch zeigen, welche davon vom Konsumenten angenommen werden.

Virales Marketing

Das „Moorhuhnfieber“ grassierte in ganz Deutschland und zog alle in seinen Bann. Der Videoclip von Dove auf Youtube, in dem gezeigt wird, wie eine gewöhnlich aussehende Frau mit Hilfe von Styling und Bildbearbeitung in ein Model verwandelt wird, hat ebenfalls einen hohen Bekanntheitsgrad.
Bei vielen bekannten Clips und Webinhalten handelt es sich um eine geschickt inszenierte Werbebotschaft. Infiziert wird man von solchen Clips oder Web-inhalten durch sein soziales Netzwerk und Blogs – oder einfach von einem Freund. Im täglichen Umgang mit dem Web 2.0 kommt man also häufiger in Kontakt mit Viralem Marketing (VM), als zunächst vermutet. Unter Viralem Marketing versteht man das Einbetten einer Nachricht in einen interessanten Inhalt, der den Empfänger dazu veranlasst, diese weiterzuverbreiten. Dahinter verbirgt sich die einfache Idee, gezielt Mundpropaganda auszulösen, um ein Produkt eine Marke oder ein Unternehmen bekannt zu machen. Der Vorteil zu herkömmlicher Werbung in den Massenmedien besteht darin, dass die Werbebotschaft nicht unterbrechend wirkt, wie es bei Fernsehwerbung der Fall ist. Für ein Unternehmen ist Virales Marketing deshalb auch interessant, da es die Möglichkeit bietet, sehr kostengünstig eine große Anzahl Menschen mit der Werbebotschaft zu erreichen. Ist erstmal jemand mit der viralen Botschaft „infiziert“ ist die Ausbreitung mit einem biologischen Virus vergleichbar. Die Ausbreitung kann aktiv oder passiv erfolgen. Bei dem Webmail-Anbieter „Hotmail“ lässt sich die passive virale Verbreitung eindrucksvoll verfolgen. Jeder Nutzer dieses Dienstes schickt automatisch in seiner Adresse, wie beispielsweise „peter.mueller@hotmail.de“, den Namen des Dienstleisters und eine zusätzliche Werbebotschaft in seinem Umfeld weiter. Icq ist ein Beispiel für die aktive virale Verbreitung. Wenn jemand im Freundeskreis dieses Chatprogramm nicht auf seinem Computer hat, wird er gebeten, es sich herunterzuladen. Das Virale Marketing bedient sich verschiedener Instrumente, die durch Web 2.0 erst ermöglicht werden. Soziale Netzwerke, Blogs, Newsletter, gezielte Verlinkungen und Suchmaschinenoptimierung sind nur einige davon. Die Problematik des VM liegt nahe beim Nutzen. Im Web 2.0 kann jeder eine Botschaft aufgreifen, bewerten und eine Antwort geben. Das kann in Form von Parodien oder sogar Gegenkampagnen geschehen, wie es bei der Dove-Kampagne der Fall war. Es kann auch vorkommen, dass zwar jeder das Werbemittel kennt, aber es nicht mit dem eigentlichen Produkt verbindet. So können nur wenige das Computerspiel Moorhuhn mit der Whisky-Marke Johnnie Walker in Verbindung bringen.

Kristian Streich und Jan Rohwedder

Foto: MAG Mannheimer Ausstellung

Der Mannheimer Maimarkt und die Medien

Der Mannheimer Maimarkt hat eine Tradition von fast 400 Jahren und ist heute eine der größten Regional- und Verbrauchermessen Deutschlands. Mit den Ausstellungen für Handwerk, Handel und Landwirtschaft ist der Maimarkt zu einem wichtigen Testmarkt geworden. Zugleich ist er ein Treffpunkt für Wirtschaft und Politik.

Während der gesamten Dauer der Messe waren die regionalen Medien überall dabei. So wurden EC-Studenten Zeugen, als SWR 4 Kurpfalz-Radio den zweihunderttausendsten Besucher des Maimarkts 2009 begrüßte. Kurpfalz-Radio und das Rhein-Neckar-Fernsehen (RNF) meldeten sich täglich mit Live-Sendungen. Der gläserne Pavillon von SWR 4 war Treffpunkt für Prominente aus Sport, Unterhaltung, Wirtschaft und Politik.

Von Sylvia Brackenhofer, Pressesprecherin der Messe-Gesellschaft erfuhren die Studenten, dass es Aufgabe ihres Unternehmens sei, den Kontakt zwischen Ausstellern und den Kunden zu fördern. „Des Weiteren erstellen wir Pressemitteilungen und pflegen den Kontakt zu den Medien der Region." Für Brackenhofer ist vor allem die Zusammenarbeit mit den Medien ein bedeutender Aspekt: „Die Medien sind äußerst wichtig für unsere Arbeit, denn sie verbreiten die Informationen über Veranstaltungen, Aussteller, deren Angebote, über Inhalte und Hintergründe."

Stellvertretender RNF-Chefredakteur und Moderator Markus Hoffmann berichtet live vom Maimarkt.

SWR 4 Redakteure Henry Barchet (l.) und Matthias Wrest (r.) im Gespräch mit Ex-Band-Mitglied der Söhne Mannheims Claus Eisenmann.

Für Markus Hoffmann, stellvertretender Chefredakteur und Moderator des RNF, ist die Zusammenarbeit mit dem Maimarkt außerordentlich wichtig: „Wir genießen mit unserem Messeauftritt den direkten Kontakt mit den Zuschauern, die unsere Sendungen unangemeldet live vor Ort verfolgen können."

Sina Ollinger und Sarah Mehrtash

Andreas Hebe (r.) bei der Übergabe des BNN-Pokals (Foto: Badische Neueste Nachrichten).

Mitten im Geschehen –

Die BNN als Sponsor von Events

Ob beim Oldtimer-Meeting in Baden-Baden, bei den Pyro-Games auf der Rennbahn Iffezheim oder bei Veranstaltungen im Festspielhaus, die Badischen Neuesten Nachrichten (BNN) sind als Sponsor zahlreicher Events präsent.

„Events bleiben auch für ein Verlagshaus von Bedeutung“, so Andreas Hebe, Geschäftsstellenleiter in den Bereichen Anzeigen, Vertrieb und Marketing der BNN in Mittelbaden.

„Die BNN treten bei Events in materieller und organisatorischer Form als Sponsor auf“, erklärt der studierte Betriebswirt im Gespräch mit den EC-Studenten Tilman Günther und Dominik Mackevicius.

Der erste Schritt kommt hierbei meist vom Veranstalter, der auf die BNN zugeht. Die BNN stellten den Organisatioren Anzeigenpakete zur Verfügung und erhalten dafür im Gegenzug Kartenkontingente, Business-Seats oder die Möglichkeit, sich am Veranstaltungsort zu präsentieren.

Student Dominik Mackevicius diskutiert mit BNN-Experte Andreas Hebe (r.) über die EC-Studizeitung.

Eines der wichtigsten Events für das Verlagshaus ist das internationale Oldtimer-Meeting in Baden-Baden. Mit über 20 000 Zuschauern gehört das jährlich stattfindende Automobil-Treffen zu den größten Veranstaltungen in der Kurstadt. Neben einer mehrseitigen Sonderbeilage erhält jeder Haushalt in Baden-Baden an diesem Wochenende ein kostenloses Exemplar der Badischen Neuesten Nachrichten. Zusätzlich präsentierten sich die BNN mit einem Pavillon in der Kaiserallee mitten im Geschehen. „Wir haben an unserem Stand drei bis vier Mitarbeiter, die Auskunft über unsere Zeitung geben“, so Hebe. Ziel dieser Kooperation ist es, „die BNN auch überregional interessant zu machen, um potentielle Kunden von außerhalb für Anzeigen zu gewinnen“.

In der heutigen wirtschaftlichen Situation sind Verlagshäuser allerdings auch gezwungen zu sparen und Vor-Ort-Präsenzen sind sehr kostenintensiv. „Man muss abwägen, wo es Sinn macht für einen Verlag unserer Größenordnung teilzunehmen. Man filtert die Veranstaltungen und entscheidet dann, bei welchen man auftritt und sich platziert.“

Tilman Günther und Dominik Mackevicius

Foto: Radio Regenbogen

Radio Regenbogen: Flagge zeigen mit Events

Für angehende Eventmanager bieten Medienunternehmen wie Radio Regenbogen heutzutage attraktive Berufsperspektiven. Das Aufgabenfeld in der Eventabteilung des Senders ist gleichermaßen vielfältig wie anspruchsvoll. Diplom-Medienwirt Clemens Schädler ist bei Radio Regenbogen Projektleiter für Kommunikation und Events. Im Interview mit Melanie Weber und Fabian Rünger unterstreicht er, wie wichtig und vorteilhaft es ist, schon früh im Studium erste Praxiserfahrungen zu sammeln.

Die Medienmanagementstudenten machten sich kundig, welche Berufsperspektiven bestehen: Melanie Weber.

Weshalb veranstaltet Radio Regenbogen Events? Welche Ziele verfolgen Sie damit?

Wir führen Events hauptsächlich zu Promotionzwecken durch. Es geht vorrangig darum, Hörer zu binden und Menschen zu gewinnen, die uns bis dato noch nicht kannten. Radio Regenbogen ist ein privater Rundfunksender – deshalb ist es wichtig, präsent zu sein bei den Hörern und „Flagge zu zeigen“. Jeder einzelne soll das Gefühl haben, dass wir für ihn da sind.

Wenn Sie ein Event veranstalten – beschreiben Sie bitte den Nutzen für Radio Regenbogen.

Wir veranstalten pro Jahr 100 Events – größere wie kleinere. Darunter befinden sich beispielsweise auch unsere drei „Hochglanz-Events“ – die „Radio Regenbogen Awards“ in Karlsruhe, die „Arena of Pop“ in Mannheim und der „Ball der Sterne“, den wir alljährlich im Mannheimer Rosengarten veranstalten. Hinzu kommen viele kleinere Events, wie Stadtfeste, Firmenjubiläen und DJ-Nights, für die man uns buchen kann.

Was für eine Rolle spielen dabei externe Dienstleister?

Ohne Hilfe von außen geht es nicht. Ich kenne keine Eventagentur, die ohne externe Dienstleister auskommt. Schließlich bin ich kein Koch! Fast immer benötigen wir Catering, Bühnenequipment sowie Fachleute für Sound und Licht. Um da eine reibungslose Organisation gewährleisten zu können, greifen wir je nach Art des Events auf langjährige und zuverlässige Partner zurück.

Was fällt dabei in Ihren Tätigkeitsbereich?

Mein Aufgabenfeld ist breit gefächert. Neben dem Buchen der Künstler, sind es vor allem koordinative Aufgaben, die ich als Projektleiter bewältigen muss. Letztendlich muss ich dann die unterschiedlichen Bereiche zu einem funktionierenden Eventkonzept zusammenfügen und überblicken, um auf kurzfristige Änderungen schnell und zielgerichtet reagieren zu können.

Füllt Sie Ihr Beruf aus? Wie stark beansprucht er Sie?

Es ist schon irgendwo ein Full-Time-Job, doch es ist vor allem ein Beruf, der mir großen Spaß macht. In der Eventbranche ist es nichts Ungewöhnliches auch an Wochenenden zu arbeiten, da traditionell die meisten Events in diesen Zeitraum fallen.

Was raten Sie den Studenten des EC Europa Campus und angehenden Eventmanagern, um sich für den Einstieg in den Beruf zu rüsten?

Der Eventbereich ist ein stark wachsender Sektor auf dem Arbeitsmarkt. Der Bedarf an jungen, engagierten und kreativen Eventmanagern ist dementsprechend groß. Um sich eine gute Ausgangsposition zu verschaffen, ist das frühe und stetige Sammeln von Praxiserfahrungen in den verschiedenen Bereichen der Medienwelt während des Studiums Grundvoraussetzung.

Bietet Radio Regenbogen Praktika im Eventbereich an?

Ja, wir beschäftigen regelmäßig zwei Praktikanten, die uns bei der Planung und Durchführung unserer Veranstaltungen unterstützen. Sie bereiten die verschiedenen Events mit den Projektleitern zusammen vor und sind dann natürlich auch direkt vor Ort, um mitzuhelfen, einen reibungslosen Ablauf zu gewährleisten. Als Praktikant bei Radio Regenbogen erhält man also einen umfassenden Einblick in den Tätigkeitsbereich eines Eventmanagers. Diese Erfahrungen helfen enorm, später einen erleichterten Einstieg in den Beruf zu finden, ohne den sonst so viel zitierten „Praxis-Schock“ zu erleiden.

Melanie Weber und Fabian Rünger

Dominik Mackevicius arbeitet neben seinem Sportjournalistikstudium am EC Europa Campus Baden-Baden für den größten Sportsender des Kontinents - Eurosport in München. „Es gibt kaum etwas Schöneres als Hobby und Arbeit miteinander zu verbinden," meint der 25-Jährige.

Curling-Nationalspieler Uli Kapp bei den Olympischen Spielen 2006 auf Eurosport (Foto: Eurosport/Getty Images).

Mit Lothar Matthäus und Uli Kapp bei Eurosport

Nachdem der gebürtige Augsburger im Sommer 2008 ein Praktikum in der Programmkommunikation absolviert hatte, bot ihm der Spartenkanal eine Stelle als On-Air-Editor an. Dort kontrolliert und aktualisiert er den Videotext, beantwortet Zuschauerfragen und betreut das Internetfernsehen des Senders. Während der sechsmonatigen Praktikumszeit war er für den Pressereport und den Zuschauerservice zuständig.

In dieser Zeit berichtete Eurosport über zahlreiche Top-Events wie die French Open im Tennis, die Tour de France, die Fußball-Europameisterschaft oder die Olympischen Spiele in Peking. Durch die ausführliche Berichterstattung des Senders war ich viel näher an den interessanten Großereignissen dran." So lernte er unter anderem Persönlichkeiten wie Lothar Matthäus kennen, als dieser in der Münchner Sendezentrale die tägliche „Euro 2008-Show" moderierte. „So einen Weltfußballer trifft man nicht jeden Tag, erst recht nicht den Lothar."

„Einen Weltfußballer trifft man nicht jeden Tag."

Um ein Video-Porträt vom Curling-Kommentator Uli Kapp zu drehen, besuchte Mackevicius mit den EC-Studenten Tilman Günther, Jens Knobloch, Fabian Parchmann und Peter Szczecinski die Eurosport-Zentrale im Münchner Medien- und Eventzentrum Media Works Munich. Auf den 50 Flachbildschirmen in der Redaktion läuft das Programm von Eurosport und Eurosport 2 sowie die Internetseite und die Videotext-Startseite. „Die Bilder kommen aus Paris. Den deutschen Kommentar, Videotext, Internetseite, Öffentlichkeitsarbeit und Marketing machen wir hier in München", erklärt Kapp, der die Übertragungen von der Weltmeisterschaft in Kanada begleitete. Normalerweise spielt der mehrmalige Curling-Europameister und Olympiateilnehmer selbst für das deutsche Nationalteam. Weil er sich aber verletzte, ist er zum Zuschauen verdammt – und zum Kommentieren. „Natürlich ist es sehr hart, seinen Teamkollegen zuschauen zu müssen", so Kapp. Seit zehn Jahren begleitet der 38-Jährige die Curling-Übertragungen für den am weitesten verbreiteten Fernsehsender Europas. „1999 hat mir das Kommentatoren-Urgestein Ulf von Malberg angeboten, als Co-Kommentator dabei zu sein. Mit der Zeit wuchs ich in die Sache hinein und mittlerweile ist es so, dass ich die Curling-Übertragungen sehr oft begleite, wenn ich nicht selbst spiele", erzählt Kapp. Den Baden-Badener Studenten erklärte er die Eurosport-Datenbank „Hummingbird", mit deren Hilfe er Hintergrundinformationen sammelt, um die Kommentierung interessanter gestalten zu können. Anschließend begleiteten die Fünf ihn in die Kommentatorenkabine, um bei der Übertragung der WM-Partie Deutschland - Kanada dabei zu sein und Kapp „Live on Air" mitzuerleben. Nur einer der vielen Eindrücke, die die fünf Baden-Badener mitnehmen konnten.

Jens Knobloch und Peter Szczecinski

Lothar Matthäus (r.) und Dominik Mackevicius bei Eurosport

Sportjournalismus boomt

Im Porträt: Hucky Krämer vom Badischen Tagblatt

von Christian Schlusser und Christian Loch

Er kam über Umwege zum Journalismus. Nach seinem Abitur am Bühler Windeckgymnasium begann er ein Studium als Bauingenieur an der Universität Karlsruhe. Heute arbeitet Hartmut „Hukky“ Krämer in der Sportredaktion des Badischen Tagblatts.

Sein Studium finanzierte der zweifache Familienvater über den Fußball. Hucky war Torwart. Im Kasten stand er unter anderem für die mittelbadischen Traditionsvereine SV 08 Kuppenheim und SV Bühlertal. Im Laufe des Studiums musste er feststellen, dass Bauingenieur nicht sein Traumberuf ist. Über seinen Freund „Pit“ Drescher, den damaligen Sportchef des Badischen Tagblatts, schnupperte er in den Journalisten-Beruf hinein. Er fand Gefallen am Schreiben. So heuerte er beim Badischen Tagblatt als Sportjournalist an. „Heutzutage hat man ohne abgeschlossenes Studium kaum noch Chancen, bei einer Zeitung unterzukommen“, betont Krämer.

Relativ schnell durfte er sich an den „großen Sport“ heranwagen. So war er beim EM-Finale zwischen den Niederlanden und der damaligen UdSSR 1988 in München im Einsatz. Kurz darauf bekam er ein Angebot von der renommierten Sportzeitung „Kicker“. Krämer lehnte ab.

Mittlerweile sieht man Hucky Krämer jedes Wochenende auf einem Sportplatz in der Region. Montags kann jeder Fußballer nachlesen, wie er das Spiel und die Leistung einzelner Spieler gesehen hat. Nicht jeder ist damit einverstanden. „Zu viele Sportler können nicht mit Kritik umgehen. Als Journalist kann man sich aber nicht nur Freunde machen“, ist seine klare Meinung.

Vollblutjournalist Hucky Krämer mit EC-Student Christian Schlusser in der BT-Redaktion.

Nachwuchsjournalisten kann er nur mit auf den Weg geben, früh mit dem Schreiben anzufangen und vor allem viel zu lesen. „Der Sportjournalismus ist enorm im Kommen“, sagt Hucky.

„Ich finde es eine tolle Sache, dass der EC Europa Campus ein so praxisnahes Studium für Nachwuchsjournalisten bietet“, unterstreicht Hucky Krämer. „Denn nur wer früh anfängt zu schreiben, wird ein guter Journalist.“

Den eigenen Stil finden... Andrea Wontorra (r.) und Anastasia Ivanova.

Mode mit Stil

Frauen haben den Wunsch, schön auszusehen. Das weiß auch Andrea Wontorra, Geschäftsführerin der Boutique „Antora Selection“ in der Lichtentaler Straße in Baden-Baden:
„In der Regel werden die Kleider in den modischen Zeitschriften von Models präsentiert. Nicht jeder hat aber diese Standardmodelmaße. Um die Worte „wundervoll... inspirierend“ zu hören, reicht es nicht, ein Kleid von einem weltbekannten Designer anzuziehen. Man muss vielmehr sein eigenes Styling finden und daran arbeiten.“

Anastasia Ivanova

Musikladen mit Herz

Sich für das richtige Instrument zu entscheiden, ist schwer. Ob ein Zupf-, Blas- oder Schlaginstrument – im Rock Shop Karlsruhe ist alles vertreten. Der individuelle Musikladen legt den Schwerpunkt auf die Synergie der Musikbereiche: Verkauf von Musikinstrumenten, Vertrieb von Sound und Zubehör, Installation und Reparatur.

Der Shop ist nicht nur eine Anlaufstelle für Laien, sondern auch für Profis. Der Verkauf und der Austausch unter Musikern stehen im Mittelpunkt. „Unsere Mitarbeiter sind allesamt Musiker mit Herz“, erklärt Geschäftsführer Rudi Metzler.

Kristin Hartmann und Raul Wagner

Spielt Gitarre: Kristin Hartmann

Europapark Rust

Erlebnisspaß trifft Eventmarketing

EC-Studenten auf Abenteuerfahrt im Europapark

An einem Tag durch ganz Europa? Der Europapark in Rust macht eine fantasievolle Reise von Skandinavien bis Portugal in nur wenigen Stunden möglich.

Passend zum Saisonbeginn 2009 eröffnet der neue Themenbereich „Island“ mit einer spektakulären neuen Achterbahn. Die „Blue Fire“ beschleunigt innerhalb von 2,5 Sekunden auf 100 Stundenkilometer und ist mit dem Looping in 40 Metern Höhe eine Adrenalin-Kick-Garantie.

Pressesprecherin Caroline Becker (r.) mit EC-Studentin Kristina Jung

Zwischen Nachhaltigkeit und gesunden Investitionen

Die Anfänge des Europaparks im 20. Jahrhundert waren bescheiden: Zunächst diente der Park zur Vorführung für potentielle Kunden der Fahrgeschäfte, die seit 1800 von der Familie Mack betrieben wurden. Auch heute noch ist der Europapark ein reines Familienunternehmen. Die drei zugehörigen Hotels werden von den Söhnen des Parkinhabers Franz Mack geführt.

Eine weitere Besonderheit, die den Europapark von anderen Erlebnisparks unterscheidet, ist die Einbindung eines originalen Schlosses mit Schlosspark im Themenbereich Deutschland. „Der Erlebnispark fügt sich in die Natur ein und ist kein künstlich errichtetes Gebilde“, betont die Leiterin der Pressestelle, Caroline Becker. „Gesunde Investitionen haben den Park bisher immer vor finanziellen Krisen bewahrt.“

Wegen der Nachhaltigkeit legt die Geschäftsführung großen Wert auf verantwortliches Handeln. Ein eigenes kleines Wasserkraftwerk und aufgestellte Solarzellen dienen als zusätzliche Energiequellen. „Auch die Region soll vom Park dadurch profitieren, dass die Arbeiter und Handwerker aus der näheren Umgebung stammen“, hebt Becker hervor. Mit Aktionen wie „20 000 frohe Herzen“ und Kooperationen mit dem Europarat wird im Rahmen der sozialen Verantwortung auch finanziell Schwächeren der Eintritt in den Vergnügungspark ermöglicht.

Event- und Medienpark

In zahlreichen Schulungen lernen die 8000 Mitarbeiter sowie Praktikanten und Studenten aus den Bereichen Hotel- und Eventmanagement sowie PR und Kommunikation den professionellen Umgang mit Gästen. „Die Chance auf Praktikumsplätze können auch Studenten des EC Europa Campus wahrnehmen“, wie die Pressesprecherin betont. Längst ist der Europapark kein reiner Vergnügungspark mehr, sondern in den letzten Jahren zunehmend zu einem Event- und Medienpark geworden. Mit TV-Sendungen wie „Immer wieder sonntags“ und „Stars auf Eis“ mit Katharina Witt zieht der Park die Zuschauer in seinen Bann. Diese mediale Präsenz ersetzt die werbliche Mediaplanung.

Fazit: Der Europapark in Rust lädt zu einer abenteuerlichen Reise mit viel Adrenalin und Kultur ein und ist einen Besuch oder Kurzurlaub wert.

Anna-Maria Sauer und Kristina Jung

Senta Gerstner, Baden-Badens Oberbürgermeister Wolfgang Gerstner, Bundeskanzlerin Angela Merkel, US-Präsident Barack Obama, Michelle Obama und Ministerpräsident Günther H. Öttinger (v.l.n.r.)

Obama-Mania in Baden-Baden

Ein Rückblick auf den NATO-Gipfel

Anfang April schaute die ganze Welt auf Baden-Baden. Zum Auftakt des 60. Geburtstages der NATO trafen sich die Staatsoberhäupter der 28 Mitglieder in der Medien-, Event- und Kurstadt. Der neu gewählte US-Präsident Barack Obama nutzte den Gipfel gleichzeitig für seinen ersten Deutschlandbesuch.

Aufklärung statt Unsicherheit

Für die regionale Presse war der NATO-Gipfel das Ereignis des Jahres. Stephan Juch Redakteur beim Badischen Tagblatt gewährte Einblicke hinter die Kulissen der lokalen Journalisten: Neben Urlaubssperren und Überstunden war vor allem die permanente Anspannung belastend. Der Umgang mit Informationen erforderte viel Fingerspitzengefühl. Die Hauptaufgabe bestand darin, die Bevölkerung auf den NATO-Gipfel vorzubereiten. Durch Aufklärung sollte Unsicherheit und Angst abgebaut werden. Während des Gipfels standen politische Themen und der allgemeine Ablauf im Vordergrund. Wenige Tage nach dem Ereignis dominierten aber auch schon wieder andere Schlagzeilen die Titelseiten.

Sicherheit groß geschrieben

„Man hätte es meines Erachtens nicht besser machen können“, sagte Landespolizeipräsident Erwin Hetger nach dem NATO-Gipfel über den größten Polizeieinsatz des Landes. Die aufwendigen Sicherheitsmaßnahmen im Vorfeld hatten sich gelohnt. Es blieb im Gegensatz zur französischen Rheinseite rund um die deutschen Veranstaltungsorte friedlich. Die hohen Sicherheitsvorkehrungen hatten ihren Preis.

Obama reicht Baden-Baden die Hand.

Nicht nur für die Bewohner der Sicherheitszonen in Baden-Baden bedeuteten sie erhebliche Einschränkungen. Auch EC Europa Campus blieb aufgrund seiner Lage im Sicherheitsbereich am Gipfeltag geschlossen.

Anders war die Lage in Straßburg. Hunderten NATO-Gegnern gelang es, eine Spur der Verwüstung zu hinterlassen. Bilder von fliegenden Molotow-Cocktails und brennenden Gebäuden gingen durch die Medien. Die französische Polizei antwortete mit Tränengas und Gummiknüppel.

Ergebnisse im Hintergrund

Die Ergebnisse des Gipfels gerieten dabei in den Hintergrund. Anders Fogh Rasmussen wurde trotz Widerstand der Türkei zum neuen NATO-Chef ernannt. Die NATO soll bis zum nächsten Gipfel 2010 in Lissabon umstrukturiert werden. Weg vom Abschreckungs- hin zum Verteidigungsbündnis. Zur Stabilisierung der Lage in Afghanistan stellt sich die NATO hinter das Konzept der USA.

Es hat sich gelohnt

Ein halbes Jahr Planung für einen Tag Aufmerksamkeit. „Es hat sich gelohnt“, findet nicht nur Oberbürgermeister Wolfgang Gerstner. Auch die Baden-Badener waren von den Fernsehbildern des Rathausplatzes begeistert. Sogar das Wetter spielte mit. Der gesamte Ablauf, vom Eintreffen bis zum Gala-Dinner im Kurhaus, verlief reibungslos. Einzig Obama drohte den Zeitplan mit seinen ausführlichen Antworten bei der Pressekonferenz zu sprengen.

Ann-Katrin Hosp und Fabian Roth

NATO-Gipfel in Zahlen

200	US-Geheimdienstmitarbeiter
500	Begleiter von Obama
600	Bundeswehrsoldaten
3500	Journalisten
10 000	französische Polizisten
15 000	deutsche Polizisten
30 Mio.	Euro für Empfänge, Sicherheit, Organisation

Fotos: Stadt Baden-Baden

REHAB 2009:
Sparen mit Rehabilitation

Der Gesundheitsmarkt ist auf Grund des demographischen Wandels ein wachsender Markt. Die Gesundheitsmesse REHAB in Karlsruhe ist auf Erfolgskurs. Seit der Premiere vor 32 Jahren ist die REHAB eine der weltweit führenden Fachmessen für Gesundheit.

500 nationale und internationale Aussteller nahmen dieses Jahr teil. Für Fachleute ist der Besuch der REHAB unverzichtbar. Aktuelle Studien zeigen, dass der Einsatz von moderner Medizintechnik das Gesundheitswesen um Milliardensummen entlasten könnte. Dies ist von großer Bedeutung, wenn man die stetig steigenden Ausgaben im Gesundheitssektor betrachtet.

Rehabilitation im Mittelpunkt

Rehabilitation bildet einen der Schwerpunkte der Messe. Durch gezielte und individuelle Rehabilitation kann das Gesundheitswesen entlastet werden, sind sich Fachleute einig: Auch Menschen im Alter können länger gesund und aktiv bleiben. Außerdem können nachweisbare Behandlungserfolge in der Rehabilitation die immensen Kosten für eine Dauerpflege reduzieren.

Chancen für Aussteller

Die hohen qualitativen Anforderungen an Hilfsmittel und Dienstleistungen auf dem Gesundheitsmarkt sind für Hersteller, Lieferanten und Dienstleister eine Herausforderung. Die REHAB dient den Ausstellern dazu, ihre neuen Produkte, Therapien und Dienstleistungen einem breiten, internationalen Publikum zu präsentieren. Ärzte, Therapeuten und Pflegepersonal holen sich auf der Messe Anregungen und geben diese an ihre Patienten weiter. Die ausstellenden Einrichtungen und Betriebe können einen Marktvorteil erlangen.

Betroffene informieren sich

Nicht nur Fachleute besuchen die Messe, auch Betroffene und ihre Angehörigen, die sich über individuell benötigte Produkte und Neuheiten informieren. Ein behindertengerecht umgebauter Ferrari fand besonders große Aufmerksamkeit unter den Messebesuchern.

Ann-Katrin Hosp

Trendsport Wakeboarden – der Event am Rhein

Gibt es etwas Cooleres als waghalsige Tricks von Extremsportlern? Wasserski war gestern, der Trend heißt Wakeboarding. Genau das bieten Danièl Butzerin und Tanja von der Hülst aus Baden-Baden seit vier Jahren bei Europas größtem Wakeboard-Event in Rheinau-Freistett.

Für den Laien lässt sich Wakeboarden mit Snowboard auf dem Wasser vergleichen. Die Fahrer werden von speziell dafür entwickelten Booten über das Wasser gezogen. Dabei wird die Heckwelle des Bootes als Sprungschanze genutzt, um auf einer 400 Meter langen Strecke Sprünge, Salti, Drehungen und andere Kunststücke zu zeigen. Die junge Trendsportart findet wegen der Kombination aus Schnelligkeit und spektakulären Tricks immer mehr Anhänger.

Trendsport mit Zukunftspotential: Wakeboarden (Foto: Tobias Freissmann).

Butzerin war einer der ersten, der das Potenzial des Sportes erkannte. „Als ich vor 13 Jahren mit dem Trendsport angefangen habe, war er in Deutschland noch kaum bekannt“, so Butzerin, der heute den internationalen Wakeboard-Event in Freistett organisiert. 2005 rief er den Event ins Leben. Der Altmeister, der im Jahr 2006 den zweiten Platz bei den deutschen Meisterschaften belegte, erklärt: „Wir sind damals mit 14 Booten aus Deutschland gestartet. Heute haben wir ein internationales Fahrerfeld aus der ganzen Welt.“ So waren im vergangenen Jahr unter anderem Fahrer aus den USA, Kanada, Belgien und der Schweiz zu Gast am Rhein. Der Event ist für jeden Fahrer etwas Besonderes. „Im Unterschied zu den anderen Veranstaltungen starten die Fahrer bei uns mit ihren eigenen Booten“, erzählt Butzerin. „Dadurch können sie noch spektakulärere und höhere Sprünge zeigen. Natürlich versucht man jedes Jahr etwas drauf zu setzen“, beschreibt Butzerin die Entwicklung der Veranstaltung. Ziel sei es, durch internationale Top-Fahrer ein hohes Leistungsniveau, spannende Wettkämpfe und Shows zu bieten.

Mit der Planung des im August stattfindenden Events muss schon zehn Monate im Voraus begonnen werden. Das Hauptaugenmerk liegt dabei auf der Suche nach Sponsoren. Doch auch die Medien müssen mit Informationen versorgt werden. „In den ersten Jahren mussten wir noch alle Pressemitteilungen selbst schreiben. Heute ist unser Event so groß, dass im Fernsehen darüber berichtet wird“, so Butzerin.

Felix Schmider

SAP-Arena – Deutschlands beste Veranstaltungshalle

Die Mannheimer SAP-Arena ist diesjähriger Preisträger des Live Entertainment Awards (LEA). Ziel des im Jahr 2006 erstmals verliehenen Awards ist es, die Macher hinter den großen Live-Events ins Rampenlicht zu rücken und ihre Arbeit zu würdigen.
Nach drei Nominierungen in Folge gelang es der SAP-Arena Mannheim in diesem Jahr, sich gegen die konkurrierende Hamburger Color Line Arena und die Arena Leipzig in der Kategorie „Halle des Jahres“ durchzusetzen. Tobias Petri und Daniel Kulla führten aus diesem Grund ein Gespräch mit Matthias Fries, dem Pressechef des Preisträgers.

Das SAP-Arena-Team mit dem Award: Frank Kamper, Daniel Hopp, Caroline Bormann und Ziggy Grimm (v.l.n.r.) (Foto: SAP-Arena).

Kam der Sieg für die SAP-Arena überraschend? Wirkt er sich positiv auf das Image des Hauses aus?
Wichtig in diesem Zusammenhang ist für uns, dass wir zum dritten Mal in Folge nominiert waren. Das spricht deutlich für eine kontinuierliche Arbeit auf sehr hohem Niveau.

Sehen Sie mit dem Gewinn des Awards Chancen, den Bekanntheitsgrad der Metropolregion Rhein-Neckar zu erhöhen?
Sicher ist der Gewinn eines solchen überregional wahrgenommenen Branchenpreises auch wichtig für das Image und den Bekanntheitsgrad der Metropolregion.

Was macht die SAP-Arena zum idealen Austragungsort für Live-Events?
Die SAP-Arena ist multifunktional. Von Beginn an war das Konzept, alle Veranstaltungsformen anbieten zu können. Vom Mega-Event wie Police, Linkin’ Park oder Tina Turner bis hin zu Opernveranstaltungen oder Comedy-Shows. Das haben wir verwirklichen können. Im Konzertbereich überzeugt die Arena durch ihre grandiose Akustik, im Sportbereich durch klare Sichtlinien und eine „stimmungsvolle“ Enge.

EC-Studenten Tobias Petri und Daniel Kulla

Tobias Petri und Daniel Kulla

Mitspielen kickt

DFB engagiert sich sozial

1000 – so lautet die erstaunliche Zahl der aus dem Boden emporgeschossenen DFB-Minispielfelder. Aufgrund des nachhaltigen Wirtschaftens während der Fußballweltmeisterschaft 2006 in Deutschland, bei der mehr als 20 Millionen Euro Überschuss entstanden, hat es sich der Deutsche Fußball-Bund (DFB) zur Aufgabe gemacht, die Jugend der Bundesrepublik zu fördern.

Theo Zwanziger fördert junge Talente (Foto: Manuel Heinrich).

Allein im Dreieck Offenburg- Karlsruhe -Pforzheim hat der DFB in Kooperation mit den Gemeinden 13 Minispielfelder gebaut. Hintergrund des Engagements des DFB ist das Zusammenspiel der Jugend, speziell von Mädchen und Jungen mit Migrationshintergrund. Um dies zu unterstützen, hat der DFB die Initiative „Mitspielen kickt“ ins Leben gerufen. Die Aktionstage umfassen auch von Schulen und Vereinen organisierte Turniere wie in Ötigheim bei Baden-Baden. Dort setzt der Fußballverein FV Ötigheim (FVÖ) das vom DFB vorgeschlagene Thema spielerisch um. Hierbei nutzt der FV Ötigheim auch die Möglichkeit, Talente aus der Gemeinde zu sichten und in den Verein einzubinden, um so die Integration voranzutreiben, wie FVÖ-Vorsitzender Werner Krebs berichtet.

Action auf den Minispielfeldern: FV Ötigheim macht mit.

Bundesweit finden Turniere statt. Die Schirmherrschaft über das Projekt hat DFB-Präsident Theo Zwanziger übernommen. Für Zwanziger gehören „fußballspielende Kinder und Jugendliche wieder mehr in das Bild unserer Städte und Dörfer in Deutschland“.

Fabian Parchmann und Tilmann Günther

Voll in Fahrt: Mitglieder der SG Stern beim Inlineskaten (Foto: SG Stern).

Wettrennen mit dem Vorgesetzten

Prävention, Sport und Bewegung bei Daimler

Als gemeinnütziger Sportverein der Daimler AG möchte die SG Stern allen Mitarbeitern in ihrer Freizeit vor Ort etwas bieten.

Der Sport soll dabei nicht nur das Gemeinschaftsgefühl und das gesundheitsorientierte Denken fördern. „Das gemeinsame Sporterleben baut die Hierarchie im Berufsalltag ab“, ist sich die Sportassistentin der SG Stern Rastatt, Simone Braun, sicher.

Fitness- und Gesundheitsmanagerin Simone Braun hält alle Mitglieder auf dem Laufenden.

Die Dachorganisation SG Stern Deutschland betreut rund 60 örtliche Sportgemeinschaften, so auch den Standort SG Stern in Rastatt. „Jeder kann Mitglied bei uns werden, nicht nur Mitarbeiter der Daimler AG “, versichert die Fitness- und Gesundheitsmanagerin. Bei rund 20 Sportsparten ist für jeden etwas dabei. Mit insgesamt 34 000 Mitgliedern gehört die SG Stern nach dem FC Bayern München und Schalke 04 zu den größten Sportvereinen Deutschlands. Was macht die SG so erfolgreich? Die Werksleitung unterstützt das Handeln der Sportgemeinschaft vor Ort. „Die Zusammenarbeit ist das A und O des Erfolgs“, betont Braun. Rückschläge durch die wirtschaftliche Lage nimmt die SG Stern buchstäblich sportlich. Zum Zeitpunkt der Kurzarbeit bietet sie vergünstigte Konditionen unter anderem für den Freizeitspaß im Europa Park Rust an. Die Spartenleiter, die alle bei Daimler arbeiten, ermöglichen einen reibungslosen Kontakt zu den Kollegen. Überhaupt wird viel Wert auf die Kommunikation gelegt. So steht der Verein mit monatlichen Newslettern, Flyern und der Homepage mit allen Mitgliedern in ständigem Kontakt. Die lokale Presse berichtet von Sportveranstaltungen, die gemeinsam mit den ansässigen Kooperationsvereinen auf die Beine gestellt werden. Durch das Interesse am Gesundheitssport steigt die Mitgliederzahl, hebt Braun hervor: „Sportbegeisterte wollen sich nicht mehr zuerst nach Leistung messen. Sie wollen vielmehr die drei Säulen der Gesundheit kennenlernen: Entspannung, Ernährung und Bewegung.“ Während der Trend bei den traditionellen Sportarten wie Fußball und Eishockey eher rückläufig ist, ist eine Tendenz zu Sportsparten wie Laufen und Fitness zu erkennen. „Von uns selbst organsierte Fitness- und Gesundheitstage sind immer gut besucht“, unterstreicht Braun. Die Sportgemeinschaft baut daher die Präventionsangebote weiter aus.

Patricia Kick

Sprung ins Glück: Der TV Bühl macht den Aufstieg klar.

Aufstieg des TV Bühl in die Volleyball-Bundesliga

Die Volleyball-Mannschaft des TV Bühl bei Baden-Baden setzte dieses Jahr ihre Erfolgsgeschichte fort und schaffte den Aufstieg in die erste Volleyball-Bundesliga drei Spieltage vor Saisonende. Durch unbändigen Teamgeist und eine junge Mannschaft rund um den erfahrenen Kapitän Goran Iliev gelang die Zweitligameisterschaft.

Die Aufstiegsfeier fand spontan nach dem drittletzten Spieltag im „C'est La Vie" in der Bühler Fußgängerzone statt. Die Spieler, Vorstandsmitglieder und Fans feierten bis tief in die Nacht. Als Gründe für den Aufstieg nannte Manager Georgios Vlachojannis vor allem die langjährige gute Zusammenarbeit des Vorstands, der fast ausschließlich aus Geschäftsführern und ehemaligen Volleyballern besteht. Für wirtschaftliches und sportliches Knowhow ist also gesorgt. Weiter nannte der Manager den guten Unterbau aus vier weiteren Mannschaften sowie die hervorragende Jugendarbeit als Faktoren für den Aufstieg. Allein fünf Eigengewächse fanden sich letzte Saison im Zwölfer-Kader der ersten Mannschaft wieder. Hinzu kommen zahlreiche Talente in den unteren Mannschaften und der Jugendabteilung. So wurde die U21 Dritter der letztjährigen deutschen Meisterschaft und die U20-Spielgemeinschaft mit Konstanz belegte einen überzeugenden zweiten Rang.

„Wir wollen die Klasse halten", gab Manager Vlachojannis als Marschrichtung für die nächste Saison bekannt, „und vielleicht den ein oder anderen Großen ärgern". Möglichkeiten dazu werden sich nächste Saison zu Hauf bieten. Gleich zu Beginn der neuen Runde muss der TV Bühl zum Vorjahresfinalisten und Vizemeister Unterhaching.

Die Weichen für eine erfolgreiche Saison sind gestellt: Die Auflagen für die Lizensierung wurden erfüllt, und die Spielstätte, die Schwarzwaldhalle in Bühl, konnte den Erstligabedingungen angepasst werden. So wurde das Feld eingefärbt, die Lichtstärke der Innenbeleuchtung erhöht und ein VIP-Raum kann zu den Heimspielen am Schwarzwaldbad eingerichtet werden. Zudem erhofft man sich 2010 den Umzug in eine neue, mitten in Bühl geplante Halle, was die Zuschauerkapazität von derzeit fast 1000 Zuschauern auf mindestens 1500 erhöhen soll. Auch die Suche nach einem neuen Hauptsponsor unter dem Slogan „eine Erfolgsstory in schwierigen Zeiten" läuft auf Hochtouren, nachdem der bisherige Sponsor LuK die Brust freigegeben hat, jedoch als Co-Hauptsponsor erhalten bleibt.

Fans feuern ihren TV Bühl an.

Auch die Kaderplanung für die neue Saison ist weit fortgeschritten. Von den 13 Spielern des Aufstiegsjahres werden acht Spieler auch in der ersten Liga zum Kader gehören. Iliev, Kopf der Mannschaft und jugoslawischer Nationalspieler, konnte ebenso gehalten werden wie der Kameruner Top-Scorer Charly Engohe. Neben ein oder zwei Nachwuchsspielern soll das Team auch von gestandenen Spielern verstärkt werden. So erhofft sich die „Wundertüte" der Liga, in der 80 Prozent der Aufsteiger direkt wieder absteigen, dem Gang in die zweite Liga zu entkommen.

Jörg Kühnle

Basketball in der Region Rastatt und Karlsruhe

Basketball ist hier populärer, als er es national ist

Die BG Karlsruhe verteidigt mit vollem Einsatz ihren Korb (Foto: Orty; www.ka-news.de).

„In Karlsruhe und Rastatt interessieren sich die Menschen stärker als in anderen Regionen für Basketball", wie Julie Hüvel, Geschäftsführerin der BG Karlsruhe, betont. Die BG ist der erfolgreichste Basketballverein in der Region. Die Basketballer aus Karlsruhe spielen in der zweiten Basketball-Bundesliga. Dieses Jahr war eine erfolgreiche Saison. Am Ende freuten sich die Karlsruher über einen guten vierten Platz. Zu einem Spiel der BG kommen im Schnitt mehr als 1200 Zuschauer. National gesehen sind das mehr Zuschauer als in den anderen Hallen in Deutschland.

Marvin Jahn

Weltbeste Reiter satteln in Mannheim

Maimarkt-Turnier im MVV-Reitstadion

Schon längst zählt das Maimarkt-Turnier im MVV-Reitstadion zu den jährlichen Großevents in der Metropolregion Rhein-Neckar und lockt zahlreiche Besucher nach Mannheim. Es treffen Spitzenreiter aus der ganzen Welt aufeinander, die in vier Disziplinen um den Sieg kämpfen. „Das Nennungsergebnis für das Maimarkt-Turnier ist fast schon rekordverdächtig“, meint Peter Hofmann, Präsident des Reitervereins Mannheim und Organisator des Turniers. Über 280 Teilnehmer aus 16 Nationen stellen die Veranstalter vor eine logistische Herausforderung. Denn nicht nur die Reiter brauchen während der mehrtägigen Wettkampfphase einen Schlafplatz, es müssen auch für fast 550 Pferde Stallungsmöglichkeiten geschaffen werden. Nationale und internationale Topreiter zählen zu den Teilnehmern, wie Ludger Beerbaum, Isabel Werth und Rodrigo Pessoa, die auch schon bei Olympischen Spielen erfolgreich waren. In den vier Disziplinen Springen, Dressur, Dressur für körperlich Behinderte und Westernreiten kämpfen Reiter und Pferd um ein Preisgeld im Gesamtwert von rund 200 000 Euro. „Garanten für das Niveau und den hohen Stellenwert, den sich das Maimarkt-Turnier in den vergangenen Jahren erarbeitet hat, sind zahlreiche Unternehmen, Institutionen und auch Privatpersonen, die uns helfen und unterstützen“, betont Hofmann. Hauptsponsor und Kooperationspartner des Reitsport-Klassikers ist die MVV-Energie, die dem Reitstadion in Mannheim seit 2007 auch den Namen gibt. Mit ihrem eigenen Preis, der „Badenia“, wird der Leistungssport in der Metropolregion unterstützt und der Nachwuchs gefördert.

Mehr als 280 Teilnehmer aus 16 Nationen

Stolze Siegerin im Westernreiten: Nina Lill

Alexander Ripper mit seinem Pferd in Aktion

Antonia Alberti und Meike Höfler

Turnierchef Peter Hofmann (l.) ist seit 1982 Präsident des Reitervereins Mannheim und organisiert mit seinen zwei Vorstandskollegen Dr. Christiane Berger-Kühn und Michael Grimminger jedes Jahr ehrenamtlich das Maimarkt-Turnier.
Fotos: Reiterverein Mannheim

1899 Hoffenheim, ein Traum wird wahr

Rasant startete die TSG 1899 Hoffenheim in die erste Saison der 1. Bundesliga. Hoffenheim wurde auf Anhieb Herbstmeister.

Ab der Rückrunde in der neuen Rhein-Neckar-Arena folgte dann allerdings eine Serie von Niederlagen. Nach zahlreichen Verletzungen und Sperren musste Trainer Ralf Rangnick auf wichtige Stammspieler verzichten. Zum Ende der Saison stand Hoffenheim dann relativ sicher auf einem Platz im Mittelfeld der Tabelle. Im Gespräch mit Alwina Kuhn und Thalida Stahl zieht Pressesprecher Markus Sieger Bilanz.

EC-Studentin Alwina Kuhn und Hoffenheimspieler Demba Ba

Ist die Entscheidung für den Stadionstandort Sinsheim richtig gewesen?

Letztendlich hat es sich als glücklicher Umstand erwiesen, dass man auf Sinsheim gekommen ist, was zunächst so gar nicht geplant war. Sinsheim ist ja gerade einmal drei Kilometer von Hoffenheim entfernt, sprich: das Stadion bleibt praktisch zuhause. Es liegt gut angeschlossen direkt an der Autobahn und ist für alle optimal zu erreichen. Wir sind stolz, die Rhein-Neckar-Arena jetzt hier in Sinsheim zu haben.

Welche Bilanz ziehen Sie nach der ersten Saison in der 1. Bundesliga?

Pressesprecher Markus Sieger im Interview mit Thalida Stahl

Wenn man bedenkt, wo wir vor zwei Jahren noch waren, dann war dieser Zeitraum insgesamt außergewöhnlich. Die Saison in der 1. Liga geht zu Ende, und wir müssen und dürfen hoch zufrieden sein, dass wir die Spielzeit mit einem einstelligen Tabellenplatz abschließen. Wir sind wirklich sehr stolz nach diesem ersten Jahr in der Spitzenklasse und freuen uns auf hoffentlich viele weitere Jahre in der Bundesliga.

Was hat sich für die Mannschaft seit dem Aufstieg verändert?

Eigentlich nicht so viel. Die Abläufe in der 2. Liga und der Bundesliga sind relativ gleich. Die öffentliche Wahrnehmung und die Aufmerksamkeit sind natürlich deutlich gewachsen. Während wir in der Regionalliga entsprechend regional beobachtet wurden, kommt uns in der Bundesliga bundesweites und sogar internationales Interesse zu. Es ist mittlerweile normal, dass hier auch internationale Journalisten auf dem Gelände anfahren.

Wie beschreiben Sie rückblickend den Saisonauftakt im letzten Jahr?

Der Saisonauftakt? Der spricht für sich. Die Hinrunde bis zur Winterpause war außergewöhnlich, phänomenal. In der Bundesliga ist es bislang noch nicht vorgekommen, dass ein Aufsteiger so dominant an die Tabellenspitze marschiert ist und sich nicht nur Punkte gesichert, sondern auch auf eine Art Fußball gespielt hat, dass alle anderen gesagt haben: Respekt.

Thalida Stahl und Alwina Kuhn

Mittendrin

EC-Studenten bei 1899 Hoffenheim

Im Rahmen des Moduls Videotechnik produzierten die angehenden Sportjournalisten und Sportmanager des EC-Europa-Campus ein Kurzporträt des Defensivspielers Christoph Janker. Die Studenten filmten die Profis bei ihrer täglichen Trainingseinheit. Mit Janker trafen sie sich zum Interview. Janker berichtete über seine Anfänge bei 1860 München, seine Erfahrungen mit den Medien sowie über seinen rasanten Aufstieg in die Erstklassigkeit mit 1899.

Jessica Pieper

Jessica Pieper im Interview mit Christoph Janker

Rugby-Hochburg Heidelberg

Rugby ist Randsportart in Deutschland, aber in Heidelberg seit der Gründung des Heidelberger Ruderklubs 1872 Kult. Damals noch als Ausgleichssport der Ruderer für den Winter gedacht, werden heute beide Sportarten unabhängig voneinander praktiziert. Mit der RG Heidelberg, dem Heidelberger RK, dem SC Neuenheim und dem TSV Handschuhsheim spielen gleich vier Vertreter aus Heidelberg jedes Jahr eine wichtige Rolle im Kampf um die Deutsche Rugby-Meisterschaft. Zugleich stellen die vier Vereine einen großen Anteil des deutschen Nationalteams. Dynamik, Schnelligkeit und Kraft sind beim Kampf des als Studentensport geltenden Spiels gefordert. Entgegen dem allgemeinen Image ist Rugby ein intelligenter Sport. Knochenbrüche und schwere Verletzungen sind selten. Rugby gilt als „Gentleman-Sport“. Die Spieler kommen in Hemd und Krawatte zu ihren Spielen, zollen sich selbst bei einer Niederlage Respekt und tauschen sich nach Spielende bei einem gemeinsamen Essen aus. Rugby ist kein Rowdysport: Fairplay und Teamgeist gelten viel. Die Rugby-WM ist übrigens die drittgrößte Sportveranstaltung der Erde nach der Fußball-WM und den Olympischen Spielen.

Jens Figal und Sebastian Büttner sprachen mit dem Deutschen Nationaltrainer Rudolf Finsterer.

Wie sind Sie zum Rugby gekommen? Wie wurden Sie Trainer der Deutschen Rugby Nationalmannschaft?
Ich bin im Allgäu geboren und bin später nach Heidelberg gezogen. Mit 14 Jahren war ich schon recht stabil gebaut. Daraufhin kamen Freunde auf mich zu und sagten mir, ich solle doch mit ihnen Rugby spielen. Danach hab ich es bis zum A-Nationalteam geschafft. Nach meiner aktiven Karriere war ich zunächst bei meinem Heimatverein beschäftigt. Es folgten Anstellungen als Jugendnationaltrainer, und dann kam der Anruf: Bazi, mein Spitzname, übernimm doch mal die A-Nationalmannschaft.

Welche Bedeutung hat Rugby für die Stadt Heidelberg?
Mit dem Oberbürgermeister Dr. Eckart Würzner haben wir einen Rugby begeisterten Befürworter im Amt. Allgemein ist das Interesse der Politiker in letzter Zeit gestiegen. Heidelberg besitzt in dem Sinne auch kein sportliches Aushängeschild. Von daher liegt das Hauptaugenmerk in Heidelberg auf dem Rugbysport.

Uns fiel beim Besuch eines Rugby-Spiels der bunte Mix an Spielern auf. Ist dieser interessante Mix an Berufsgruppen die Regel?
Bei uns in der Nationalmannschaft spielen Chirurgen, Mechaniker und Studenten. Von daher ist es eigentlich die Regel, dass Rugby in jeder Schicht seine Anhänger findet. Man kann schon sagen, dass es ein bunt gemischter „Haufen“ ist, der zusammenhält und eine eingeschworene Gemeinschaft bildet.

Gibt es Konzepte, um in Zukunft den Rugbynachwuchs zu fördern?
Unternehmer Hans-Peter Wild, selbst ein großer Rugby-Anhänger, hat vor einem Jahr die Wild-Academy gegründet mit dem Ziel, den Rugbysport in Deutschland zu fördern. Die Academy bietet neben guten sportlichen, auch ideale Voraussetzungen für die schulische Ausbildung. Einigen ermöglichte er einen achtmonatigen Aufenthalt in Südafrika, um unter professionellen Bedingungen trainieren zu können.

Wann wird Rugby in Deutschland populärer?
Das ist eine heiße Frage. Mit dem Erfolg kommen die Medien. Wir müssen dahin kommen, dass wir Geld von den Medien bekommen und keines zahlen müssen. Sobald wir olympisch sind, bekommen wir automatisch Unterstützung vom Deutschen Olympischen Sportbund.

Jens Figal und Sebastian Büttner

Politisch aktiv

Eine der jüngsten Gemeinderätinnen Deutschlands studiert bei EC Europa Campus in Mannheim: Lisa Schild.

Olympia-Kanutin Nicole Reinhardt

Nicole Reinhardt

Sie ist eine der erfolgreichsten deutschen Kanutinnen: Mit erst 23 Jahren hat Nicole Reinhardt schon zehnmal Gold bei Welt- und Europameisterschaften geholt. Gold gewann sie auch bei den Olympischen Spielen in Peking. Zusammen mit ihren Kolleginnen sicherte sich Reinhardt die Medaille über 500 Meter im Vierer-Kajak. Sie trainiert im Landesleistungsstützpunkt Mannheim. „Ich will einfach jedes Jahr die Weltmeisterschaften fahren, habe das auch dieses Jahr wieder geschafft. Und natürlich will ich 2012 wieder bei Olympia dabei sein. Aber bis dahin ist es noch lang."

Marius Herold und David Schneider

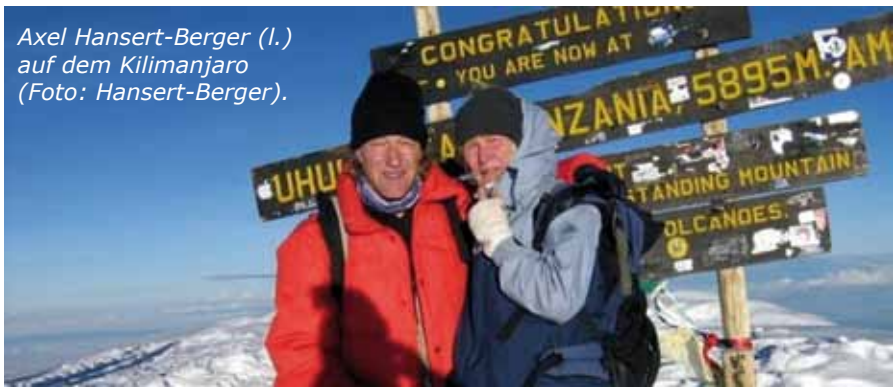
Vierer Kajak: Conny Waßmuth, Katrin Wagner-Augustin, Nicole Reinardt, Fanny Fischer (v.l.n.r) (Fotos: Heiner Köpcke)

Extremsportler Axel Hansert-Berger

Zum 50. Geburtstag möchte ich den Ironman in Hawaii

von Christian Schlusser und Christian Loch

In neun Tagen zu Fuß 600 Kilometer durch die Atacama-Wüste. In zehn Stunden auf den Gipfel des Kilimanjaro. Unmöglich? Nicht für Axel Hansert-Berger. Der 49-jährige Extremsportler aus Muggensturm bei Baden-Baden hat es geschafft.



Axel Hansert-Berger (l.) auf dem Kilimanjaro (Foto: Hansert-Berger).

Seine Liebe zum Leistungssport begann vor 25 Jahren. Den Anreiz gab ihm sein Vater, der ihm beim Zehn-Kilometer-Lauf davonlief. „Das konnte ich einfach nicht auf mir sitzen lassen", meinte Hansert-Berger zu dieser Schmach. Im Jahr darauf besiegte er ihn. Der Grundstein für seine Extremsportkarriere war gelegt. Seine nächste Herausforderung war der Triathlon. In den 90er-Jahren bestritt er seinen ersten Ironman. Es folgten unzählige Ausdauerwettkämpfe und jährliche Highlights: Der 36-Stunden-Ultra-Mehrkampf mit den Disziplinen Running, Biking, Rafting, Climbing und Hillrunning. Das Speedskaterrennen in der Schweiz, der 111-Kilometer-Lauf in den Alpen, der 230-Kilometer-Wüstenlauf durch die Sahara (Marathon de Sables), der bereits erwähnte Lauf durch die Atacama-Wüste in Chile, die trockenste Wüste der Welt, und der Skyrun auf den Kilimanjaro in Tansania. „Solche Projekte müssen von langer Hand geplant werden und verlangen nach einem professionellen Team sowie einer Familie, die immer hinter einem steht", erzählt der zweifache Familienvater. Wie gefährlich beispielsweise der Skyrun auf den Kilimanjaro war, lässt sich allein schon daran ablesen, dass Hansert-Berger in den zehn Stunden satte acht Kilo abgenommen hatte. Hinzu kommt noch, dass er nur mit dem Nötigsten zum Laufen ausgerüstet war. „Eine Nacht auf dem Kilimanjaro hätte ich wahrscheinlich nicht überlebt. Deshalb musste ich unbedingt innerhalb der zehn Stunden bleiben, damit ich vor Einbruch der Dunkelheit wieder am Basislager bin", schildert Hansert-Berger die Gefahren seines Skyruns.

Sein größtes Ziel ist der Ironman in Hawaii 2010. Da nur Amerikaner direkt daran teilnehmen dürfen, muss er sich qualifizieren. Dazu muss er in einem offiziell anerkannten Triathlon unter die ersten drei seines Jahrgangs kommen.

Das Karlsruher Schloss (Foto: Roland Fränkle – Bildstelle der Stadt Karlsruhe)

Kooperation mit der Technologieregion Karlsruhe

Beim Praxisdialog in Baden-Baden mit dem Geschäftsführer der Technologieregion Karlsruhe (TRK), Jochen Ehlgötz, und seinem Pressesprecher Bernd Wnuck, kristallisierten sich die Möglichkeiten einer Kooperation zwischen der Technologieregion Karlsruhe und EC Europa Campus heraus. So bekommt EC Europa Campus die Möglichkeit, beim Regionaltag der Technologieregion mit dem Leitthema „Medien“ aktiv mitzuwirken.

Beim Praxisdialog präsentierten die Vertreter der Technologieregion Karlsruhe, Bernd Wnuck und Jochen Ehlgötz, die Marketing- und Imagepolitik der Aktionsgemeinschaft.

Weltweit sorgt Deutschlands Vorzeigeregion Nummer eins für Aufsehen.

Auch von der Teilnahme an Arbeitskreisen der Technologieregion können die Studenten in Zukunft profitieren. Damit verbessern sich zugleich die Chancen für Praktikumsplätze in der Region. Die tragenden Säulen der Technologieregion seien Wirtschaft, Forschung und Kultur. Die Region als Wirtschaftsstandort profitiere von ihren Hochschul-, Forschungs- und Bildungseinrichtungen und dem damit verbundenen Innovationspotenzial.

„Die Technologieregion Karlsruhe befindet sich nicht nur national auf dem Vormarsch. Schon jetzt ist sie europaweit führend auf dem IT-Markt. Auch weltweit sorgt Deutschlands Vorzeigeregion Nummer eins für Aufsehen“, freute sich Wnuck.

Die Agentur „Stadtmarketing Karlsruhe“ arbeitet am Image von Karlsruhe, dem großen Zentrum der Region. Aufgabe des Stadtmarketings sei es, die Alleinstellungsmerkmale Karlsruhes herauszuarbeiten, betonte Angela Hartmann-Eckstein, zuständig für Konzeptentwicklung, Realisierung und Gestaltung bei der Stadtmarketingagentur, bei einem Besuch der Studenten: „Die Stärken von Karlsruhe sind Innovation und Lebensqualität“. Die Stadt müsse für ihre Einwohner attraktiver gestaltet werden: „Nur wenn die Karlsruher von ihrer Stadt überzeugt sind, wird es gelingen, die Stärken Karlsruhes auch überregional bis national oder international zu transportieren“, hob Hartmann-Eckstein hervor.

Stärken sind Innovation und Lebensqualität.

Beim Praxisdialog kam von studentischer Seite der Vorschlag, auch die in der Region starke Gesundheitsbranche in das Marketingkonzept der Technologieregion Karlsruhe miteinzubeziehen. Dadurch könne die Gesundheitsstadt Baden-Baden als Standort von Kliniken, Spa- und Wellnesseinrichtungen zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor der Region werden. Mehrere Studenten kritisierten auch die mangelnde Förderung des Sportbereichs durch die Technologieregion Karlsruhe im Vergleich zur Metropolregion Rhein-Neckar: Der Karlsruher SC sei für viele Studenten sportliches Aushängeschild der Technologieregion und fördere die Identifikation mit der Region. Deshalb sei es außerordentlich wichtig, den KSC stärker zu unterstützen, forderten die EC-Studenten!

Wadim Bichert, Jonas Höll, Michael Pohl und Lisa-Maria Schimpf

„Gesundheitsregion Baden-Baden-Karlsruhe“ – ein wichtiger Wirtschaftsbereich der Technologieregion Karlsruhe, hier: die Grundig-Klinik (Foto: Grundig-Klinik).

Rettungshundestaffel: Team mit Herz

Heidi Döringer-Ebert ist eine zierliche und charakterstarke Frau, die sich mit ihrem 4-jährigen Riesenschnauzer Kalle bei der Rettungshundestaffel für Menschenleben einsetzt.

Bei ihr sitzt das Herz an der richtigen Stelle. Wenn der Pieper tönt, lässt sie ihre Arbeit stehen und liegen und hastet mit Kalle zum Einsatzort. Allein dieses Jahr war die Rettungshundestaffel 28 Mal im Einsatz. Zweimal die Woche trainiert sie mit Kalle bei Wind und Wetter in der Rettungshundestaffel Rhein-Neckar-Heidelberg. Sie bildet andere Rettungshunde und ihre Führer aus und ist stellvertretende Staffelleiterin. Die Hunde werden trainiert, vermisste oder verletzte Personen aufzufinden. Kalle ist spezialisiert, vermisste Menschen in unwegsamem Geländen aufzuspüren. Wenn er die hilfsbedürftige Person findet, zeigt der Riesenschnauzer seinen Fund durch Verbellen der Hundeführerin an. Sie muss die Erstversorgung durchführen, bis der Krankenwagen kommt. Die Ausbildung zum Rettungshundeteam dauert zwei bis drei Jahre. In dieser Zeit lernt der Hundeführer erste Hilfe, Sanitätskurse, Karten- und Kompasskunde, Verhalten im Einsatz, Einsatztaktik, Kynologie (Wissenschaft vom Hund) und Trümmerkunde und erhält eine Ausbildung in Sprechfunk. Der Hund durchläuft parallel ein umfassendes Training, in dem er auf seine Einsatzspezialität geschult wird. Das Rettungshundeteam muss am Ende der Ausbildung eine Prüfung ablegen. Wenn Kalle die Rote-Kreuz-Uniform sieht, weiß er bereits, dass es losgeht. Nichts kann ihn jetzt von seinem Auftrag, Leben zu retten, abhalten. Döringer-Ebert und Kalle sind ein Powerteam.

Fotos: Döringer-Ebert

Nadine Razo

Marketing, Tourismus und Events sind wichtige Themen des Bachelor-Studiums bei EC Europa Campus. Daher führte Studentin Nadine Razo ein Interview mit dem Leiter Stadtmarketing der Stadt Mannheim, Jan Pruust.

Foto: Stadtmarketing Mannheim

Stadtmarketing Mannheim

Studenten und Nachwuchskräfte im Fokus

Welches Alleinstellungsmerkmal hat die Stadtmarketing Mannheim Gesellschaft?

Die Stadtmarketing Mannheim Gesellschaft wurde 2001 als Public-Private-Partnership-Modell gegründet mit dem Ziel, dass auch die regionale Wirtschaft Verantwortung für die Zukunft der Stadt übernimmt. Durch den Input von Politik, Medien und Wirtschaft wird eine effektive Konzeption und Umsetzung der Marketingmaßnahmen gewährleistet.

Wofür steht das Stadtmarketing in Mannheim?

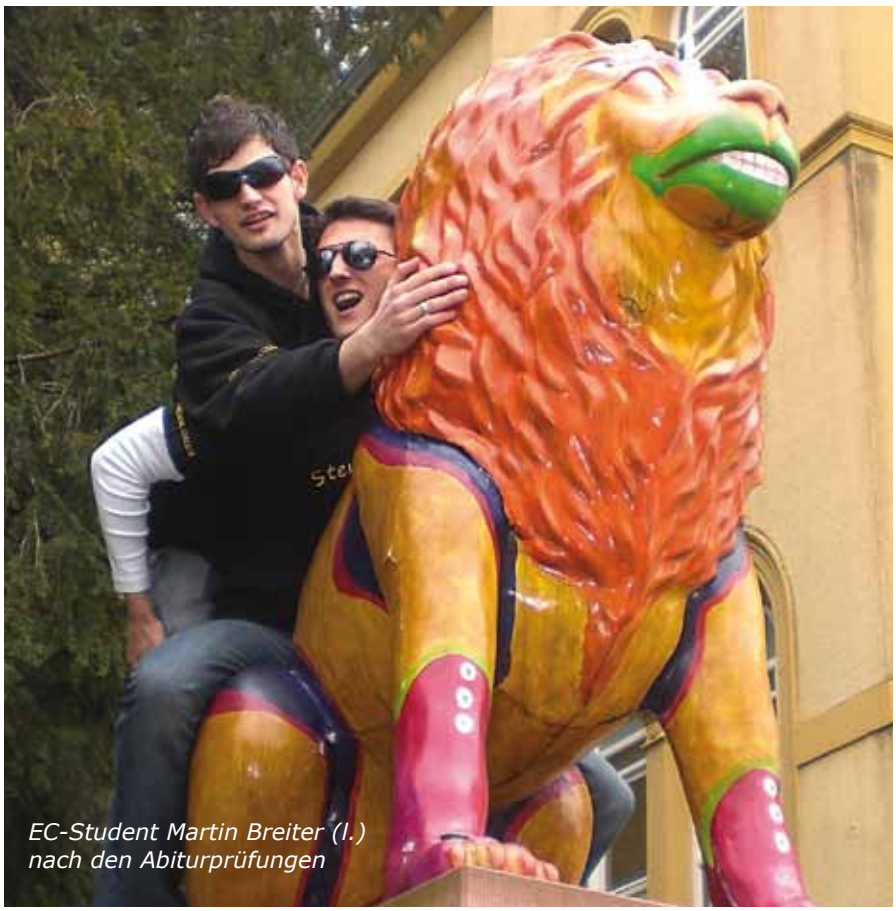
Mannheim ist eine junge Stadt, die ein großes Angebot an Events, Kultur-, Musik- und Sportveranstaltungen vorzuweisen hat. Unsere Aufgabe ist es, diese Qualitäten national wie international bekannt zu machen. Deswegen führen wir Mannheim wie einen Markenartikel und vermarkten die Uniqueness der Stadt, die Quadrate, durch die Kampagnen „Mannheim²“ und „Leben im Quadrat“. Durch die mathematische Formel sollen die verschiedenen Facetten des Lebens und der Qualität in Mannheim widergespiegelt werden. Wir haben von allem ein bisschen mehr – mehr Kultur, mehr Bildung, mehr Lebensqualität. Zum 400-jährigen Stadtjubiläum haben wir nicht nur den Jubiläumssong „Meine Welt“ auf Deutschlandtour geschickt, sondern auch den überdimensionalen, begehbaren Multimedia-Würfel „Klang der Quadrate“, der durch das Medium Musik einen Dialog mit anderen deutschen Metropolen, wie zum Beispiel Berlin, Köln und München hergestellt hat.

Wen möchten Sie mit Ihren Kampagnen ansprechen?

Hauptzielgruppe sind die jungen Nachwuchskräfte. Studenten sollen an Mannheim gebunden werden. Deshalb fördern wir das kulturelle Angebot und Events, wie zum Beispiel „Arena of Pop“ und „Hip Hop Open“. Neue Studenten erhalten von uns ein rotes Willkommenspaket in quadratischer Form mit Gutscheinen, Stadtplan und Veranstaltungsplänen. Besonders im Bereich Tourismus suchen wir immer wieder Praktikanten, die engagiert daran mitwirken, Mannheim national wie international zu vermarkten. Außerdem bietet sich im Rahmen von unseren Marketingprojekten die Möglichkeit, als wissenschaftliche Hilfskraft im Bereich Marketing und PR mitzuwirken.

Nadine Razo

Geschäftsführer Jan Pruust stellt EC-Studentin Nadine Razo das quadratische Willkommenspaket für Studenten der Stadt Mannheim vor.



EC-Student Martin Breiter (l.) nach den Abiturprüfungen

Die Schule mit dem bunten Löwen

Das Heidelberg College

Im Rahmen einer Serie des Magazins "Live on Stage" stellen EC-Studenten als „Ehemalige“ ihre alten Gymnasien vor. In dieser Ausgabe präsentiert Martin Breiter das Heidelberg College, die Schule, an der er das Abitur machte.

Das Heidelberg College ist ein privates Gymnasium mit Internat direkt am Neckarufer in Heidelberg. Es ist die älteste nichtkirchliche Privatschule in Baden-Württemberg. Das College wurde 1887 als englische Schule von Dr. Albert Holzberg und Arthur Catty gegründet. 1907 verschmolz es mit dem älteren Neuenheimer College, dessen Wurzeln bis in das Jahr 1843 reichen. Die beiden Gründer wollten die positiven Elemente des deutschen und des englischen Schulwesens zusammenführen. So wurde – erstmals in Deutschland – nach englischem Vorbild mehrstündiger Sportunterricht als reguläres Unterrichtsfach eingeführt. Rudern, Rugby, Hockey und Tennis sind nicht ohne Grund heute in Heidelberg besonders stark vertreten. Das Heidelberg College befindet sich in dritter Generation in der Hand der Familie Holzberg und wird heute von Oberstudiendirektor Dr. Edgar-Julian Holzberg geleitet. Breiter führte ein Interview mit dem Schulleiter.

Das Heidelberg College am Neckarufer

Was macht das Heidelberg College so besonders und attraktiv?

Schulen brauchen immer etwas Besonderes, um sich von der Konkurrenz abheben zu können. Bei uns sind es zum Beispiel die geringe Gesamtgröße und die limitierte Klassenstärke, die uns unterscheiden. Mit 460 Schülern ist das Heidelberg College die kleinste Schule in Heidelberg. Und wir sind eine offene Ganztagsschule.

Welche sportlichen Aktivitäten sind für 2009 geplant?

Wir beteiligen uns an allen Wettbewerben unter den Heidelberger Schulen. Dieses Jahr haben unsere Fußballer den Bunsen-Cup in unser Haus zurückgeholt. Die Mitglieder der erfreulich angewachsenen Ruder AG nehmen auch an überregionalen Regatten teil. Für den vorletzten Schultag planen wir ein amüsantes Sportfest für alle Schüler.

Oberstudiendirektor Dr. Edgar-Julian Holzberg im Interview

Hat das College berühmte Absolventen hervorgebracht?

Heribert Rech, der derzeitige Innenminister von Baden-Württemberg, ist ein Ehemaliger unserer Schule. Auch thailändische und spanische Prinzen drückten bei uns die Schulbank. Wir verstehen uns aber nicht als ein Gymnasium für Promi-Kinder. Unsere Schule steht allen offen.

Martin Breiter

Heidelberg, wie die Welt es kennt: Schlossbeleuchtung und Feuerwerk über dem Neckar gibt es dreimal im Jahr (Fotos: Heidelberg Marketing).

I love Heidelberg

Der Name Heidelberg steht nicht nur für das weltberühmte Schloss, Scharen von Touristen aus aller Welt, die älteste Universität in Deutschland und geschichtsträchtige Altstadtgassen, sondern auch für einen modernen Wissenschafts- und Wirtschaftsstandort von internationalem Ruf mit einer höchst lebendigen und vielseitigen Kulturszene.

Will im Stadtmarketing neue Akzente setzten: Vera Cornelius.

Die Freizeit- und Kulturlandschaft in Heidelberg bietet Unterhaltung, Anregung und Begegnung für jedes Alter und jeden Geschmack. Und das wird von der Stadt gefördert. Die junge Szene beherrscht Heidelberg. Schließlich ist hier jeder fünfte Einwohner Student. Entsprechend quirlig ist das Leben in der Altstadt mit ihren Boutiquen, Bistros, Cafés, Kneipen, Kinos und kulturellen Treffpunkten direkt unterhalb des altehrwürdigen Schlosses.

„Heidelberg hat weltweit einen hervorragenden Ruf als Stadt der Romantik. Aber das moderne Heidelberg hat weitaus mehr zu bieten – und sollte dies auch offensiv kommunizieren, um im Wettbewerb der Städte deutliche Zeichen zu setzen: als herausragende Stadt der Wissenschaft und als internationaler Wirtschaftsstandort mit hoher Lebensqualität und lebendiger Kulturszene. Bisher wurde die Vermarktung Heidelbergs von unterschiedlichen Akteuren mit unterschiedlichen Akzenten und parallel laufenden Kommunikationsstrategien betrieben. Die Marketing-Gesellschaft wird sich hier für eine gezielte und ganzheitliche Kommunikation einsetzen, damit die „Marke Heidelberg“ in der Außendarstellung eindeutig und überzeugend positioniert werden kann“, betont Vera Cornelius. Sie ist Geschäftsführerin der neuen Heidelberg Marketing Gesellschaft. Auf strategischer und operativer Ebene arbeitet das Unternehmen eng mit der Stadt Heidelberg, dem Amt für Wirtschaftsförderung und dem Amt für Öffentlichkeitsarbeit zusammen.

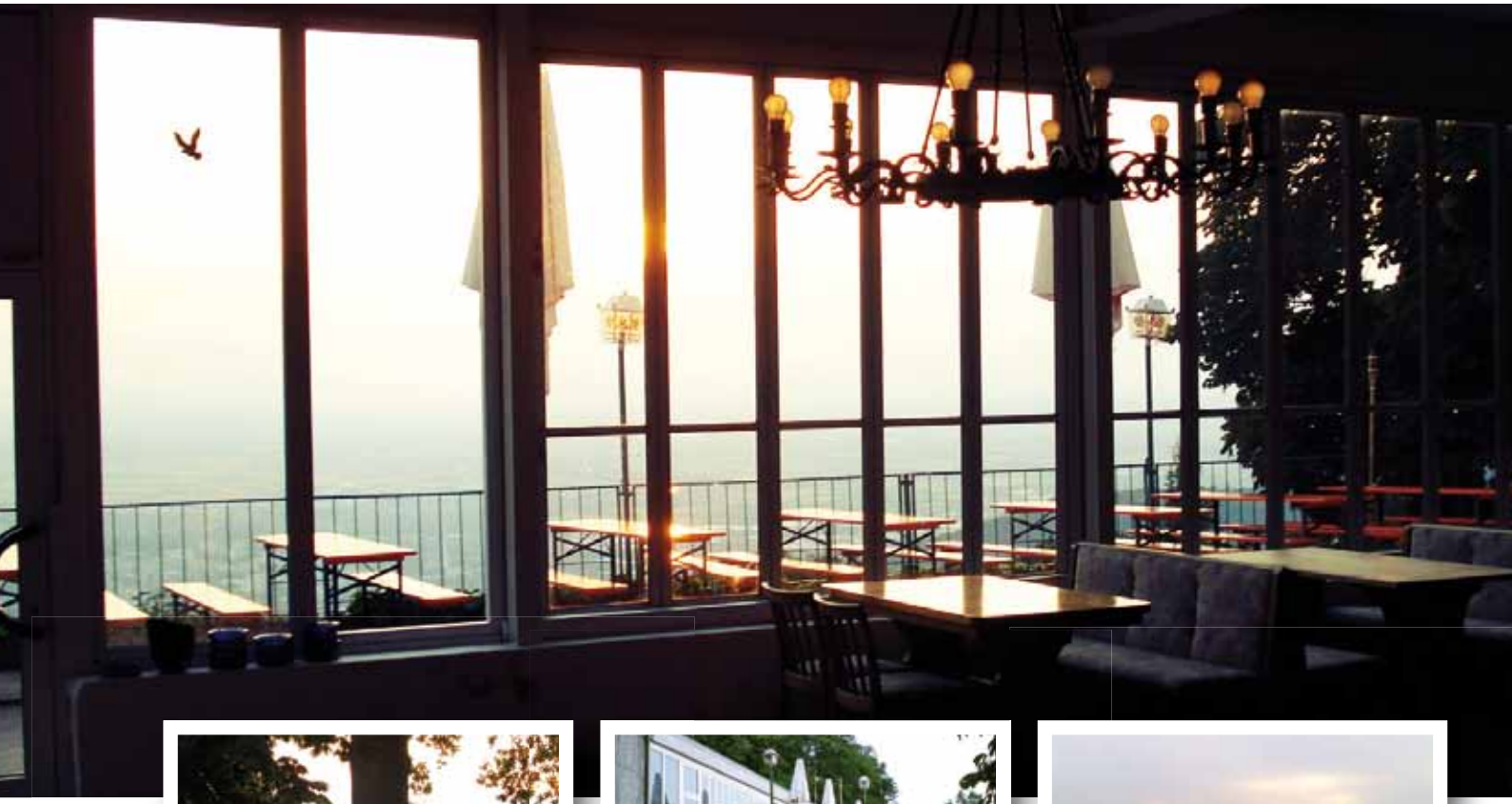
Die Heidelberg Marketing Gesellschaft entstand vor zwei Jahren aus der Umstrukturierung der Heidelberger Kongress- und Tourismus-Gesellschaft (HKT). Kernaufgabe der neuen Gesellschaft ist die professionelle, weltweite Vermarktung der Stadt auf der Grundlage eines modernen ganzheitlichen Marketingkonzepts, das die Bereiche Tourismus und Kongresse ebenso umfasst wie Wissenschaft, Wirtschaft, Einzelhandel und Kultur.

„Damit wird die Heidelberg Marketing Gesellschaft zur zentralen, übergreifenden Plattform für das städtische Marketing, weit über das bisherige touristische Marketing der HKT hinaus. Eine Herausforderung, an die ich zusammen mit meinem Team mit Freude und Engagement herangehe“, fasst Cornelius die Ziele ihrer Arbeit zusammen.

Lisa Schild

Die EC-Studenten drehten im Rahmen eines Praxismoduls ein Filmporträt über Heidelbergs Oberbürgermeister Dr. Eckart Würzner.

AUSSICHTSRESTAURANT
KÖNIGSTUHL



Das Aussichtsrestaurant KÖNIGSTUHL bietet einen fantastischen Blick über Heidelberg und die Metropolregion Rhein-Neckar.

Durch die unmittelbare Nachbarschaft zur Falknerei mit Seeadlern, dem Märchenparadies für Kinder und dem Naturlehrpfad ist das Aussichtsrestaurant ein ideales Ausflugsziel für Familien.

Eine große Auswahl an Wanderwegen, sowie die Mountain Bike Station, diverse Downhill Strecken und ein Startplatz für Paraglider lassen Freizeitsportlern die Herzen höher schlagen.

Die herrlichen Terrassen und Biergärten laden zum gemütlichen verweilen bei Kaffee und Kuchen oder herzhafter Hausmannskost und kühlen Getränken ein.

Alle Veranstaltungsräume und Terrassen sind auch für Firmenfeste und Famielienfeiern zu mieten.

Öffnungszeiten
Montag bis Sonntag:

Aussichtsterrasse: 11.00 - 21.00 Uhr
Restaurant: 11.00 - 02.00 Uhr

Kontakt: +49(0)6221-6561809
Königstuhl 2 · 69117 Heidelberg

Ausreichend Parkplätze, regelmäßiger Busverkehr, sowie eine Direktverbindung mit der historischen Bergbahn sind gegeben.

altes hallenbad.de

Herrenbad PUBLIC HALL

Damenbad MUSIC CLUB

DIE HEIDELBERGER EVENTLOCATION

in der Metropolregion Rhein-Neckar

Freitags und Samstags im Damenbad Music Club:

Sowohl das Herrenbad als auch das Damenbad können Sie für ihre Veranstaltung mieten. Kontakt unter:

Altes Hallenbad · Poststrasse 69115 · Heidelberg · www.alteshallenbad.de · 06221-770711